

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Escuela de Posgrado

MAESTRIA EN TECNOLOGÍA EDUCATIVA

**USO Y NECESIDADES DE LAS REDES SOCIALES EN
LA PROMOCIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL Y
CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA ZONA
ALTOANDINA DE LA PROVINCIA DE
TARATA DE LA REGIÓN
TACNA EN EL
AÑO 2024**

TESIS

PRESENTADA POR:

Eliseo Quispe Santos

Para optar el Grado Académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS (*MAGISTER SCIENTIAE*) CON MENCIÓN EN
TECNOLOGÍA EDUCATIVA**

**TACNA – PERÚ
2024**

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN TECNOLOGÍA EDUCATIVA

**USO Y NECESIDADES DE LAS REDES SOCIALES EN LA PROMOCIÓN
DE LA IDENTIDAD PERSONAL Y CULTURAL EN LOS
ESTUDIANTES DE LA ZONA ALTOANDINA DE
LA PROVINCIA DE TARATA DE LA
REGIÓN TACNA EN EL
AÑO 2024**

Tesis sustentada y aprobada el 06 de enero del 2025; estando el jurado calificador integrado por:

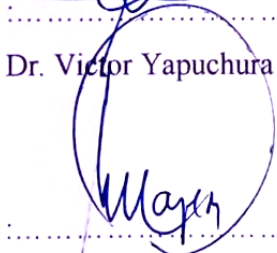
PRESIDENTE


:.....
Dr. Raúl Alberto García Castro

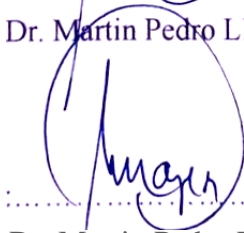
SECRETARIO


:.....
Dr. Víctor Yapuchura Platero

MIEMBRO


:.....
Dr. Martín Pedro Llapa Medina

ASESOR


:.....
Dr. Martín Pedro Llapa Medina

Certificado de similitud

Yo, Dr. Martin Pedro Llapa Medina, en mi condición de asesor acreditado con Resolución Escuela de Posgrado N° 13816-2024-ESPG/UNJBG del 12 de abril del 2024, del trabajo de tesis titulado: **USO Y NECESIDADES DE LAS REDES SOCIALES EN LA PROMOCIÓN DE LA IDENTIDAD PERSONAL Y CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA ZONA ALTO ANDINA DE LA PROVINCIA DE TARATA DE LA REGIÓN TACNA EN EL AÑO 2024**, presentado por el Bach. Eliseo Quispe Santos, para optar el Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magister Scientiae*) con mención en Tecnología Educativa.

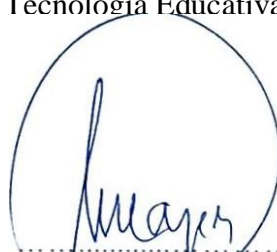
Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajo de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual TURNITIN, cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 05 %.

Por lo que CERTIFICO LA SIMILARIDAD de la tesis y está de acuerdo al nivel PERMITIDO, para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado a solicitud del interesado con fines de continuar con los tramites respectivos para la obtención del Grado Académico de Maestro en Ciencias (*Magister Scientiae*) con mención en Tecnología Educativa.

Tacna, 13 diciembre 2024

FIRMA ASESOR
Nombres y apellidos



.....
Dr. Martin Pedro Llapa Medina
DNI N° 06960754



FIRMA TESISTA
Nombres y apellidos



.....
Sr. Eliseo Quispe Santos
DNI N° 01889317



Dedicatoria

El presente estudio está dedicado a mi familia, principalmente a mis hijos Cristhian y Clever, por el apoyo incondicional en mi proceso de formación como Maestro en Tecnología Educativa, por otro lado, dedico a mis padres por haberme iniciado en mis estudios de la carrera de educación para dar mi aporte a la sociedad como docente.

Eliseo QUISPE SANTOS

Agradecimiento

Deseo expresar mi gratitud a la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann por brindarme la oportunidad de estudiar una maestría en Tecnología Educativa. El presente estudio de investigación es el resultado de mi esfuerzo personal, en el cual han estado involucrados en primer lugar mis seres queridos como mi familia, el docente asesor, mis compañeros y compañeras de estudio, los estudiantes de la zona altoandina en la muestra, quienes directa o indirectamente han sido partícipes de este estudio. Por esta razón, quiero expresar mi agradecimiento infinito a Dios por haberme dado la vida y la fortaleza espiritual que me impulsa a llevar a cabo este estudio de investigación con dedicación y perseverancia. Asimismo, agradezco a mis colegas y maestros que en algún momento han compartido sus conocimientos, orientaciones y experiencias en la enseñanza, permitiendo así nuestro crecimiento profesional. De esta manera, he logrado alcanzar los propósitos trazados en mi trayectoria profesional y hacia la superación personal.

Eliseo QUISPE SANTOS

Índice general

Hoja de jurado	ii
Certificado de similitud	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción.....	1
1. Capítulo I Planteamiento del problema de la investigación	3
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	3
1.2. Formulación del problema	7
1.2.1. Problema general	7
1.2.2. Problemas específicos.....	7
1.3. Justificación	8
1.4. Objetivos de la investigación.....	10
1.4.1. Objetivo general	10
1.4.2. Objetivos específicos.....	10
1.5. Formulación de hipótesis	11
1.5.1. Hipótesis general	11
1.5.2. Hipótesis específicas.....	11

2. Capitulo II Marco teórico	13
2.1. Antecedentes de la investigación	13
2.1.1. Internacionales.....	13
2.1.2. Nacionales	15
2.1.3. Locales.....	18
2.2. Bases teóricas.....	20
2.2.1. Definición de las redes sociales.....	20
2.2.2. Uso de las redes sociales	22
2.2.3. Redes sociales en la educación.....	28
2.2.4. Dimensiones de las redes sociales	28
2.2.2. Identidad personal y cultural	29
2.2.3. Teoría de la identidad cultural de STUART HALL	31
2.2.4. Enfoque del desarrollo de la identidad personal y cultural	32
2.2.5. Componentes de la identidad cultural	32
2.2.6. Identidad cultural y educación bilingüe.....	33
2.2.7. La Identidad personal y cultural	34
2.2.8. Las redes sociales en la comunicación y la formación de la identidad	38
2.3. Definición de conceptos claves.....	39
2.3.1. Facebook:.....	39
2.3.2. Generación digital – cultural:	39

2.3.3.	Redes sociales:.....	40
2.3.4.	Identidad:	40
2.3.5.	Interacción social:.....	40
2.3.6.	Identidad cultural:.....	40
3.	Capítulo III Metodología de la investigación	42
3.1.	Tipo, nivel y diseño de investigación	42
3.1.1.	Tipo de investigación.....	42
3.1.2.	Nivel de investigación	42
3.1.3.	Diseño de investigación.....	43
3.2.	Cuadro de operacionalización de variables.....	44
3.2.1.	Variables de estudio.....	47
	Variable 1: “Uso y necesidades de las redes sociales”	47
	Variable 2: “Promoción de identidad personal y cultural”	48
3.3.	Unidad de análisis población y muestra de estudio	49
3.3.1.	Población de estudio.....	49
3.3.2.	Muestra de estudio.....	49
3.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
	Técnicas:.....	52
	Instrumento:.....	52
3.5.	Validez y confiabilidad del instrumento	54

3.6.	Estrategia para la recolección de datos	55
3.7.	Procesamiento de la información y métodos estadísticos de análisis de datos	55
3.7.1.	Procesamiento de la información:	55
3.7.2.	Métodos estadísticos.....	55
3.8.	Procesamiento de la información y métodos estadísticos de análisis de datos	56
4.	Capítulo IV Resultados de la investigación.....	57
4.1.	Resultados	57
4.2.	Resultados descriptivos para los niveles de las variables uso y necesidades de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural	57
4.3.	Comprobación estadística de hipótesis	67
4.3.1.	Prueba de normalidad	67
4.3.2.	Comprobación estadística de hipótesis.....	68
4.4.	Verificación de las hipótesis específicas y general.....	80
	Discusión de resultados	81
	Conclusiones.....	88
	Recomendaciones	90
	Referencias bibliográficas	92
	Anexos	74

Índice de tablas

Tabla 1. La muestra de estudio de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez	50
Tabla 2. La muestra de estudio de la Institución Educativa 42231 Anexo de Chiluyo Chico	51
Tabla 3 Confiabilidad instrumento uso y necesidades de las redes sociales	54
Tabla 4 Confiabilidad instrumento promoción de la identidad personal y cultural	54
Tabla 5. Nivel uso y necesidades de las redes sociales	57
Tabla 6 Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales.....	60
Tabla 7 Nivel promoción de la identidad personal y cultural.....	62
Tabla 8 Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales.....	64
Tabla 9 Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales.....	65
Tabla 10 Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.....	67
Tabla 11 Necesidades de desvió del uso de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural	68
Tabla 12 Necesidades cognitivas de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural	70
Tabla 13 Necesidades afectivas en las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural	73
Tabla 14 Necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.....	75

Tabla 15 Necesidades integrativas sociales del uso de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.....	76
Tabla 16 Uso y necesidades de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural	78

Índice de figuras

Figura 1. Elementos de la teoría de uso y gratificación en las redes sociales	24
Figura 2. Modelo de Identidad	30
Figura 3 Porcentajes del nivel de uso y necesidades de las redes sociales.....	58
Figura 4 Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales.....	60
Figura 5 Porcentaje del nivel de la variable promoción de la identidad personal y cultural <i>Porcentaje del nivel de la variable promoción de la identidad personal y cultural</i>	62
Figura 6. <i>Medida descriptiva de los indicadores de la dimensión Identidad personal</i>	64
Figura 7	66

Resumen

El propósito de esta investigación es analizar la relación entre el uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata, región Tacna, en el año 2024. Las redes sociales se definen como comunidades virtuales o plataformas en línea que conectan a personas o grupo de personas que intercambian información y comparten intereses similares (Ochoa y Barragán, 2022). Por otro lado, la identidad personal y cultural se entiende como el sentimiento de pertenencia y reconocimiento mutuo que surge de valores, creencias, formas de comunicación y expresiones lingüísticas compartidas por un individuo o grupo (Fernández, 2020). La metodología de estudio es de tipo básico, de diseño no experimental, descriptivo correlacional y de carácter transversal. La muestra estuvo compuesta por 39 estudiantes de primero a quinto grado de educación secundaria de dos instituciones de la zona altoandina de Tarata. Se optó por un muestreo no probabilístico basado en el criterio del investigador. Para la recolección de datos, se empleó un cuestionario estructurado y validado por expertos.

Los resultados obtenidos al analizar la relación entre el uso y las necesidades de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes en estudio. El análisis de correlación de Spearman revela un coeficiente de correlación de 0,651 y un valor de significancia $p = 0,001$, esto indica una relación positiva moderadamente fuerte entre las variables, esto a medida que los estudiantes utilizan más las redes sociales para satisfacer diversas necesidades, existe una tendencia a que promuevan más activamente su identidad personal y cultural a través de estas plataformas.

Palabras Clave: Uso de las redes sociales y identidad cultural.

Abstract

The purpose of this research is to analyze the relationship between the use and needs of social networks in the promotion of the personal and cultural identity of students who reside in the high Andean area of the province of Tarata, Tacna region, in the year 2024. Social networks are defined as virtual communities or online platforms that connect people or groups of people who exchange information and share similar interests (Ochoa and Barragán, 2022). On the other hand, personal and cultural identity is understood as the feeling of belonging and mutual recognition that arises from values, beliefs, forms of communication and linguistic expressions shared by an individual or group (Fernández, 2020). The study methodology is basic, non-experimental, descriptive, correlational and transversal in nature. The sample was made up of 39 students from first to fifth grade of secondary education from two institutions in the high Andean area of Tarata. Non-probabilistic sampling was chosen based on the researcher's criteria. For data collection, a structured questionnaire validated by experts was used.

The results obtained by analyzing the relationship between the use and needs of social networks and the promotion of the personal and cultural identity of the students under study. Spearman's correlation analysis reveals a correlation coefficient of 0,651 and a significance value $p = 0,001$, this indicates a moderately strong positive relationship between the variables, as students use social networks more to satisfy various needs, there is a tendency for them to more actively promote their personal and cultural identity through these platforms.

Keywords: Use of social networks and cultural identity.

Introducción

Este estudio busca entender cómo el uso de redes sociales se relaciona de tal forma que, los estudiantes de nivel secundaria de la zona altoandina de la provincia de Tarata de la región Tacna en el año 2024, hago referencia a las instituciones como Horacio Zevallos Gámez del Centro Poblado Maure Kallapuma y la institución educativa de Anexo de Chiluyo Chico, construyen y expresan su identidad personal y cultural como acto de pertenencia social; para ello, se analizará la relación entre ambas variables en una muestra de 39 estudiantes. Este trabajo investiga cómo las redes sociales están moldeando e influyendo en la identidad de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata, Se explora la relación entre el uso y necesidades de estas plataformas digitales y el sentido de pertenencia y los valores culturales de los jóvenes estudiantes de esta zona en particular.

Mediante un diseño descriptivo correlacional, esta investigación busca establecer una relación entre el uso y necesidades de redes sociales y la identidad personal y cultural de estudiantes de secundaria de la zona altoandina de Tarata. Utilizando un cuestionario validado por juicio de expertos, se analizó los datos de una muestra de 39 estudiantes para comprender cómo estas tecnologías digitales llamadas redes sociales se relacionan en la construcción de la identidad personal y cultural en un contexto específico.

Este estudio tiene como propósito principal determinar la relación que desempeñan las redes sociales en la formación de la identidad personal y cultural de los estudiantes de secundaria de la zona altoandina de Tarata. A través de un análisis correlacional, se explora

cómo las interacciones en línea influyen en los valores, creencias y sentido de pertenencia de los jóvenes en este contexto en particular.

Este estudio se enfocó en tratar los siguientes aspectos:

El primer capítulo aborda el planteamiento del problema, en el que se ha detallado la caracterización del mismo, se establecieron los objetivos, se presentó la justificación y se formularon las hipótesis.

El segundo capítulo expone los fundamentos teóricos, basándose en antecedentes y en un marco teórico que incluye literatura actualizada para analizar los contextos actuales de las redes sociales y de la interculturalidad.

El tercer capítulo se enfoca básicamente en la metodología de la investigación, abarcando el enfoque, nivel, tipo, diseño, procedimientos, instrumentos y el método de procesamiento de datos.

El cuarto capítulo muestra los resultados de la investigación, los cuales permiten establecer los efectos de nuestros objetivos y la comprobación de las hipótesis planteadas.

Se concluye con presentar la discusión de resultados, que permite analizar de manera inferencial y reflexiva los resultados, identificando hallazgos y limitaciones del trabajo realizado. Junto con las conclusiones, esto proporciona solidez a los resultados en relación con los objetivos, se concluye con las recomendaciones al estudio

Capítulo I

Planteamiento del problema de la investigación

1.1. Descripción de la realidad problemática

En la actualidad las Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC, son herramientas digitales que se utilizan para acceder, gestionar, almacenar y compartir información, incluyen herramientas y recursos como computadoras, internet, software, dispositivos móviles, redes sociales y mucho más. Estas herramientas han revolucionado la forma en que las personas se comunican, comparten información y promueven sus identidades (Sharma et al., 2024). Que se extienden a nivel mundial, promoviendo en los ciudadanos la posibilidad de comunicación asincrónica y sincrónica, por lo que es necesario establecer reglas en el uso de la red y saber cómo son las interacciones personales, culturales y sociales que realizan los estudiantes en las redes sociales (Vayas, Endara y Mena, 2018), además de conocer cómo se configura la comprensión personal y cultural en el uso de la red social (Sharma et al., 2024).

La teoría de la identidad social está relacionada a la identidad y la autoimagen de un individuo, pero mucho depende de la capacidad de asociarse y pertenecer a un grupo o comunidad en particular esta teoría tuvo su origen con los aportes de (Tajfel y Turner en 1986) citado en (Etchezahar, 2014) que sostiene que es importante definir los roles de los individuos en sus relaciones entre uno mismo y la sociedad, representado en un modelo psicológico social del yo (Nematzadeh y Haddad Narafshan, 2020). Por lo tanto, es importante analizar el papel de las redes sociales en la configuración de identidades colectivas y personales (Sharma et al., 2024), ya que las redes sociales permiten reflejar las

personalidades, intereses y conexiones sociales, con una autopresentación de su imagen digital.

El uso de las redes sociales, con su alcance global y tendencia evolutiva, tienen el carácter de un puente de comunicación, que también manifiesta rasgos transculturales que distinguen a otros grupos culturales; esto puede afectar en la formación de la identidad personal y cultural en un entorno donde los jóvenes usuarios de Internet se sienten conectados en la red, (Santos, 2018). Debido a su formación evolutiva, los jóvenes aún se encuentran en la etapa de definición de su identidad personal y cultural, buscando el sentido de pertenencia a su lugar de origen, por lo que son particularmente vulnerables a las consecuencias negativas del uso intensivo del uso de las redes sociales como Facebook, WhatsApp, Instagram y entre otras, tal como afirma Fernández (2020).

Según datos recopilados por las herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, 2022), a través de su estudio encontró el 68 % de la población total del Perú de 32,3 millones de personas está en línea, el número de usuarios de redes sociales ha llegado a 22 millones que utilizan teléfonos móviles para acceder a las redes sociales, nuestro país tiene actualmente 22 millones de usuarios de Facebook, su incidencia al aumento va del 10 % en el mes del año 2022. Curiosamente, el 91 % de los usuarios se conecta a través de equipos móviles, de los cuales el 45 % son mujeres y el 55 % hombres, (Vizcarra, 2019).

En la revisión de la literatura se encontró estudios nacionales como, Portales y Vásquez (2019) que examinaron la influencia de las redes sociales en la estructura de identidad cultural de la nueva generación; soslayando que el uso de la red social Facebook influyó en cambios en la identidad cultural de los estudiantes de secundaria, lo que indicó

que los adolescentes habían perdido interés en diferentes interpretaciones sobre costumbres, festividades y tradiciones culturales y ambientales. En la literatura internacional, se encontró que la promoción de la identidad se analizó desde una perspectiva sociopsicológica, describiendo tres factores de la identidad, los contextos sociales la familia, las amistades y la sociedad y la interacción entre las identidades personales y sociales (Crocetti et al., 2023), llegando a la conclusión que hay diversas percepciones entre los enfoques de identidad personal e identidad social y quede ser una agenda de estudio. En su estudio midió los procesos de identidad personal y las identificaciones sociales, basadas en la aculturación y la amistad (Crocetti et al., 2024). Además para medir los usos y necesidades de la redes sociales en su estudio se encontró un alto uso del Facebook, así como sus usos y necesidades están fuertemente correlacionadas (Ali et al., 2020).

Dentro de las brechas detectadas, nos sugieren que se debe realizar más investigaciones para comprender cómo se forman las identidades en los adolescentes y sus relaciones intergrupales en su experiencia de socialización (Crocetti et al., 2023), así como seguir analizando los procesos de identidad personal y social con los tres procesos Interacción continua entre compromisos, Exploración a profundidad y Reconsideración (Crocetti et al., 2024). Además se requiere seguir midiendo los usos y necesidades de las redes sociales y ampliar este instrumento de medida en estudios transversales y longitudinales (Ali et al., 2020).

En esta problemática, tenemos a los estudiantes de secundaria de la zona alto andina de Tarata de la región de Tacna. Se sabe que los estudiantes de secundaria utilizan las redes sociales, en sus dispositivos móviles, para conocer y comunicarse con usuarios en la red de

otros lugares y experimentar diferentes formas de interactuar y de promocionar su identidad del yo y su cultura. Muy a pesar de que en la zona alto andina de Tarata carecen de conectividad de alguna operadora de la red de internet se agencian de la línea de internet del vecino país de Bolivia y Chile puesto que estas comunidades son cercanas a las fronteras de los países ya mencionados, para poder conectarse e interactuar en estos medios.

En este sentido, la importancia de este estudio radica en como las redes sociales impacta en la apropiación de su identidad personal y cultural, por ello es necesario identificar el grado de uso y necesidades que experimentan los estudiantes en las redes sociales, ya que el instrumento parte del modelo de usos y gratificaciones y además ha sido elaborado en contextos poco favorecidos en el uso de internet, con alta pobreza, que va muy de acuerdo con el caso que analizaré en una zona rural, que permitirá saber cómo interactúan, porque lo hacen y cuáles son las necesidades fundamentales que favorecen a la promoción de su identidad personal.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación que existe entre el uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024?

1.2.2. Problemas específicos

PE1 ¿Cuál es el nivel de relación de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que viven en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024?

PE2 ¿Cuál es el grado de relación de las necesidades cognitivas de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024?

PE3 ¿Cuál es la relación de las necesidades afectivas en las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024?

PE4 ¿Cuál el grado de relación de las necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024?

PE5 ¿Cuál el grado de relación de las necesidades integrativas sociales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024?

1.3. Justificación

Este estudio de investigación se justifica en la necesidad de comprender a fondo, la incidencia de la relación del uso de las redes sociales en la formación de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna, es un tema relevante y actual que requiere ser investigado (Crocetti et al., 2023; Crocetti et al., 2024; Ali et al., 2020). La metodología adoptada fue fundamental para abordar las complejidades de este fenómeno en evolución, ya que existen escasos estudios relacionados a la identidad cultural (Giménez, 2011), al igual que identidad personal (Gómez-Urrutia & Figueroa, 2022). Por lo que, a través de encuestas, se buscará obtener una comprensión holística de cómo las interacciones en redes sociales tienen un efecto positivo o negativo en la promoción de la identidad personal y cultural en los estudiantes, en esta población específica de la edad escolar.

Desde una perspectiva práctica, esta investigación buscó proporcionar información valiosa y efectiva para los educadores, padres y profesionales de la educación que trabajan con estudiantes en la zona alto andina de Tarata. Conocer los efectos del uso y necesidades de las redes sociales en la identidad personal y cultural les permitirá implementar estrategias y programas que promuevan un uso responsable y saludable de estas plataformas, así como fortalecer la identidad individual y colectiva de los estudiantes que puede ser alentada por la sociedad y los padres (Salehi Yegaei et al., 2023). Por lo tanto, se pretende analizar el impacto significativo en la promoción de una identidad a través de las redes sociales.

Esto puede fomentar un diálogo más informado y promover la preservación de la identidad cultural frente a la influencia externa (Pertegal-Felices et al., 2020).

Desde una perspectiva teórica, esta investigación permitió ampliar el conocimiento en el campo de la psicología social y el impacto de la tecnología en la identidad. Se explorarán conceptos del uso de las redes sociales y necesidades: Cognitivas, afectivas, personales y sociales y su efecto en la formación de la identidad (Ali et al., 2020) . Esto contribuirá a enriquecer la literatura académica y ofrecerá nuevas perspectivas sobre el tema.

Además, la zona alto andina de Tarata presenta particularidades culturales y geográficas que hacen necesario investigar cómo el uso de las redes sociales está relacionado con la identidad personal y cultural de los estudiantes en esta región, ya que existen escasos estudios al respecto (Pertegal-Felices et al., 2020). La preservación de la identidad cultural y el fortalecimiento de la identidad individual son aspectos fundamentales para asegurar el bienestar y desarrollo integral de los jóvenes en su entorno comunal creando un sentido de identidad y pertenencia (Smith-Castro, 2011). En esa línea analizaremos cómo se dan estas transformaciones y si están ocurriendo procesos de homogeneización o empoderamiento cultural.

La importancia de este proyecto también radica en su potencial para generar conocimiento aplicado y práctico, los resultados obtenidos podrán ser utilizados por educadores, padres y profesionales de educación y de diversos campos para implementar estrategias y programas que promuevan un uso responsable y saludable de las redes sociales, así como fortalecer la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de Tarata. En ese sentido la importancia del estudio se basa en la necesidad de generar conocimiento científico riguroso y actualizado sobre la relación entre las redes sociales y la promoción de la identidad (Pertegal-Felices et al., 2020), en contextos específicos como la

zona alto andina de Tarata. Esta investigación ofrece una visión más completa de los efectos de las redes sociales en la identidad personal y cultural de los estudiantes, permitiendo la implementación de estrategias y políticas más adecuadas para promover un uso responsable y saludable del uso de estas plataformas.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Analizar el grado de relación entre el uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

OE1 Demostrar el nivel de relación de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que viven en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024.

OE2 Determinar la relación de necesidades cognitivas de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024.

OE3 Establecer la relación de las necesidades afectivas en las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024.

OE4 Determinar el grado de relación de las necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes

que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024.

OE5 Identificar el grado de relación de las necesidades integrativas sociales del uso y de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024.

1.5. Formulación de hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

El uso de las redes sociales tiene relación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural en los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

1.5.2. Hipótesis específicas

HE1. Existe una relación significativa de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

HE2 Existe una relación significativa de las necesidades cognitivas de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

HE3 Existe una relación significativa de las necesidades afectivas en el uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata de la región Tacna en el año 2024.

HE4 Existe una relación significativa de las necesidades integrativas personales en el uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024.

HE5 Existe una relación significativa de las necesidades integrativas sociales en el uso de las redes sociales con la construcción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Capítulo II

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Internacionales

En la pesquisa de estudio cualitativo realizado por Posada (2018) exploró cómo los adolescentes y adultos jóvenes, aquellos con un coeficiente intelectual entre 15 y 24 años de edad, establecen que sus identidades culturales a través de su uso de las redes sociales en líneas. Cuyo objetivo fue analizar la incidencia de las redes sociales en la identidad artística de los adolescentes y jóvenes en Bogotá- Colombia. Metodología el estudio tuvo enfoque cualitativo, de diseño exploratorio- descriptivo, con carácter bibliográfico. Como muestreo de estudio se analizó los años 2007 y 2017. Conclusión se determinó que la creación de uno mismo se considera una empresa difícil, pero que merece la pena, y que encuentra su hogar en las prácticas ciberculturales del presente. A lo largo de la adolescencia, la identidad de una persona se establece en una conexión dialéctica sujeto – sociedad y es fluida y multidimensional. Por tanto, se propone llevar a cabo un experimento de campo utilizando metodologías participativas con adolescentes y adultos jóvenes, con la posibilidad de adoptar una estrategia adaptada a las plataformas de medios sociales más utilizadas.

Malo, Martín y Viñas (2018) realizaron un estudio con el propósito de comprender los factores que predicen el uso excesivo de las redes sociales, mediante la exploración del perfil psicológico. El estudio incluyó la evaluación de 1102 jóvenes españoles con edades entre 11 y 18 años. Para recopilar los datos, se utilizaron varios instrumentos, como el

Cuestionario de Personalidad de los Doce Factores, la Escala de Tipología Autoatribuida de Consumo de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la Escala de Apoyo Social Percibido y la Escala de Actitudes y Usos de los Medios y la Tecnología (Rosen, 2013) Los resultados revelaron que el uso excesivo de las redes sociales era más frecuente en mujeres. Se concluyó que ser parte de un grupo de consumidores excesivos y pasar más tiempo en las redes sociales podría representar un riesgo significativo que afecta la vida cotidiana de los adolescentes en edad escolar.

Avendaño (2017) llevó a cabo una pesquisa que se centró en el uso de la red social Facebook desde una perspectiva de identidad cultural en estudiantes de bachillerato de la Unidad Educativa del Milenio Penipe en Ecuador, durante el periodo de noviembre de 2016 a febrero de 2017. En cuanto a la metodología utilizada, se empleó un enfoque inductivo-deductivo que permitió analizar de manera detallada Facebook como red social y luego integrar sus elementos desde la perspectiva de la identidad cultural. La muestra de la investigación consistió en 147 encuestas y 5 entrevistas, que proporcionaron una evaluación de los pensamientos de los adolescentes, autoridades y representantes. Los resultados revelaron que el 90 % de los estudiantes tenían un perfil en esta red social, y el 55 % realizaba actividades como chatear y publicar información personal. Además, el 44 % de los adolescentes indicaron que modificaban su identidad cultural. Como conclusión, se determinó que la red social Facebook tiene un impacto en la identidad cultural, generando nuevos hábitos y rutinas basados en los servicios que ofrece la plataforma. Por lo tanto, es importante que las autoridades del Cantón Penipe promuevan de manera más intensa el legado ancestral a través de charlas, concursos, entre otros. En resumen, la comunicación se

reconoce como una fuente clave para el desarrollo de las comunidades y para las formas de vida de los seres humanos.

Olives (2018) llevó a cabo un estudio que se centró en jóvenes de 18 a 25 años de la Cdla Abel Gilbert en Guayaquil, Ecuador, y cómo Instagram se relaciona con sus identidades en evolución como artistas. La metodología utilizada fue de enfoque constructivista, con un diseño no experimental y un corte transversal. El tipo de estudio fue descriptivo y la muestra se seleccionó de manera no probabilística. Según los resultados, el 64 % de los participantes considera que el contenido publicado en las redes sociales es entretenido, pero carece de utilidad y beneficio para los jóvenes, y limita su capacidad para dedicarse a otras actividades. Además, el 70 % de los encuestados está de acuerdo en que el lenguaje visual de las redes sociales resulta intrigante, pero no lo consideran una herramienta significativa. En conclusión, la generación educada en internet depende en gran medida de las redes sociales y la información que proporcionan, como resultado de la agitación cultural y el cambio tecnológico. La mayoría de los adolescentes a menudo carecen de la madurez cognitiva necesaria para evaluar de manera crítica la gran cantidad de información que se publica diariamente en Internet.

2.1.2. Nacionales

Pardo y Espinoza (2020) llevaron a cabo un estudio de investigación titulado "La identidad cultural en el barrio del cercado de Huánuco a través de plataformas de medios sociales en el año 2020". Su objetivo principal era investigar cómo las comunidades en línea afectan el sentido de pertenencia de las personas a un grupo específico. En cuanto a la metodología, el estudio se basó en un enfoque descriptivo y transversal, y se trabajó con una

muestra de 382 participantes. Se utilizó un cuestionario como método para recopilar datos. Según el 76 % de los encuestados, las redes sociales están teniendo un impacto significativo en el estilo de vida de las personas, lo cual refleja la era actual de transformación digital que está alterando la forma en que trabajamos, aprendemos, vivimos e interactuamos entre nosotros. En Huánuco, los residentes muestran una preferencia notable por el uso de Facebook, WhatsApp, YouTube y Google en comparación con otras redes sociales. Al aprovechar adecuadamente estas plataformas digitales, se mejora la aplicación de las redes sociales al permitir que los usuarios generen sus propios discursos, compartiendo sus preferencias, creencias y otros aspectos relevantes.

Portales y Vasquez (2019), esta tesis examinó la relación entre el uso de la red social Facebook y la identidad cultural en estudiantes de nivel secundario en la I.E. Cesar Armestar Valverde, ubicada en la provincia de Trujillo, La Libertad, durante el año 2019. El objetivo principal del estudio fue analizar el uso de Facebook y su asociación con la identidad cultural de los alumnos. La metodología utilizada fue de naturaleza cuantitativa, con un enfoque de investigación básica y un diseño correlacional. La muestra consistió en 186 alumnos, y se emplearon cuestionarios tipo escala Likert como instrumentos de recolección de datos. Los resultados del estudio llevaron a la conclusión de que el uso de Facebook tiene una correlación directa con la identidad cultural en los estudiantes de 1° a 5° de secundaria. Esto se debe a que, al ingresar a este entorno digital, los adolescentes interactúan con sus compañeros y contactos que provienen de diferentes culturas, lo que despierta en ellos el deseo de adoptar otras costumbres y estilos de vida. Como resultado, sienten la necesidad de adaptarse a una nueva cultura para poder encajar y pertenecer a esta sociedad digital.

Lamentablemente, en los alumnos de Simbal se ha observado una pérdida de su identidad cultural y una falta de interés en revalorar su propia cultura, como consecuencia del uso constante de los medios digitales.

Valencia y Tacca (2020) llevaron a cabo una investigación titulada "Redes sociales y construcción de la identidad cultural en estudiantes de quinto año de secundaria en la I.E. Libertador Castilla en la provincia de Castilla, Arequipa". El objetivo principal del estudio fue examinar la relación entre el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes y la construcción de su identidad cultural. La metodología utilizada fue de naturaleza descriptiva correlacional y se basó en un diseño no experimental. La muestra consistió en 36 estudiantes y se utilizó una encuesta tipo cuestionario Likert como técnica de recolección de datos. Los resultados revelaron que el 55,6 % de los estudiantes presentaba un alto nivel de uso de las redes sociales, mientras que el 33,3 % tenía un nivel medio o regular y el 22,2 % tenía un nivel bajo. En cuanto a la identidad cultural de los alumnos, se encontró que el 44 % tenía una identificación cultural baja, mientras que solo el 27,8 % mostraba una identidad cultural fuerte. En conclusión, se determinó que las identidades culturales de los estudiantes de quinto año están positivamente relacionadas con su uso de las redes sociales. Esto se evidenció mediante una relación inversa y significativa con un valor $p=0,000 < 0,05$ y una puntuación de rho de Spearman de -0,800, lo que indica una alta significancia.

Gala (2022) desarrolló una revista de investigación que se centró en la identidad cultural en recién nacidos en entornos virtuales, con especial énfasis en el significado y la comprensión de esta idea en las personas. El objetivo principal de esta investigación fue examinar cómo se desarrollan las identidades culturales en los adolescentes en entornos en

línea. Se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo y descriptivo. El estudio se llevó a cabo en Lurigancho, Lima, y se trabajó con aproximadamente 60 niños en edad escolar, con edades comprendidas entre los 4 y 5 años. Se aplicó el cuestionario de Isajiw (1981), que sirvió como base para las 18 preguntas formuladas y organizadas en 5 dimensiones. Los resultados revelaron un alto nivel de identificación cultural en el 80 % de los recién nacidos, mientras que el 20 % mostró un nivel moderado. Además, se observó un alto nivel de amistades dentro del grupo cultural en el 70 % de los bebés. En base a estos hallazgos, se concluye que debería implementarse un programa de identidad cultural en la estrategia pedagógica de todos los niveles de educación básica, con el fin de fomentar que los niños y adolescentes abracen su identidad desde temprana edad.

2.1.3. Locales

A nivel local se encontró literatura limitada con relación a las redes sociales y la identidad personal y cultural, en esa línea suscribimos a:

Santos (2023) En su estudio sobre redes sociales e identidad personal y cultural, cuyo objetivo principal fue analizar y determinar el impacto de las redes sociales en la formación de la identidad personal y cultural de los estudiantes de educación secundaria en la Institución educativa. Simón Bolívar del Centro Poblado Menor de Santa Cruz de la provincia de Candarave, 2023. Metodológicamente, el estudio es de tipo básico; de diseño no experimental, descriptivo correlacional y de carácter transversal. La población y muestra fue constituida por un total de 39 estudiantes de primero a quinto grado de educación secundaria, no se requirió aplicar la formula ecuacional para hallar la muestra, sino que se optó por muestro no probabilístico y a criterio convencional del investigador. Como instrumento de

recolección de datos, se utilizó el cuestionario estructurado y validado por juicios de expertos para su aplicación. Resultados: el 71,8 % de estudiantes en su mayoría muestran regular nivel de uso de las redes sociales en su proceso de formación escolar; el 48,7 % de estudiantes muestran regular nivel de formación de identidad personal, así como también se observa que el 43,6 % presentan regular nivel de formación de identidad cultural. Por lo que se comprueba que las redes sociales producen impacto positivo significativamente de nivel moderado en la formación de la identidad personal y cultural en estudiantes de la institución educativa Simón Bolívar del Centro Poblado Menor de Santa Cruz de la provincia de Candarave, 2023; debido al resultado obtenido por medio de la estadístico de Chi-cuadrado X^2 de 13,797 puntos, con un nivel de significancia bilateral de Sig. de 0,008 menor a 0,05 de alfa; por tanto se determina que ambas variables son dependientes.

Palza (2022) llevó a cabo un estudio titulado "Las redes sociales y su influencia en la organización de actividades sociales en Tacna, 2022" con el objetivo de determinar si las redes sociales tienen un impacto en la organización de actividades sociales en la ciudad de Tacna. El diseño del estudio fue básico, no experimental y transversal, con un enfoque descriptivo en cuanto al nivel de explicación. Se trabajó con 20 organizadores de eventos públicos en la ciudad de Tacna durante el año 2022, y se realizaron entrevistas a varios participantes. La metodología utilizada consistió en encuestas tipo cuestionario para medir cada variable.

Entre los resultados encontrados, se destacó un alto nivel de percepción del uso de las redes sociales, con un 45 % para Facebook, un 30 % para Instagram y un 30 % para WhatsApp. Además, se observó un nivel alto en la organización de eventos públicos, con un

30 % en el diseño, un 35 % en la planificación y un 20 % en la producción. Al probar la hipótesis general, se obtuvo un r^2 de 0,913, lo que indica una significancia estadística con un valor $p = 0,000 < 0,05$ (nivel de significancia). Como resultado, se concluyó que las redes sociales tienen una influencia significativa en la organización de eventos públicos en la ciudad de Tacna durante el período de 2022. Los coeficientes obtenidos permitieron desarrollar modelos de regresión lineal simple que indican que, al implementar las redes sociales, las empresas de la industria de eventos sociales podrían obtener mejores resultados en sus operaciones.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. *Definición de las redes sociales*

Gracias a la interconexión de nuestra sociedad, las personas tienen la oportunidad de adquirir conocimientos tanto en entornos formales como informales, gracias al uso de las redes sociales, que a menudo incorporan las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). (Aparicio, et al., 2019), citado por (Ochoa y Barragán, 2022, p.2). En los últimos tiempos, las redes sociales han generado una transformación completa en el ámbito de las comunicaciones, convirtiéndose en un fenómeno social que ha tenido un impacto en todos los aspectos de la vida humana. (Flores, et al., 2017).

Las redes sociales no imponen restricciones en cuanto a la capacidad de las personas para disfrutar, chatear, relajarse, socializar, conectarse, negociar, realizar transacciones y llegar a acuerdos. Durante el auge de la epidemia, estas plataformas experimentaron un aumento en su popularidad debido a que Internet permitía que el mundo continuara

funcionando cuando los medios de comunicación convencionales se volvían inaccesibles. (Sierra y Barrientos, 2021).

El crecimiento de las redes sociales ha sido un fenómeno que ha tenido un efecto tanto globalizador como homogeneizador, ya que se caracterizan por ser una poderosa herramienta de comunicación. No obstante, es importante resaltar que los contextos de los jóvenes que utilizan Internet pueden verse influenciados por elementos interculturales que definen a otros grupos culturales, como se menciona posteriormente (Cueto, 2018; citado por Árevalo, Henríquez y Erazo, 2022).

El uso de las redes sociales en línea ha acortado las distancias en el mundo, lo cual es beneficioso para conocer y comprender diferentes culturas. No obstante, esta mayor exposición a diversas formas de vida puede afectar el desarrollo en la propia identidad cultural. (Manzano, 2018).

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten a las personas conectarse, interactuar y compartir información con usuarios de todo el mundo. Estas plataformas facilitan la creación de perfiles individuales o de grupos, donde los usuarios pueden publicar contenido multimedia, establecer relaciones virtuales, participar en conversaciones y acceder a noticias, eventos y tendencias actuales. El uso de las redes sociales ha transformado la forma en que nos comunicamos, permitiendo una comunicación instantánea y bidireccional, y han generado un nuevo espacio social en línea donde se desarrollan relaciones personales, se comparten intereses comunes y se fomenta la participación activa en la comunidad virtual.

2.2.2. *Uso de las redes sociales*

Dentro de una red social, todas las características y configuraciones se encuentran de manera organizada en la misma interfaz. Algunas de las funcionalidades más reconocidas incluyen los juegos en línea, las salas de chat, los servicios de mensajería y los weblogs. (Campos y Rúas, 2015)

Es importante tener en cuenta que las personas utilizan las redes sociales por diversas razones. A continuación, se presentan algunas razones:

- Las redes sociales permiten a las personas mantenerse conectadas con amigos, familiares y conocidos, incluso a larga distancia y así fortalecer sus relaciones personales.
- Estas herramientas sociales ofrecen una plataforma para comunicarse, las personas pueden enviar mensajes privados, participar en conversaciones públicas o utilizar servicios de videollamadas para interactuar con otros en tiempo real.
- Muchas personas utilizan las redes sociales como una fuente de entretenimiento, pueden disfrutar de contenido audiovisual, seguir a sus artistas favoritos, participar en juegos en línea, ver videos divertidos o leer noticias y artículos interesantes.
- Las redes sociales brindan a las personas la oportunidad de expresarse y compartir sus pensamientos, ideas, opiniones, cultura y creatividad. Pueden publicar contenidos propios, como fotos, videos, escritos o música, y entre otros.
- También se utilizan como una fuente de información, las personas pueden seguir a empresas, organizaciones o expertos en determinados temas para obtener noticias, consejos, recomendaciones o aprender sobre temas de interés.

- Las redes sociales ofrecen una plataforma para promover productos, servicios o habilidades personales, las empresas pueden utilizarlas como herramienta de marketing, mientras que los profesionales pueden establecer contactos y oportunidades laborales a través de la red.

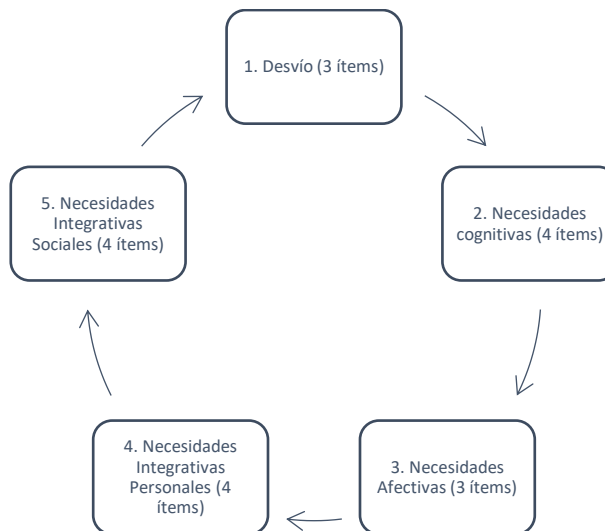
Las redes sociales juegan un papel importante en el logro de una amplia gama de metas y propósitos aquí mencionamos algunas de ellas.

- Entender a los usuarios.
- Proporcionar información a los usuarios.
- Fomentar la formación de comunidades a través de interacciones.
- Proporcionar entretenimiento a los usuarios.
- Generar comunidades de seguidores leales.
- Estimular la creación de necesidades.

Para trabajar este estudio me enfoqué en la teoría de uso y gratificación propuesta a través de un instrumento psicométrico de los autores (Ali et al., 2020), que elaboró un instrumento para un contexto de pobreza, de no fácil acceso al internet, basado en 5 dimensiones:

Figura 1.

Elementos de la teoría de uso y gratificación en las redes sociales tomado de (Ali et al.,2020)



Fuente: Elementos de la teoría de uso y gratificación en las redes sociales tomado de (Ali et al., 2020)

2.2.2.1. Características de las redes sociales

Dado que la comunicación en línea se basa en el contacto constante entre los usuarios de Internet, resulta evidente que el lenguaje desempeña un papel fundamental como herramienta principal para lograr su objetivo analizado. (Candale 2017)

Las características distintivas de las múltiples opciones disponibles revelan los diferentes tipos de comunicación inherentes al entorno digital. (Manzano, 2018)

2.2.2.2. Clasificación de las redes sociales

Uno de las exigencias fundamentales en relación con los objetivos para clasificar las redes sociales se describe de la siguiente manera: (Olives, 2018)

- Facebook, Twitter y otras plataformas similares son ejemplos de redes sociales de carácter personal.

- LinkedIn, Xing y Viadeo son plataformas de redes sociales orientadas al ámbito profesional.
- Tuenti, Hyves y Xianoei son espacios de redes sociales con un alcance regional específico.

De manera rigurosa, se establece la categorización de las redes sociales según el sistema desarrollado por (Vayas, Entada y Méndez, 2018), el cual se presenta a continuación:

- Redes directas: Estas redes sociales consisten en grupos de individuos que se comunican entre sí, basándose en el respeto mutuo y en intereses similares.
- Cada miembro tiene el control sobre la información que comparte con el grupo en su conjunto, dependiendo de la información contenida en ellos y de cómo se configuran sus perfiles.
- Redes indirectas: Estas redes son aquellas en las que se oculta la identidad de sus miembros, ya que los contenidos son seleccionados y moderados por una sola persona o un pequeño grupo de personas interesadas en un tema común.

2.2.2.3. Principales redes sociales:

La facilidad de la movilización, la expresión de ideas y el intercambio de experiencias se ha visto potenciada gracias a la amplia cobertura y penetración del mundo en línea (plataformas como Twitter, Facebook, WhatsApp, Instagram y entre otros).

a) Facebook:

Facebook es una red social en línea que permite a las personas conectarse y comunicarse con amigos, familiares y conocidos, así como descubrir y compartir contenido de su interés. Es una plataforma versátil que ofrece diversas funciones, como publicar actualizaciones de estado, compartir fotos y videos, unirse a grupos temáticos, seguir a páginas de interés, participar en eventos y chatear en tiempo real. Además, Facebook ha evolucionado para convertirse en un espacio donde las empresas y los creadores de contenido

pueden promocionarse, interactuar con su audiencia y alcanzar un mayor alcance. Con su amplia base de usuarios en todo el mundo, Facebook se ha convertido en una parte integral de la vida digital de muchas personas, brindando una plataforma para la conexión social, el descubrimiento de contenido y la participación en comunidades en línea.

b) Twitter:

Twitter es una red social de microblogging que permite a los usuarios compartir mensajes breves, conocidos como "tweets", con una audiencia global. Cada tweet tiene un límite de 140 caracteres, lo que fomenta la concisión y la inmediatez en la comunicación. A través de Twitter, los usuarios pueden seguir a otros perfiles y recibir actualizaciones en tiempo real de personas, organizaciones, medios de comunicación y celebridades de su interés. Esta plataforma se ha convertido en un espacio para el intercambio de noticias, opiniones, tendencias y contenido multimedia, que abarca una amplia gama de temas. Además, Twitter facilita la interacción y la participación en conversaciones públicas a través del uso de hashtags y menciones, lo que fomenta la colaboración y el debate en tiempo real. Con su naturaleza rápida y accesible, Twitter se ha convertido en una herramienta poderosa para el periodismo ciudadano, la difusión de información en tiempo real y la conexión con una comunidad global diversa.

c) Instagram:

Instagram es una red social basada en la compartición de fotos y videos que permite a los usuarios capturar momentos, expresar su creatividad y conectar con otros a través de contenido visual, en esta plataforma social, los usuarios pueden subir y editar sus fotos y videos con una amplia variedad de filtros y herramientas de edición, antes de publicarlos en Facebook, Twitter, Tumblr o Flickr, lo que les permite personalizar y mejorar su apariencia.

Además, los usuarios pueden seguir a otros perfiles y recibir actualizaciones de sus amigos, celebridades, marcas y creadores de contenido favoritos. Instagram también ofrece funciones como historias efímeras, donde los usuarios pueden compartir momentos diarios que desaparecen después de 24 horas, y la posibilidad de descubrir contenido inspirador a través de la pestaña de explorar. Con su enfoque en el contenido visual y la creatividad, Instagram se ha convertido en una plataforma popular para compartir momentos importantes, descubrir tendencias, promover marcas y establecer conexiones significativas en línea.

d) WhatsApp:

WhatsApp es una aplicación de mensajería instantánea de chat, red social que permite a los usuarios enviar mensajes de texto, realizar llamadas de voz y video, compartir fotos, videos, documentos y ubicaciones en tiempo real, dicha plataforma se basa en los contactos existentes del usuario, lo que facilita la comunicación directa con amigos, familiares y colegas. WhatsApp es ampliamente utilizado en todo el mundo debido a su accesibilidad y facilidad de uso en dispositivos móviles. Además de las conversaciones individuales, WhatsApp también permite crear grupos de chat, lo que facilita la comunicación y la colaboración en equipos y comunidades. La aplicación utiliza encriptación de extremo a extremo para asegurar la privacidad y la seguridad de las conversaciones, lo que ha contribuido a su popularidad. WhatsApp se ha convertido en una herramienta esencial para mantenerse conectado, tanto a nivel personal como profesional, y ha revolucionado la forma en que las personas se comunican en la era digital.

e) Tik Tok:

El Tik Tok es definido como una empresa cuya misión es capturar y presentar la creatividad, el conocimiento y los momentos más valiosos de la vida directamente desde el

teléfono móvil. Este TikTok permite a todos ser creadores y alienta a los usuarios a compartir su pasión y a expresarse creativamente a través de sus videos (Mohsin 2021).

2.2.3. *Redes sociales en la educación*

De acuerdo con Alvarado, et al. (2019), se destaca que el tiempo que los jóvenes invierten en línea ya no se considera tiempo desperdiciado, ya que están adquiriendo habilidades técnicas y de comunicación que son esenciales en el entorno contemporáneo. Existen evidencias que indican que los estudiantes tienen una actitud positiva hacia el uso de las redes sociales con fines académicos, lo que demuestra que estas plataformas tienen un enorme potencial más allá de su función social inicial como espacios de contacto, información y entretenimiento.

Las redes sociales permiten y promueven el acceso a diversas fuentes de información que respaldan y facilitan el aprendizaje constructivista y colaborativo, así como el contacto con expertos. Además, brindan la oportunidad de publicar y compartir información, fomentando el autoaprendizaje, el trabajo en equipo, la comunicación y la retroalimentación. Estas herramientas y recursos digitales en conjunto hacen que el aprendizaje sea más participativo y significativo, creando un entorno de aprendizaje dinámico. (Prada, Hernández y Maldonado, 2020)

2.2.4. *Dimensiones de las redes sociales*

A partir de la revisión de la literatura encontrada en la teoría de uso y gratificación propuesta a través de un instrumento psicométrico de los autores (Ali et al., 2020), se han podido identificar las siguientes dimensiones:

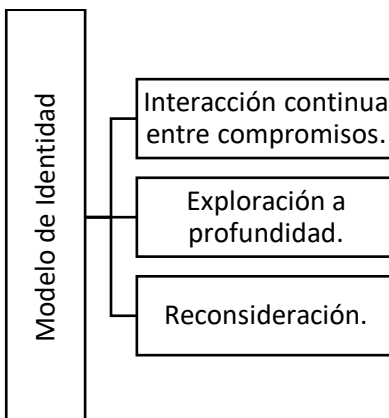
- a) Dimensión necesidades de desvío
- b) Dimensión necesidades cognitivas

- c) Dimensión necesidades afectivas
- d) Dimensión necesidades integrativas personales
- e) Dimensión necesidades integrativas sociales

2.2.2. Identidad personal y cultural

Según Fernández (2020), la vinculación individual o grupal a una comunidad cultural implica compartir valores, creencias, formas de comunicación, tradiciones, expresiones culturales, lazos afectivos, lingüísticos, entre otros aspectos. Estos elementos se consideran como propios y generan un sentimiento de pertenencia y reconocimiento mutuo. También está relacionada a la capacidad de asociarse y pertenencia a un grupo o comunidad asumiendo roles consigo mismo y la sociedad, representado en un modelo psicológico social del yo (Nematzadeh y Haddad Narafshan, 2020). La identidad se presenta en dos esferas a nivel individual (¿Quién soy yo? ¿Quién eres tú?) y a nivel colectivo (¿Quiénes somos nosotros? ¿Quiénes son ellos?), que están influenciados por las interacciones y dinámicas de los individuos y grupos (Crocetti et al., 2023).

Según las sugerencias de Vásquez (2017), el sentido de identidad de un individuo, tanto en su singularidad como en los aspectos compartidos con otros, se forma a través de un proceso reflexivo de autorreconocimiento en el cual el individuo adopta y se apropia de un conjunto de símbolos y significados. En tal sentido, la identidad personal se asocia al modelo propuesto por (Crocetti et al., 2023).

Figura 2.*Modelo de Identidad.*

El compromiso refiere al desarrollo y a la confianza en sí mismo, ligado a la identidad personal que se enmarca en el 'yo' (Crocetti et al., 2023). Por lo que, la identidad personal es el conjunto de características, creencias, valores, experiencias y atributos que definen a una persona y la distinguen de los demás. La identidad personal incluye aspectos como el género, la etnia, la cultura, la orientación sexual, las creencias religiosas, las habilidades y talentos, las preferencias y las metas personales. La identidad personal es dinámica y puede evolucionar a lo largo del tiempo a medida que la persona experimenta cambios, adquiere nuevas experiencias y reflexiona sobre su propia identidad (Crocetti et al., 2023). Es un aspecto fundamental de la individualidad y juega un papel clave en la formación de la autopercepción, las relaciones interpersonales y la construcción de una vida significativa.

De acuerdo con la afirmación de O'Connor y Faas (2012, citado por Cobano y Llorent, 2017), la "identidad cultural" se refiere a los atributos que una persona desarrolla como resultado de su identificación con un grupo social específico. En otras palabras, es algo

que se forma internamente en nosotros como consecuencia de nuestra socialización cultural; es la conexión que sentimos con un grupo al que atribuimos características compartidas.

Por lo tanto, la identidad cultural representa tanto la expresión individual como la cultural a través del individuo, reflejando un conjunto de valores éticos y estéticos que promueven la familiaridad y la comprensión mutua entre los miembros de un grupo. Según Velásquez (2012, citado por Cobano y Llorent, 2017), el sentido de pertenencia de una comunidad puede ser reconocido a través de su cultura material, como edificios, herramientas y obras de arte, así como de su cultura espiritual, que incluye tradiciones orales, costumbres y peculiaridades.

El lenguaje, la creación y consumo de símbolos y estereotipos por parte de los seres humanos a lo largo de su vida, se convierten en el canal a través del cual se transmite la identidad cultural. No se trata simplemente de un fenómeno aislado, sino más bien de un proceso en el que se construye el conocimiento y la percepción de la realidad a nivel nacional.

2.2.3. Teoría de la identidad cultural de STUART HALL

El pionero de los estudios culturales, Stuart Hall, define la cultura como "los mapas de significado que nos ayudan a comprender el mundo", estableciendo una conexión entre lo simbólico y lo social. A lo largo de sus vidas, las personas desarrollan su sentido de sí mismas, influenciado por sus interacciones y comunicaciones con los demás (Grossberg, 2017).

En otras palabras, dado que las percepciones de cada individuo son únicas, no hay dos personas que vean el mundo de la misma manera. Si consideramos que la cultura consiste en los estímulos que dirigen el comportamiento de una persona (desde su perspectiva),

entonces esa persona reaccionará de manera consistente cuando se le presente el mismo estímulo, ya que la cultura representa los estímulos que guían sus acciones.

2.2.4. *Enfoque del desarrollo de la identidad personal y cultural*

Vásquez (2017) presenta los siguientes elementos en su descripción:

- a) Enfoque esencialista: Se refiere al concepto del yo como algo intrínseco, centrándose en la longevidad de las características culturales observables y en el apego hacia el propio pueblo o grupo étnico.
- b) Enfoque subjetivo: Considera la etnicidad como la forma en que las personas reconocen y celebran su singularidad en relación con el resto del mundo, poniendo énfasis en la perspectiva individual y subjetiva.
- c) Enfoque sustancial: Se refiere al reconocimiento por parte de las personas de su pertenencia a un grupo étnico como una categoría de adscripción que influye en las interacciones y relaciones sociales.
- d) Enfoque social: Cuando las identidades comunican significados que son relevantes para múltiples actores en un contexto determinado, se vuelven socialmente operativas. La construcción de las identidades sociales es el resultado de la influencia del tiempo y la cultura.

2.2.5. *Componentes de la identidad cultural*

En la misma línea, se distinguen los siguientes componentes:

- a) Componentes externos: se refieren a las conductas sociales y culturales que son observables, como el idioma de origen, las relaciones de amistad con miembros de otros grupos, la funcionalidad del grupo cultural, los medios de comunicación del país y las tradiciones culturales.
- b) Componentes internos: hacen referencia a los aspectos cognitivos, emocionales y morales de una persona.

2.2.6. Identidad cultural y educación bilingüe

De acuerdo con las afirmaciones de De La Mata y Santamaría (2010 citado por Cobano y Llorent, 2017), la educación formal no solo se valora como una fuente de conocimiento científico y técnico, sino también como una educadora en términos cívicos y morales. Desde esta perspectiva, podemos apreciar cómo la educación formal impulsa la adquisición de virtudes cívicas y el desarrollo del pensamiento crítico. Además, contribuye a la evolución del concepto de persona en la era moderna: el ciudadano. Este último aspecto desempeña un papel fundamental en la formación y fortalecimiento de la identidad cultural de un individuo.

Considerando esta perspectiva, es evidente que la educación juega un papel crucial en establecer los cimientos para el diálogo intercultural, promoviendo un ambiente de aceptación y apreciación de la diversidad cultural. Los enfoques pedagógicos interculturales están siendo implementados en las escuelas como respuesta a esta necesidad actual. En el mundo occidental, se pueden encontrar diversos ejemplos de programas educativos interculturales que enfatizan la adopción de las normas y valores de la cultura receptora.

La investigación realizada por Basarab (2015) resalta la importancia de desarrollar una identidad cultural capaz de adaptarse a los diversos entornos sociales, políticos y culturales de la vida contemporánea. Según el autor, comprender las diferencias culturales es el elemento clave para lograr una comunicación intercultural efectiva.

El Sistema de Educación Intercultural Bilingüe ha sido afectado por diversas circunstancias, como desafíos económicos, crisis de salud y el confinamiento social, impactando a jóvenes, adolescentes y adultos. Como resultado de una serie de reformas, el

sistema educativo en su conjunto se vio obligado a cambiar de la modalidad presencial a la virtual. Esta transición a la enseñanza en línea ha presentado obstáculos adicionales para el proceso de consolidación de la identidad cultural, especialmente debido a la falta de acceso a Internet por parte de los alumnos en comunidades rurales y algunos profesores que viven en áreas remotas y no están familiarizados con la tecnología (Crespo, Diaz y Toapanta, 2022).

2.2.7. La Identidad personal y cultural

Identidad personal:

De acuerdo con la investigación elaborada por Quiroga y colaboradores (2021), se plantea que la identidad personal se refiere a los aspectos únicos y específicos de una persona. Estos aspectos abarcan elementos como el sentido de autosuficiencia, características físicas, estilo interpersonal, características psicológicas, peculiaridades del carácter, inclinaciones, gustos, aversiones, y más. En otras palabras, el individuo tomará acciones para llamar la atención de los demás, establecer una conexión con ellos, y desarrollar un sentido propio en relación con el mundo que lo rodea.

La identidad personal se refiere a la percepción y comprensión que una persona tiene de sí misma como un ser único e individual, es la construcción interna de la propia identidad, que incluye una variedad de elementos como creencias, valores, roles sociales, características físicas, emociones, habilidades, intereses y experiencias personales. La identidad personal es el resultado de la interacción compleja entre factores biológicos, psicológicos, sociales y culturales, y se desarrolla a lo largo de toda la vida de una persona a través de procesos de autorreflexión, autoevaluación y autodescubrimiento. Es una dimensión fundamental de la

identidad humana, ya que influye en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos, nos relacionamos con los demás y nos posicionamos en el mundo.

En la interacción en las redes sociales, los adolescentes suelen construir una imagen de sí mismos, colocando una fotografía personal o breves historias acompañadas de imágenes para captar la atención de los demás, logrando que los puedan seguir dando un like a su identidad (entre ellos me gusta o siguiendo), por ello, eligen plataformas como Facebook, Instagram o TikTok (entre otras), para tener la aprobación o desaprobación entre sus seguidores (Gómez y Figueroa, 2022).

Para efectos de medir la identidad digital, se tomaron las propuestas adaptadas de Davis (2013) y Sohier y Brée (2017). La escala de Davis (2013) propone dos dimensiones en 11 ítems, mostrados como una escala tipo Likert de cuatro puntos: comunicación online entre pares (online peer communication) y expresión y exploración de la identidad online (online identity expression and exploration). La escala elaborada por Sohier y Brée (2017) plantea cuatro dimensiones en 14 ítems, presentados como una escala tipo Likert. Las escalas originales en inglés fueron traducidas utilizando el método del back translation; revisada por dos traductores psicólogos. La versión final del instrumento uso las siguientes dimensiones: Multiplicidad, reputación virtual, sociabilidad virtual y autoexpresión y exploración asumido en el trabajo de (Gómez y Figueroa, 2022) en estudiantes chilenos. Y se define de la siguiente manera:

Multiplicidad del yo: Esta dimensión se refiere a la capacidad de los adolescentes de presentar diferentes facetas de su identidad en diversas plataformas digitales. Implica la

creación de múltiples perfiles o representaciones que pueden variar según el contexto social, lo que permite a los individuos explorar y expresar distintas partes de sí mismos.

Reputación virtual: Esta dimensión aborda cómo los adolescentes perciben y construyen su reputación en línea. Incluye aspectos como la gestión de la imagen personal, la influencia de las interacciones en redes sociales, y cómo estas afectan la percepción de los demás sobre ellos. La reputación virtual puede tener un impacto significativo en la autoestima y las relaciones sociales.

Sociabilidad virtual: Esta dimensión se centra en la capacidad de los adolescentes para establecer y mantener relaciones interpersonales a través de plataformas digitales. Examina cómo las redes sociales facilitan la conexión con amigos, familiares y nuevas personas, así como el impacto de estas interacciones en su vida social y emocional.

Autoexpresión y exploración: Esta dimensión se refiere a la libertad y las oportunidades que tienen los adolescentes para expresarse y explorar su identidad a través de los medios digitales. Involucra la publicación de contenido personal, la participación en comunidades en línea y el uso de las redes sociales como un espacio para experimentar con su identidad y recibir retroalimentación de sus pares (Gómez y Figueroa, 2022).

Identidad cultural:

Según Gala (2012), citado por Vásquez (2017), el sentido de comunidad y el valor que se le otorga a la herencia cultural propia son elementos que enriquecen la comprensión de lo que implica ser humano. Estos recursos amplían la perspectiva y motivan tanto a individuos como a comunidades a valorar su historia mientras aprovechan las contribuciones externas que resaltan su singularidad.

La dimensión de la identidad cultural se refiere a la percepción y comprensión que una persona tiene de sí misma en relación con su pertenencia a un grupo cultural específico, la forma en que un individuo se identifica y se conecta con los aspectos culturales que influyen en su vida, como la lengua, las tradiciones, las costumbres, las creencias, los valores y las normas de su grupo cultural. La identidad cultural lingüístico es moldeada por la interacción entre factores individuales y sociales, incluyendo la educación, la socialización, la historia familiar y el entorno cultural en el que se desarrolla la persona. La dimensión de la identidad cultural es fundamental para la construcción de la identidad personal, ya que influye en la forma en que nos percibimos a nosotros mismos, nos relacionamos con los demás y nos posicionamos dentro de una comunidad cultural más amplia.

Según el Ministerio de Educación (MINEDU, 2022), desde una perspectiva pedagógica, la Educación Intercultural Bilingüe se fundamenta en la idea de que todos los estudiantes, sin importar su origen étnico o racial, merecen la oportunidad de desarrollarse y aprender a través de la integración de sus propias tradiciones culturales y lingüísticas. Esta concepción se basa en el reconocimiento de que los niños, adolescentes, jóvenes y adultos indígenas obtienen mayores beneficios al aprender español, como lengua de comunicación nacional, cuando pueden hacer referencia a sus propias expresiones culturales. En otras palabras, el plan nacional de Educación Intercultural Bilingüe para el 2021 tiene como objetivo mejorar la calidad de la educación, otorgándole un significado cultural y lingüístico, con el fin último de ayudar a estudiantes de diferentes comunidades a aprender y crecer juntos en entornos educativos interculturales y bilingües.

2.2.8. Las redes sociales en la comunicación y la formación de la identidad

En la actualidad, con el avance de la tecnología de la información y la digitalización, la identidad juega un papel cada vez más relevante. Es lógico pensar que cualquier cambio en la identidad social que se manifieste en los medios digitales tenga un impacto significativo. No obstante, los consumidores se han enfrentado a un obstáculo para identificarse debido a su involuntaria exposición en los medios digitales, como señala Lazo (2017).

Van Dijck (2016) plantea que en la sociedad tecnológicamente avanzada en la que vivimos, las actividades diarias de los usuarios pueden estar determinadas por diferentes plataformas que, a su vez, manipulan las acciones de los usuarios en función de sus intereses individuales. Los medios digitales se centran en encontrar su lugar en un mundo moldeado por la globalización y la era de la información. Durante la adolescencia, es normal que las personas busquen desarrollar su propia identidad. Estas personas están dispersas y, como se observa en los datos, se mantienen en constante comunicación a través de diversos canales en línea. Como resultado, los adolescentes siguen las tendencias y las ideas preestablecidas que son populares en estas plataformas digitales.

El modelo que se asume en este trabajo de investigación está enfocado en la propuesta de la identidad étnica medida con un instrumento aplicado en Costa Rica de Smith, realizado en el 2002 (Smith-Castro, 2011) y que fue retomado en el estudio de (Pertegal-Felices et al., 2020), donde se toma en cuenta las tres dimensiones: Afirmación étnica, elaboración de la identidad, conductas étnicas.

Dimensiones de la identidad personal y cultural

- **Afirmación étnica:**

Presenta un alto significado afectivo y valorativo de pertenecer a un grupo étnico, con altos niveles de valoración personal e identificación étnica con una tendencia a apoyar la diversidad étnica, teniendo en cuenta como se ven a sí mismos y como se ven con los otros al interactuar (Smith-Castro, 2011).

- **Elaboración de la identidad étnica:**

Refiere a la formación de la identidad étnica a través del tiempo, como se forman y practican las formas culturales, para que estas prácticas culturales puedan evaluarse, acogerse o rechazarse, tiene que ver con la propia cultura de pertenencia y sus condiciones sociales. (Smith-Castro, 2011).

- **Conductas éticas:**

Relacionada a la dimensión relacional, basada en la participación colectiva, donde se comparte sus tradiciones, costumbres, historia y su reconocimiento ante la sociedad, que revelan propiedad de posición y voluntad (Giménez, 2011).

2.3. Definición de conceptos claves

2.3.1. Facebook:

Esta plataforma de redes sociales combina formas de interacción tanto en tiempo real (a través de mensajes sincrónicos) como en asincrónicos (mediante comentarios en artículos y chats grupales que se pueden revisar posteriormente) (Valentina, 2017, p.16).

2.3.2. Generación digital – cultural:

Según Olives (2018, p.37), los jóvenes son los principales productores y consumidores de información en las redes sociales e Internet. Esta afirmación destaca la

creciente importancia de los jóvenes en el ámbito digital y su papel central en la generación y consumo de contenido en línea.

Además, la generación digital-cultural también se relaciona con la forma en que estos individuos se comunican, acceden a la información, consumen medios de comunicación y participan en la vida social y cultural a través de medios digitales. La cultura digital ha influido en sus valores, comportamientos, formas de pensar y en su visión del mundo.

2.3.3. *Redes sociales:*

Según Arévalo, Henríquez y Erazo (2022), las redes sociales en línea proporcionan una variedad de características que agilizan el tiempo y mejoran la comunicación, como la capacidad de acceder a calendarios, enviar correos electrónicos, utilizar mensajería instantánea, compartir imágenes y videos, y utilizar plataformas de blogs, entre otros.

2.3.4. *Identidad:*

Según lo mencionado por Christofides, Muise y Desmarais (citados en Van Dijck, 2016), las personas incrementan su popularidad al construir su identidad a través de las interacciones con un mayor número de individuos. En otras palabras, esto representa el resultado social que generan a través de lo que comparten con su entorno social.

2.3.5. *Interacción social:*

Las redes sociales permiten que las personas se conecten y se comuniquen sin importar la separación geográfica (Olives, 2018, p.41).

2.3.6. *Identidad cultural:*

La identificación cultural implica la sensación de pertenecer a un grupo social específico debido a características culturales compartidas. Esta identidad no es estática ni

única, ya que está en constante recreación, tanto a nivel individual como colectivo, y se nutre de nuevas experiencias e información (Campos, 2018).

Capítulo III

Metodología de la investigación

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

3.1.1. *Tipo de investigación*

El estudio es una investigación cuantitativa de tipo básica, centrado en la recolección y análisis de datos numéricos, se utiliza métodos estadísticos para identificar patrones, relaciones y generalizaciones, a través de encuesta.

El propósito de esta investigación fue impulsar el conocimiento sobre la relación de sus variables planteadas, así como la participación de los estudiantes en comunidades en línea en la promoción de su identidad y cultural en los educandos que residen en la zona alta de la provincia de Tarata en la región de Tacna, en el año 2024. Esto posibilita la recolección y el análisis de información numérica, el proceso de interpretación permitirá la explicación del fenómeno bajo investigación (Carpio, 2019). Esto se llevará a cabo con el propósito de complementar los resultados y lograr un mayor nivel de comprensión.

3.1.2. *Nivel de investigación*

Se utilizó el nivel descriptivo correlacional, que permitió describir y medir el grado de correlación de las variables, de interés de un fenómeno, cuyo objetivo es identificar y cuantificar la relación entre las variables bajo estudio, a través del cálculo de coeficientes de correlación.

Es un estudio que buscó establecer el nivel de relación entre las variables de interés. Para ello, utiliza métodos estadísticos, como coeficientes de correlación, con el fin de

determinar cuantitativamente el grado de asociación entre dichas variables (Tamayo y Tamayo, 1999, p. 47).

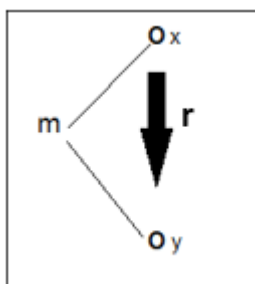
3.1.3. *Diseño de investigación*

Esta investigación se clasifica como un estudio descriptivo correlacional de tipo transversal, con un diseño no experimental.

La indagación no experimental se caracteriza por no implicar la manipulación directa y deliberada de las variables independientes, y se enfoca en observar la ocurrencia de los fenómenos en su entorno natural para posteriormente analizarlos y explicarlos (Hernández et al., 2014).

A continuación, se presenta el diagrama del diseño gráfico:

Esquema gráfico:



Donde:

M = La muestra del estudio. (Estudiantes de educación secundaria de la de la zona alto andina de Tarata de la región de Tacna)

Ox = Observaciones de la variable 1, (Uso y necesidades de las redes sociales)

r = La forma en que las variables de estudio interactúan o se relacionan entre sí.

Oy = Observaciones en la variable 2, (Identidad personal y cultural)

3.2. Cuadro de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 1:	El uso de las redes sociales son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones. Interacción en un sistema abierto y en construcción continua que involucra a conjunto de personas que se identifican en las mismas necesidades, problemáticas y además se organizan para potenciar sus recursos. (Flores et, al. 2017; citado por Ochoa y Barragán, 2022)	Necesidades de desvío	Las redes sociales las uso para pasar el tiempo cuando estoy aburrido	1,2,3	Nunca =1
Uso y necesidades de las redes sociales			Las redes sociales me permiten escapar de mis preocupaciones		Casi nunca=2
			Empiezo a usar las redes sociales cuando no tengo nada mejor que hacer		A veces = 3
		Necesidades cognitivas	Las redes sociales me ayudan en investigaciones y estudios	4,5,6,7	Casi siempre=4
			Las redes sociales me ayudan a explorar nuevas formas de trabajo y/o negocios en línea/		Siempre = 5
			Las redes sociales me ayudan a adquirir conocimientos.		Tomado del Instrumento
		Necesidades afectivas	Las redes sociales me dan información sobre otras personas.	8,9,10	Psicométrico La Escala de Uso y Necesidades de Sitios de Redes Sociales (SNSUN) (Ali et al., 2020)
			Las redes sociales me ayudan a expresar mis emociones a los demás.		
			Las redes sociales me permiten desarrollar una relación romántica.		
		Necesidades Integrativas personales	Utilizo las redes sociales para expresar mi enojo y logro que se compadezcan de mí.	11,12,13,14	<u>Baremo (niveles)</u>
			Las redes sociales son parte de mi autoimagen.		Bajo
			Las redes sociales muestran una imagen mía ante los demás.		Medio
		Necesidades Integrativas sociales	Las redes sociales me hacen sentir bien entre mis compañeros, informa a otros sobre mí.	15,16.17,18	Alto
			Utilizo las redes sociales para obtener aprobación favorable entre amigos.		
			Utilizo redes sociales para participar en actividades.		
		Me permite comunicarme con mis amigos y agregar nuevos amigos.			
		Las redes sociales me permiten encontrar más personas interesantes que la vida real.			
		Las redes sociales me permiten encontrar compañía.			

Variable 2: promoción de la Identidad personal y cultural	La identidad personal y cultural se refiere al sentido de pertenencia y reciprocidad que surge de los valores, creencias, formas de comunicación, tradiciones, expresiones culturales, relaciones emocionales y lingüísticas compartidas por un individuo o un colectivo de personas (Fernández, 2020).	MS=Multiplicidad del yo. (multiplication of the Self), RV=Reputación virtual (Virtual reputation).	Me atrae la idea de convertirme en alguien diferente en la red.	1,2,3,4	Nunca =1
			Me encanta tener la oportunidad de asumir una identidad virtual.		Casi nunca=2
			Me gusta la idea de poder representar a varias personas al mismo tiempo.		A veces = 3
			Me gusta la idea de tener una “segunda vida” en la red.		Casi siempre=4
			Haría lo que fuera para tener una buena reputación en la red social.		Siempre = 5
			Me gusta mostrar que soy una persona interesante.		<i>Baremo</i>
			Me importa lo que otros/as piensan sobre mí.		<i>(niveles)</i>
			Le pongo mucha atención a cómo construyo mi perfil en la red.		5,6,7,8
			Me siento más libre para hablar con otras personas cuando estoy en la red.		Bajo
			En la red, puedo expresarme con más facilidad que en la vida real (offline).		Medio
SV=Sociabilidad virtual (Virtual sociability)	Es más fácil que las personas me hablen cuando estoy en la red.	9,10,11	Alto		
	La red me permite mostrarles a otros/as que tengo habilidades.	12,13,14	Instrumento elaborado por (Gómez y Figueroa, 2022)		
	Me gusta actualizar constantemente mi perfil.				
AE=Auto-expresión y exploración (Self quest).	Está bien mejorar mi imagen en la red, aunque eso implique no mostrarme tal como soy.	4			
	Afirmación étnica	Considero que el aimara es un idioma de gran valor cultural que representa la identidad de nuestro pueblo y a través de la red social me siento comprometido en divulgarlo.			
		Me siento fuertemente ligado a mis orígenes, pienso que el aimara y quechua es un instrumento potente para la valoración de la diversidad lingüística y desarrollo de la interculturalidad y me siento orgulloso de divulgarlo en la red social.			
	Estoy feliz de ser miembro de esta cultura aimara y siento que hay que divulgar el gran valor cultural en mi pueblo y lo hago a través de las redes sociales.				

	Me siento muy bien, identificando y valorando el territorio de mi pueblo aymara por ello cada vez que puedo posteo diversos lugares en las redes sociales.	15,16,1
		7,18
Elaboración de la identidad étnica	Promuevo la visita de foráneos a los lugares turísticos de la región resaltando su diversidad geográfica y cultural.	
	Promuevo a través las redes la historia, tradiciones y costumbres del lugar donde vivo.	
	Estoy consciente de mis raíces étnicas y de lo que estas significan para mí divulgarlas a través de las redes sociales.	
	La verdad es que no me he preocupado por aprender más sobre la cultura e historia de mi grupo étnico	
	Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultural, he conversado con otras personas acerca de mi grupo étnico y he contactado más personas a través de las redes sociales.	19,20,2
	Entiendo perfectamente lo que significa para mí pertenecer a mi grupo étnico	1,22,23
	Me pongo a pensar mucho sobre cómo se podría ver afectada mi perfil digital por el hecho de pertenecer a mi grupo étnico.	
Conductas étnicas	Participo en grupos y organizaciones que están compuestos, en su mayoría, por personas de mi grupo étnico (Pertegal et al., 2020).	
	Participo activamente de las tradiciones de mi grupo étnico, como por ejemplo, de su música, comida, idioma, etc (Pertegal et al., 2020).	24,25,2
	Asisto a organizaciones y participo en actividades en donde se promueven las tradiciones de mi grupo étnico (Pertegal et al., 2020).	6

Nota: Guía y orientaciones de tesis UNJBG.

3.2.1. Variables de estudio

3.2.1.1. Identificación de variables:

Variable 1: “Uso y necesidades de las redes sociales”

Variable 2: “Promoción de identidad personal y cultural”

3.2.1.2. Caracterización de las variables:

Variable 1: “Uso y necesidades de las redes sociales”

La esencia del uso de las redes sociales radica en la interacción entre personas, comunidades y organizaciones más grandes. La colaboración implica un sistema en constante desarrollo en el que individuos comparten metas y desafíos particulares, y se organizan para maximizar su influencia (Flores et, al. 2017); citado por (Ochoa y Barragán, 2022). Para medir esta variables se tomó en cuenta la Teoría de los Usos y la Gratificación propuesta por Katz y otros autores en 1973 , que explica las necesidades sociales y psicológicas del uso de las redes sociales (Ali et al., 2020).

Las redes sociales son plataformas digitales que permiten la interacción y conexión entre individuos, comunidades y organizaciones, en ella se crea, comparte y difunde la información, ideas, intereses y experiencias. Estas plataformas fomentan la comunicación bidireccional, facilitando el intercambio de opiniones, la creación de relaciones y la colaboración en diversos ámbitos. Además, las redes sociales han transformado la manera en que la sociedad nos relacionamos, accedemos a la información y participamos en estas comunidades virtuales, desempeñando un papel importante en la formación de la identidad personal y cultural, así como en la difusión de ideas y la movilización sociocultural lingüístico. Sin embargo, es fundamental tener conciencia de los posibles desafíos y riesgos

asociados, como la identidad personal y cultural, la desinformación y la influencia en la salud mental, para un uso responsable y beneficioso de las redes sociales.

Variable 2: “Promoción de identidad personal y cultural”

La identidad personal y cultural se refiere al sentido de pertenencia y reciprocidad que surge de los valores, creencias, formas de comunicación, tradiciones, expresiones culturales, relaciones emocionales y lingüísticas compartidas por un individuo o un colectivo de personas (Fernández, 2020).

Para Revilla (1996; citado en Vásquez, 2017) Se sostiene que el sentido de identidad personal de un individuo como un ser único se desarrolla a través del proceso de autorreflexión, en el cual el individuo se apropia de un sistema de significados que otros también utilizan para describirlo. Esto implica aspectos como su nombre, apariencia personal, género, habilidades físicas, coordinación y autoconcepto, los cuales contribuyen a su identidad personal como individuo.

El sentido de identidad cultural de un individuo se origina en su pertenencia a un grupo social que comparte una serie de características y atributos culturales que se utilizan para distinguirse de otros grupos, y en base a los cuales ese grupo es valorado y percibido como superior o inferior (Cepeda, J., 2028).

La promoción de la identidad personal y cultural se refiere al proceso mediante el cual un individuo desarrolla y forma su sentido de quién es a nivel personal y cómo se relaciona con su entorno cultural. Esta construcción implica la integración de diversos elementos, como valores, creencias, experiencias, roles sociales, tradiciones y expresiones culturales, que influyen en la percepción que la persona tiene de sí mismo y en cómo se

relaciona con los demás, a lo largo de la vida, a través de interacciones sociales, reflexiones internas y exploración personal, se va moldeando y redefiniendo esta identidad, dando lugar a una visión única y personal de sí mismo en el contexto cultural en el que se encuentra (Pertegal-Felices et al., 2020). La construcción de la identidad personal y cultural es un proceso dinámico y en constante evolución, influenciado por factores individuales, sociales y culturales, y juega un papel fundamental en la formación de la autoestima, la pertenencia y el sentido de conexión con los demás (Smith-Castro, 2011).

3.3. Unidad de análisis población y muestra de estudio

3.3.1. Población de estudio

La población se refiere a un grupo de personas o elementos que se utilizarán para extrapolar las conclusiones del estudio, ya sea como una colección finita o infinita que comparte características similares (Hernández, Fernández y Batista, 2014, p. 238).

El conjunto de la población está establecido por 39 estudiantes que es la totalidad de estudiantes, dichos datos se suscribieron en base a las nóminas de matrícula, de dos instituciones educativas de nivel secundaria de la zona alto andina tales como IE Horacio Zevallos Gámez de Mauri Kallapuma y la IE 42231 de anexo de Chiluyo Chico ambos IIEE están bajo la administración de la UGEL Tarata de la provincia del mismo nombre de la región Tacna en el año 2024.

3.3.2. Muestra de estudio

En esta instancia, la muestra de estudio estuvo compuesta por la totalidad de estudiantes de educación secundaria, de las instituciones Horacio Zevallos Gámez del Centro Poblado de Maure Kallapuma y la institución educativa 42231 del anexo de Chiluyo Chico

en la jurisdicción de la Ugel Tarata ubicados en la zona alto andina de la provincia de Tarata en la región Tacna.

Dado que la muestra es pequeña, el estudio se seleccionará mediante un método de muestreo no probabilístico por conveniencia, se incluirán aquellos individuos que sean fácilmente accesibles y disponibles según los criterios de inclusión especificados (Covinos, 2021).

La muestra de estudio estará conformada por la totalidad de estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez del Centro Poblado Menor Maure Kallapuma en la jurisdicción de la Ugel Tarata de la región Tacna.

Tabla 1.

La muestra de estudio de la Institución Educativa Horacio Zevallos Gámez

Grado y Secciones	Número de estudiantes
Primer año	03
Segundo año	03
Tercer año	04
Cuarto año	08
Quinto año	03
TOTAL	21

Nota: Registro de estudiantes en I.E. Horacio Zevallos Gámez del Centro Poblado Menor de Maure Kallapuma - Tarata.

La muestra de estudio conformada por la totalidad de estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa 42231 Anexo de Chiluyo Chico en la jurisdicción de la Ugel Tarata en la región Tacna.

Tabla 2.

La muestra de estudio de la Institución Educativa 42231 Anexo de Chiluyo Chico.

Grado y Secciones	Número de estudiantes
Primer año	04
Segundo año	03
Tercer año	06
Cuarto año	02
Quinto año	03
TOTAL	18

Nota: Registro de estudiantes en institución educativa 42231 de Chiluyo Chico.

Las muestras no probabilísticas se obtienen a través de un proceso de selección en el que no se emplean cálculos ni métodos estadísticos. En lugar de ello, se elige la muestra de manera conveniente y sin seguir una distribución de probabilidad específica.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La presentación detallada de las técnicas y herramientas de investigación implica ofrecer una explicación precisa y exhaustiva de los métodos utilizados y las herramientas empleadas para recolectar datos en un estudio. Esto contribuirá a que el estudio comprenda y evalúe la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. Estas técnicas e instrumentos

son diseñados específicamente para recopilar datos y obtener información pertinente que permita responder a las preguntas de investigación o alcanzar los objetivos del estudio.

Técnicas:

Se empleó como instrumento cuestionario estructurado de tipo encuesta como método de recopilación de datos, el cual posibilitará obtener información acerca de las variables investigadas.

Instrumento:

Se aplicarán encuestas estructuradas a los educandos de secundaria, que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata, como es el caso de: la institución educativa Horacio Zevallos Gámez, del Centro Poblado de Maure Kallapuma y la institución educativa 42231 de Anexo de Chiluyo Chico ubicada en la zona alto andina de la provincia de Tarata de la región Tacna. El objetivo será analizar la relación que existe del uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural.

Para la variable 1: Uso y necesidades de las redes sociales, para trabajar este estudio me enfoqué en la teoría de uso y gratificación propuesta a través de un instrumento psicométrico de los autores (Ali et al., 2020), Instrumento Psicométrico la Escala de Uso y Necesidades de Sitios de Redes Sociales, que fue elaborado para un contexto de pobreza, de no fácil acceso al internet, basado en 5 dimensiones, con 18 ítems con escala de valoración 1=nunca, 2=casi nunca, 3=A veces, 4=casi siempre y 5=siempre. El presente estudio aborda esta laguna al presentar una herramienta integral que evalúa tanto los patrones de uso de las redes sociales como las dimensiones interconectadas de las necesidades sociales, que incluyen: necesidades de desviación, cognitivas, afectivas, de integración personal y de

integración social. Este instrumento ha sido validado específicamente para poblaciones de un país en desarrollo, como es el caso de Pakistán. El desarrollo y validación del instrumento se realizó en dos fases: (1) validación por expertos del cuestionario (2) validación convergente del instrumento. Seis investigadores con experiencia relacionada, a nivel internacional, brindaron aportes en la fase de validación de expertos en el contexto de Pakistán. Además, este instrumento fue sometido a técnica de validación de expertos en nuestro contexto, en el área de estudio quienes sometieron su validez del constructo y su aplicabilidad.

Para la variable 2: Promoción de la identidad personal y cultural, se adaptó el instrumento elaborado por (Gómez y Figueroa 2022) denominado Identidad en la era digital: elaboración de perfiles de redes sociales en adolescentes chilenos, con cuatro dimensiones y con 14 ítems, esto correspondiente a la identidad personal, en la misma línea se adaptó el Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani de Ecuador por (Pertegal et al., 2020) con 14 ítems, así el instrumento para la variable 2 consta de 28 ítems. Con escala de valoración 1=nunca, 2=casi nunca, 3=A veces, 4=casi siempre y 5=siempre. Además, este instrumento fue sometido a técnica de validación de expertos, en el área de estudio quienes sometieron su validez del constructo.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

Tabla 3

Confiabilidad instrumento uso y necesidades de las redes sociales.

Coeficiente Alfa de Cronbach	N de elementos
0,886	18

Nota: SPSS v.25

Tabla 4

Confiabilidad instrumento promoción de la identidad personal y cultural

Coeficiente Alfa de Cronbach	N de elementos
0,742	28

Nota: SPSS v.25

Las Tablas 3 y 4 muestran los resultados del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach aplicados a los instrumentos del estudio. Se obtuvo un alfa de Cronbach de 0,886 para el instrumento relacionado con el uso y necesidades de las redes sociales, compuesto por 18 elementos; mientras que el alfa de Cronbach de 0,742 es para el instrumento relacionado con la promoción de la identidad personal y cultural, compuesto por 28 elementos.

En conclusión, ambos instrumentos presentan niveles de confiabilidad aceptables para ser aplicados. Cabe resaltar que los análisis fueron realizados con el software SPSS v.25.

El análisis por validez de juicio de expertos que dictaminaron validez positiva de aplicabilidad por lo que superan la prueba de validez, los jueces fueron: Dra. Monica Olivia Contreras Mejia; Dr. Ernesto Pino Nina y Dr. Martin Pedro Llapa Medina

3.6. Estrategia para la recolección de datos

Para la recolección de datos en el presente proyecto de tesis se aplicó cuestionarios estructurados que aborda aspectos relevantes sobre la investigación, que serán respondidos de forma anónima y recogidos de manera responsable, y almacenados en herramienta del SPSSv26, para su procesamiento utilizando tablas y gráficos estadísticos, así como la correlación de Rho Spearman que permite llegar su significación.

3.7. Procesamiento de la información y métodos estadísticos de análisis de datos

3.7.1. Procesamiento de la información:

Los cuestionarios se administraron de manera conjunta a los estudiantes, en un único cuadernillo. El responsable de aplicar los instrumentos será el investigador. Esto implica que la recopilación de información se realizará de manera directa y personal por parte del investigador, siendo una fuente primaria de datos.

3.7.2. Métodos estadísticos

Para la representación de los datos, se utilizó tablas y gráficos estadísticos que mostrarán los indicadores y variables correspondientes.

La interpretación de los datos se llevó a cabo considerando las variables y sus dimensiones, y se emplearon porcentajes y media aritmética para las comparaciones.

Con el fin de examinar y corroborar las hipótesis planteadas, se manipuló tanto técnicas de estadística descriptiva como inferencial para establecer la relación entre las

variables del estudio. Se empleó métodos estadísticos apropiados, como el Shapiro-Wilk, coeficiente rho de Spearman.

Para el procesamiento y análisis de la información, se generó base de datos que contiene los datos recopilados a partir de las respuestas. El procesamiento de los datos se llevó a cabo utilizando el software estadístico SPSS versión 26. El análisis comprendió la aplicación de diversas técnicas estadísticas, que incluyen el cálculo del coeficiente alfa de Cronbach y validación mediante la opinión de expertos; realización de pruebas de hipótesis estadísticas; elaboración de tablas de frecuencias y gráficos de barras; prueba estadística de hipótesis.

3.8. Procesamiento de la información y métodos estadísticos de análisis de datos

En el presente estudio, se empleó instrumentos, equipos, materiales e insumos específicos. Dichos instrumentos se emplearán mediante encuestas estructuradas, diseñadas para recopilar datos numéricos y cuantificables, utilizando escalas de medición estandarizadas. Además, se utilizarán programas informáticos como Microsoft Excel y el programa de SPSS para llevar a cabo análisis estadísticos, para recopilar la información. Es importante destacar que estos elementos se utilizan en estudios descriptivos no experimentales, donde el objetivo principal es describir y establecer relaciones e variables sin manipular o controlar las condiciones de estudio.

Capítulo IV

Resultados de la investigación

4.1. Resultados

La investigación proporciona una perspectiva esencial sobre cómo se relacionan el uso y las necesidades de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural entre los individuos analizados.

4.2. Resultados descriptivos para los niveles de las variables uso y necesidades de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural

Tabla 5.

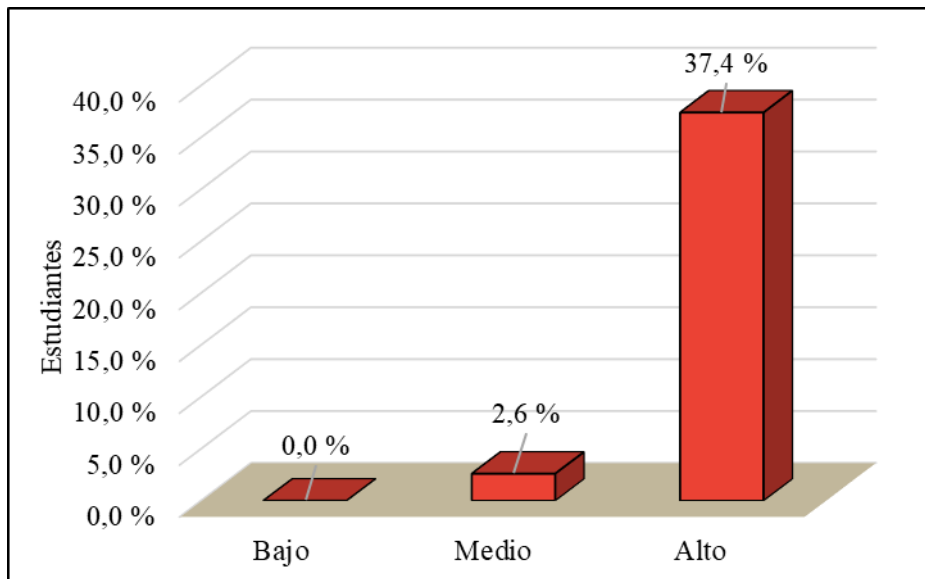
Nivel uso y necesidades de las redes sociales.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0,0%
Medio	1	2,6%
Alto	38	37,4%
Total	39	100,0%

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Figura 3

Porcentajes del nivel de uso y necesidades de las redes sociales.



Nota: Cuestionarios administrado a estudiantes

Interpretación de los resultados

La tabla 5 y la figura 3 muestran la distribución de la variable "uso y necesidades de las redes sociales" entre los estudiantes encuestados. Los resultados se analizan con base en un baremo que clasifica a los participantes en nivel medio (42 a 65 puntos) y nivel alto (66 a 90 puntos). Se observa que la mayoría de los estudiantes (97,4 %) se encuentran en el nivel alto, mientras que solo un 2,6 % se sitúa en el nivel medio. No hay estudiantes que se ubican en el nivel bajo.

Esto indica que la gran mayoría de los estudiantes utiliza las redes sociales de forma intensa, satisfaciendo múltiples necesidades, tales como la interacción social, la búsqueda de información, y el entretenimiento. La alta concentración en el nivel alto sugiere una integración significativa de estas plataformas en sus vidas cotidianas, lo cual podría reflejar una dependencia marcada hacia el uso de redes sociales.

Por otro lado, la baja proporción de estudiantes en el nivel medio (2,6 %) sugiere que pocos mantienen un uso moderado de estas plataformas, lo que podría interpretarse como una menor implicancia emocional o funcional en comparación con quienes están en el nivel alto.

Estos hallazgos subrayan la importancia de entender cómo el uso intensivo de redes sociales impacta en aspectos relacionados con la promoción de la identidad personal y cultural, ya que podrían influir en la manera en que los estudiantes se ven a sí mismos y se relacionan con su entorno. Esto podría ser relevante para futuras intervenciones educativas que busquen equilibrar el uso de estas plataformas digitales.

Tabla 6

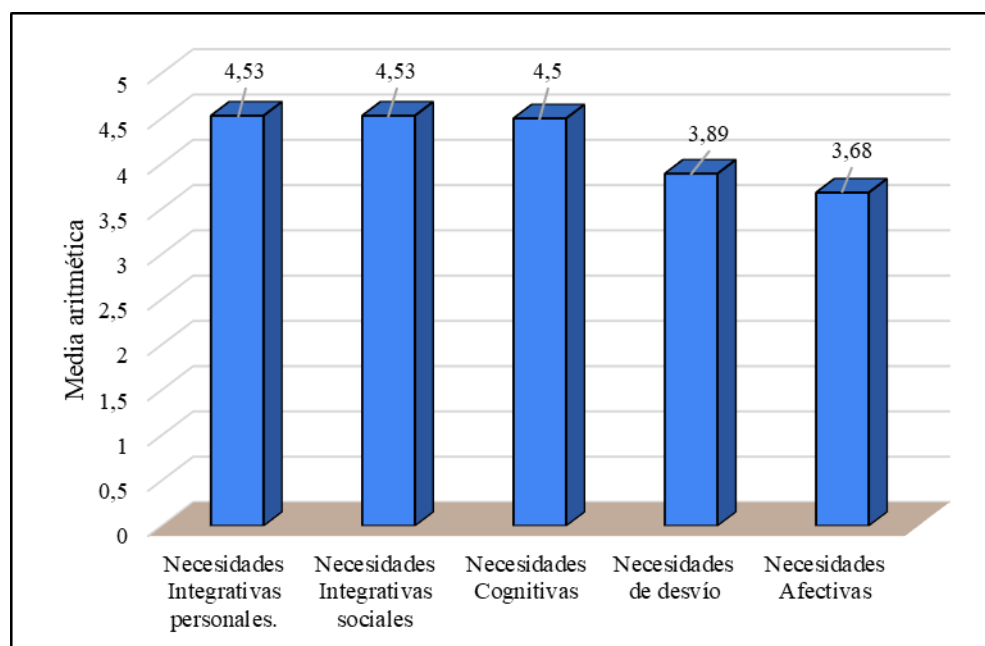
Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales

Dimensión	Media aritmética
Necesidades integrativas personales.	4,53
Necesidades integrativas sociales	4,53
Necesidades cognitivas	4,5
Necesidades de desvío	3,89
Necesidades afectivas	3,68

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Figura 4

Medida descriptiva de las dimensiones de la variable Uso y necesidades de las redes sociales



Interpretación de los resultados

La tabla 6 y la figura 4 muestran la media aritmética de las puntuaciones directas de cada dimensión de la variable "uso y necesidades de las redes sociales" en los estudiantes encuestados.

Las necesidades integrativas personales con una media de (4,53), las necesidades integrativas sociales con una media de (4,53) son los aspectos más valorados por los estudiantes, que determinan una mayor de necesidad cuando se conectan en las redes sociales. Luego se encuentra la necesidad cognitiva con una media de (4,5).

Por lo contrario, las necesidades de desvío con una media de 3,89 y las necesidades afectivas (3,68), son los menos valorados.

En suma, las necesidades personales y sociales son las de mayor presencia en los estudiantes cuando se conectan en las redes sociales.

Tabla 7

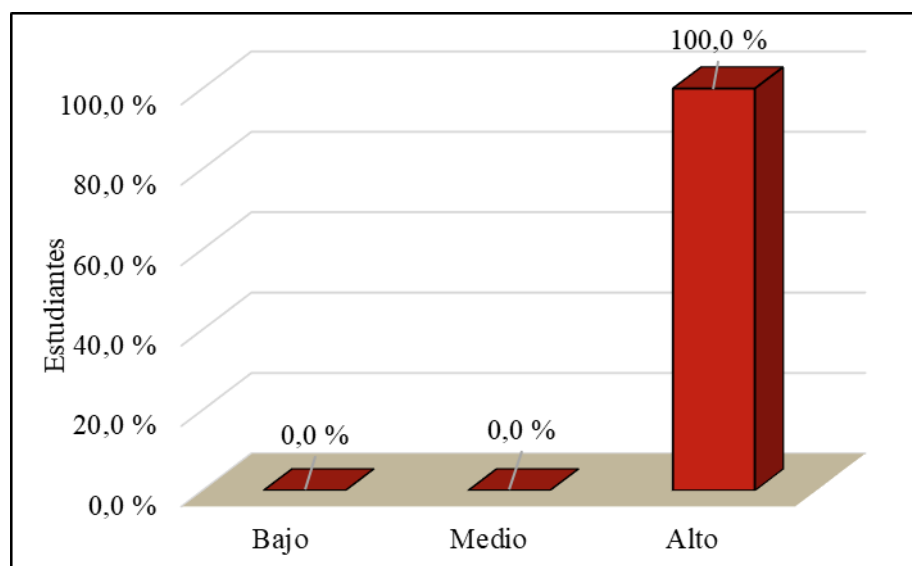
Nivel promoción de la identidad personal y cultural.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	0	0,0 %
Medio	0	0,0 %
Alto	39	100,0 %
Total	39	100,0 %

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Figura 5

Porcentaje del nivel de la variable promoción de la identidad personal y cultural



Nota: Cuestionarios administrado a estudiantes.

Interpretación de los resultados

La tabla 7 y figura 5 muestran la distribución de la variable "Promoción de la Identidad personal y cultural" entre los estudiantes encuestados. Se observa que el 100 % de los participantes se ubica en el nivel alto de esta variable, lo cual indica que todos los

estudiantes muestran un alto grado de identificación y compromiso con su identidad personal y cultural a través del uso de redes sociales.

Este resultado sugiere que los estudiantes no solo reconocen y valoran sus raíces culturales y personales, sino que también utilizan activamente las redes sociales como un medio para promover y expresar estos aspectos de su identidad. Las redes sociales se convierten en una plataforma importante para difundir elementos culturales, como el idioma, las tradiciones y los valores, reforzando su sentido de pertenencia y orgullo cultural.

La concentración total en el nivel alto puede reflejar un fuerte vínculo emocional y cultural entre los estudiantes y sus orígenes, así como una intención activa de utilizar la tecnología digital para preservar y compartir su cultura con otros. Esto puede tener implicaciones positivas en el fortalecimiento de la identidad cultural entre los jóvenes y en la promoción de la diversidad cultural en el entorno digital.

Dado que todos los estudiantes se ubican en el nivel alto, es relevante explorar cómo esta promoción de la identidad se relaciona con el uso intensivo de las redes sociales y qué impactos podría tener a nivel individual y colectivo en la formación de la identidad cultural y personal en la era digital.

Tabla 8

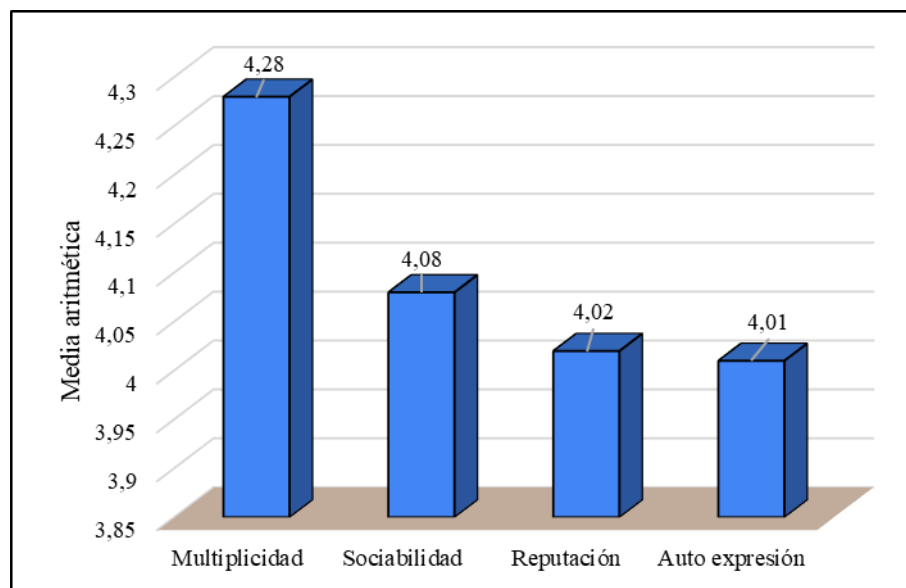
Medida descriptiva de los indicadores de la dimensión Identidad personal

Dimensión	Media aritmética
Multiplicidad	4,28
Sociabilidad	4,08
Reputación	4,02
Auto expresión	4,01

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Figura 6

Medida descriptiva de los indicadores de la dimensión Identidad personal



Nota: Cuestionarios administrado a estudiantes.

Interpretación de los resultados

La tabla 8 y la figura 6 muestran la media aritmética de las puntuaciones directas de los indicadores de la dimensión Identidad personal correspondiente a la variable "promoción de la identidad personal y cultural" en los estudiantes

El indicador multiplicidad con una media de (4,28) y el indicador sociabilidad con una media de (4,08), son las características más relevantes de la identidad personal; en cambio, la reputación y autoexpresión los menos valorados.

En suma, los aspectos sociales determinan la identidad personal en los estudiantes.

Tabla 9

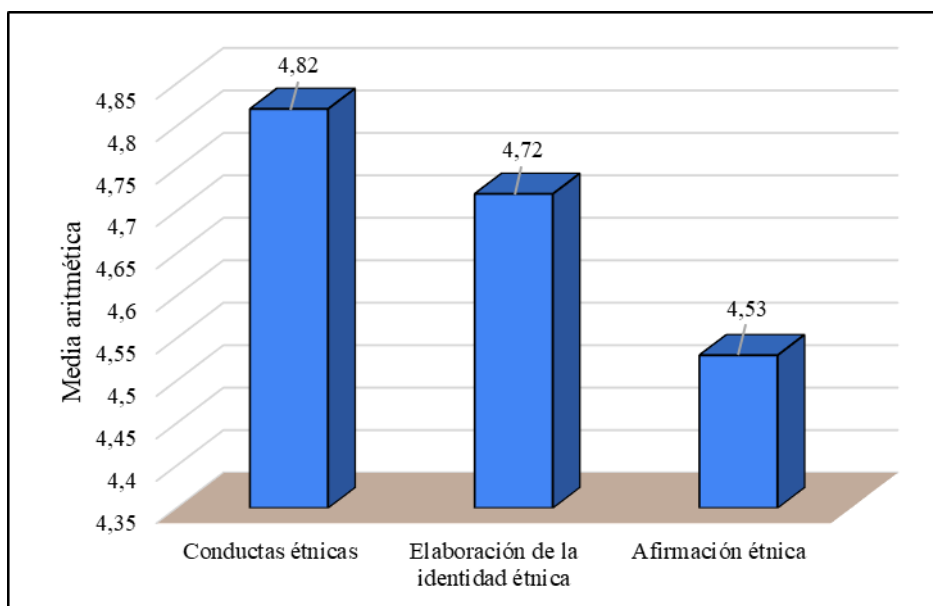
Medida descriptiva de los indicadores de la dimensión identidad cultural

Dimensión	Media aritmética
Conductas étnicas	4,82
Elaboración de la identidad étnica	4,72
Afirmación étnica	4,53

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Figura 7

Medida descriptiva de los indicadores de la dimensión identidad cultural



Nota: Cuestionarios administrado a estudiantes.

Interpretación de los resultados

La tabla 9 y figura 7 muestran la media aritmética de las puntuaciones directas de los indicadores de la dimensión Identidad cultural correspondiente a la variable "promoción de la identidad personal y cultural" en los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata.

El indicador multiplicidad con una media de (4,28) y el indicador sociabilidad con una media de (4,08), son las características más relevantes de la identidad personal; en cambio, la reputación y autoexpresión los menos valorados.

En suma, los aspectos sociales determinan la identidad personal en los estudiantes.

4.3. Comprobación estadística de hipótesis

4.3.1. Prueba de normalidad

Previa al análisis inferencial se realiza la prueba de normalidad de las puntuaciones directas de las variables.

Para la prueba de normalidad de los datos, se utilizó el test de Shapiro-Wilk, ya que la muestra es menor a 50 unidades de análisis (39 personas en total). Esta prueba se realizó utilizando el software estadístico SPSS v.25 y estos fueron los resultados:

Tabla 10

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk.

	Shapiro Wilk		
	Estadístico	gl	P
Uso y necesidades de las redes sociales	0,783	39	0,000
Promoción de la Identidad personal y cultural	0,788	39	0,000

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

De acuerdo con la tabla 10, se observa que el p-valor de ambas variables es 0,000 menor a 0,05, lo que indica que los datos no poseen una distribución normal en ninguna de las variables analizadas.

Dado que los resultados del test de Shapiro-Wilk indican una distribución no normal para ambas variables, se seleccionó la prueba de Rho de Spearman para evaluar las correlaciones entre las variables, ajustándose a los criterios de análisis de datos no paramétricos.

4.3.2. Comprobación estadística de hipótesis

4.3.2.1. Comprobación la primera hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: No existe una relación significativa de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: Existe una relación significativa de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

b. Nivel de significancia: $\alpha=0,05$

c. Resultados en el SPSS

Tabla 11

Necesidades de desvío del uso de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural.

		Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Necesidades de desvío del uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	0,754
		Sig. (bilateral)	0,002
		N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La tabla 11 presenta los resultados entre la dimensión "necesidades de desvío" en el uso de redes sociales y la variable "promoción de la identidad personal y cultural" de los estudiantes. El análisis de correlación de Spearman muestra un coeficiente de $Rho = 0,754$ con un valor de significancia $p = 0,002$, lo que indica una relación positiva fuerte y estadísticamente significativa entre ambas variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Este coeficiente positivo y significativo implica que, a medida que los estudiantes utilizan más las redes sociales para satisfacer necesidades de desvío, como pasar el tiempo cuando están aburridos, escapar de sus preocupaciones, o usar las redes sociales cuando no tienen otra actividad mejor que hacer, también se incrementa la promoción de su identidad personal y cultural.

En términos prácticos, estos resultados sugieren que el uso de redes sociales como medio para desconectarse y entretenerse podría estar facilitando el desarrollo y expresión de aspectos de su identidad. Es posible que, mientras los estudiantes buscan en las redes una forma de escape o distracción, también aprovechen estas plataformas para explorar, reforzar y comunicar su identidad personal y cultural. Esto podría incluir actividades como compartir elementos de su cultura, conectarse con otros miembros de su comunidad étnica, o construir una imagen positiva de sí mismos que refleje sus valores y creencias culturales.

Este hallazgo subraya la relevancia de las redes sociales no solo como herramientas de entretenimiento, sino también como medios para fortalecer la identidad personal y cultural, al proporcionar a los estudiantes un espacio para expresarse y reafirmar su sentido

de pertenencia. La asociación significativa entre ambas variables destaca el potencial de las redes sociales en la promoción de la identidad en un contexto de interacción social y cultural en línea.

4.3.2.2. Comprobación la segunda hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: No existe una relación significativa de las necesidades cognitivas de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: Existe una relación significativa de las necesidades cognitivas de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024

b. Nivel de significancia: alfa=0,05

c. Resultados en el SPSS

Tabla 12

Necesidades cognitivas de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.

		Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Necesidades cognitivas del uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	0,689
		Sig. (bilateral)	0,003
		N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La tabla 12 muestra los resultados entre la dimensión "necesidades cognitivas" en el uso de redes sociales y la variable "promoción de la identidad personal y cultural" de los estudiantes. En este análisis, el coeficiente de correlación de Spearman es de $Rho = 0,689$ con un valor de significancia $p = 0,003$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Este coeficiente de 0.689 indica una relación positiva moderadamente fuerte entre las necesidades cognitivas de uso de redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural, y el valor de p (0,003), que es menor al nivel de significancia habitual ($p < 0,05$), confirma que esta relación es estadísticamente significativa. Esto permite concluir que existe una asociación directa y confiable entre estas variables en la población estudiada.

En términos prácticos, estos resultados sugieren que cuando los estudiantes utilizan las redes sociales para satisfacer necesidades cognitivas, tales como realizar investigaciones y estudios, explorar nuevas oportunidades de trabajo o negocios en línea, adquirir conocimientos y obtener información sobre otras personas, también tienden a promover activamente su identidad personal y cultural.

Este hallazgo resalta el rol que juegan las redes sociales en la construcción y fortalecimiento de la identidad de los estudiantes, especialmente cuando el uso de estas plataformas está orientado a fines cognitivos. La búsqueda de información, el aprendizaje y la exploración de nuevas oportunidades a través de las redes sociales no solo enriquecen el

conocimiento de los usuarios, sino que también facilitan el desarrollo y la expresión de su identidad, tanto en el ámbito personal como cultural.

En conclusión, los datos indican que el uso de redes sociales para satisfacer necesidades cognitivas está significativamente relacionado con una mayor promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes, sugiriendo que las redes sociales pueden ser una herramienta importante para el desarrollo de la identidad en un contexto de aprendizaje y adquisición de información en línea.

4.3.2.3. Comprobación la tercera hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: No existe una relación significativa de las necesidades afectivas de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: Existe una relación significativa de las necesidades afectivas de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024

b. Nivel de significancia: $\alpha=0,05$

c. Resultados en el SPSS

Tabla 13

Necesidades afectivas en las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.

		Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Necesidades afectivas en el uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	0,721
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La tabla 13 presenta los resultados de la relación entre las necesidades afectivas en el uso de redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes en la zona altoandina de la provincia de Tarata. El análisis de correlación de Spearman muestra un coeficiente de correlación de 0,721 y un valor de significancia $p = 0,001$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El coeficiente de 0,721 indica una relación positiva fuerte entre las necesidades afectivas de uso de redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural. Esto sugiere que, a medida que los estudiantes utilizan las redes sociales para satisfacer necesidades afectivas (como expresar sus emociones, desarrollar relaciones románticas o buscar apoyo emocional), también tienden a promover más su identidad personal y cultural.

El valor de significancia $p = 0,001$, que es menor a 0,05, indica que esta relación es estadísticamente significativa, lo que permite concluir que la relación observada no es producto del azar. Esta relación positiva sugiere que el uso de redes sociales para satisfacer

necesidades afectivas contribuye significativamente al desarrollo y expresión de la identidad personal y cultural entre los estudiantes.

4.3.2.4. Comprobación la cuarta hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: No existe una relación significativa de las necesidades integrativas personales de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: Existe una relación significativa de las necesidades integrativas personales de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024

b. Nivel de significancia: $\alpha=0,05$

c. Resultados en el SPSS

Tabla 14

Necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.

		Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Necesidades integrativas personales en el uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	0,560
		Sig. (bilateral)	0,024
		N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La tabla 14 muestra los resultados de la relación entre las necesidades integrativas personales del uso de redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona altoandina de la provincia de Tarata. El análisis de correlación de Spearman muestra un coeficiente de correlación de 0,560 y un valor de significancia $p = 0,024$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El coeficiente de 0,560 indica una relación positiva moderada entre las necesidades integrativas personales de uso de redes sociales (como la autoimagen y el sentido de pertenencia en redes) y la promoción de la identidad personal y cultural. Esto sugiere que, a medida que los estudiantes utilizan las redes sociales para reforzar su autoimagen y obtener aprobación social, también tienden a promover más su identidad personal y cultural en estas plataformas.

El valor de significancia $p = 0,024$, que es menor a 0,05, indica que esta relación es estadísticamente significativa, lo cual permite concluir que la asociación observada no es

producto del azar. Esta relación positiva moderada sugiere que el uso de redes sociales para satisfacer necesidades integrativas personales contribuye al fortalecimiento y expresión de la identidad personal y cultural entre los estudiantes.

4.3.2.5. Comprobación la quinta hipótesis específica.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: No existe una relación significativa de las necesidades integrativas sociales de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: Existe una relación significativa de las necesidades integrativas sociales de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024

b. Nivel de significancia: $\alpha=0,05$

c. Resultados en el SPSS

Tabla 15

Necesidades integrativas sociales del uso de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.

			Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Necesidades sociales en el uso de redes sociales	integrativas	Coefficiente de correlación	0,355
			Sig. (bilateral)	0,026
			N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La tabla 15 presenta los resultados de la relación entre las necesidades integrativas sociales del uso de redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata. El análisis de correlación de Spearman muestra un coeficiente de correlación de 0,355 y un valor de significancia $p = 0,026$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El coeficiente de 0,355 indica una relación positiva moderada entre las necesidades integrativas sociales del uso de redes sociales (como la búsqueda de conexión y pertenencia social a través de estas plataformas) y la promoción de la identidad personal y cultural. Esto sugiere que, a medida que los estudiantes utilizan las redes sociales para interactuar socialmente y fortalecer sus lazos con otros, también tienden a promover más activamente su identidad personal y cultural en estos entornos digitales.

El valor de significancia $p = 0,026$, que es menor a 0,05, indica que esta relación es estadísticamente significativa, lo cual significa que la asociación observada no es producto del azar y es relevante para la población estudiada.

4.3.2.6. Comprobación la hipótesis general.

a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El uso de las redes sociales no tiene relación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural en los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.

Hipótesis alterna.

H₁: El uso de las redes sociales tiene relación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural en los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024

b. Nivel de significancia: alfa=0,05

c. Resultados en el SPSS

Tabla 16

Uso y necesidades de las redes sociales y promoción de la identidad personal y cultural.

		Promoción de la identidad personal y cultural	
Rho de Spearman	Uso y necesidades de las redes sociales	Coefficiente de correlación	0,651
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	39

Nota: Extraído de la Base de datos del programa SPSS.

Interpretación de los resultados

La Tabla 16 presenta los resultados obtenidos al analizar la relación global entre el uso y las necesidades de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata, región Tacna, en el año 2024. El análisis de correlación de Spearman revela un coeficiente de correlación de 0,651 y un valor de significancia $p = 0,001$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El coeficiente de 0,651 indica una relación positiva moderadamente fuerte entre el uso y las necesidades de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural. Esto sugiere que, a medida que los estudiantes utilizan más las redes sociales para satisfacer diversas necesidades, existe una tendencia a que promuevan más activamente su identidad personal y cultural a través de estas plataformas.

El valor de significancia $p = 0,001$, que es menor a 0,05, indica que esta relación es estadísticamente significativa, lo cual permite concluir que la asociación observada no es producto del azar. Esto implica que el uso y las necesidades de las redes sociales están consistentemente vinculados con la forma en que los estudiantes refuerzan o expresan su identidad personal y cultural.

En conjunto, estos resultados sugieren que las redes sociales juegan un papel importante en la promoción de la identidad entre los estudiantes, proporcionando un espacio en el que pueden reflejar sus valores personales y culturales, así como fortalecer su sentido de pertenencia y expresión cultural.

4.4. Verificación de las hipótesis específicas y general

En relación a las hipótesis planteadas para evaluar la relación entre el uso y las necesidades de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural, los resultados indican lo siguiente: Las correlaciones observadas para las diferentes dimensiones de las necesidades de uso de las redes sociales—como las necesidades de desvío, cognitivas, afectivas e integrativas—fueron en su mayoría moderadas a fuertes, siendo estadísticamente significativas. Por ejemplo, la correlación entre las necesidades afectivas y la promoción de la identidad personal y cultural fue fuerte y significativa ($Rho = 0,721$, $p = 0,001$), mientras que la relación global entre el uso y las necesidades de redes sociales y la identidad personal y cultural mostró una correlación moderadamente fuerte y significativa ($Rho = 0.651$, $p = 0,001$).

En resumen, varias dimensiones específicas mostraron una relación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural. La variable global de "uso y necesidades de las redes sociales" también mostró una correlación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural, lo cual sugiere que el uso de redes sociales efectivamente contribuye a la expresión y reforzamiento de la identidad en esta población estudiada.

Discusión de resultados

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar el grado de relación entre el **uso y necesidades de las redes sociales** en la **promoción de la identidad personal y cultural** de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024. Después de realizar un análisis de resultados, se pudo determinar una **correlación positiva moderada y significativa** ($Rho = 0.651$, $p = 0,001$), lo cual indica que el uso y necesidades de las redes sociales está asociado de manera positiva con la promoción de la identidad cultural y personal de los estudiantes en este contexto. Este hallazgo sugiere que las redes sociales pueden facilitar la autoexpresión y el reforzamiento de la identidad cultural en los estudiantes, promoviendo la integración de elementos de su identidad en las interacciones en línea.

Este resultado difiere de lo encontrado por Valencia y Tacca (2020) en Arequipa, quienes reportaron una correlación inversa significativa ($Rho = -0.800$), lo que sugiere que las diferencias geográficas y contextuales pueden jugar un papel importante en cómo las redes sociales influyen en la identidad cultural de los estudiantes. Mientras que en Arequipa el impacto de las redes sociales parecía tener un efecto negativo en la identidad cultural, en Tarata el uso de redes sociales muestra una contribución positiva, lo cual podría explicarse por un enfoque diferente en el uso de estas plataformas o por características culturales específicas de la región.

Por otro lado, el presente estudio coincide en cierta medida con lo expuesto por Portales y Vásquez (2019) en Trujillo, quienes hallaron una correlación significativa entre el uso de la red social Facebook y la modificación de la identidad cultural en estudiantes de

secundaria. Estos autores argumentan que Facebook permite a los estudiantes adquirir un conocimiento amplio de diferentes culturas y adaptarse a elementos de la modernidad, lo que contribuye a una construcción de identidad más dinámica y abierta. De manera similar, en este estudio se observa que el uso de redes sociales para satisfacer diversas necesidades se asocia con una mayor promoción de la identidad personal y cultural, reforzando la idea de que estas plataformas pueden ser un medio para la autoexploración y el desarrollo cultural en contextos rurales como el de Tarata.

En conjunto, estos resultados sugieren que, aunque las redes sociales pueden desempeñar un papel distinto según el contexto cultural y regional, en Tarata, su uso se relaciona de manera positiva con la promoción de la identidad cultural. Esto resalta la importancia de considerar las particularidades culturales y sociales al estudiar el impacto de las redes sociales en la identidad, ya que pueden actuar como herramientas valiosas para la preservación y fortalecimiento de la identidad cultural, siempre que su uso esté orientado hacia objetivos significativos y constructivos.

Con relación al análisis descriptivo del nivel de uso y necesidades de redes sociales revela patrones interesantes en la población estudiada, revelando un patrón predominante entre los estudiantes de la zona altoandina de Tarata. Los resultados muestran que el 97.4 % se ubica en un nivel alto de uso, mientras que solo el 2.6 % mantiene un nivel medio. Estos hallazgos coinciden con lo reportado por Avendaño (2017), quien encontró que el 90 % de los estudiantes utiliza intensivamente las redes sociales. Por su parte, Malo et al., (2018) también documentaron una tendencia similar, donde la mayoría de los jóvenes mostraba una integración profunda de estas plataformas en su vida cotidiana

En el contexto particular de la zona altoandina de Tarata, es importante considerar que el acceso y uso de redes sociales presenta características propias del entorno rural. Los estudiantes combinan el mundo digital con sus prácticas culturales tradicionales, creando una dinámica única de interacción. Esta realidad coincide con los hallazgos de Mamani (2021), quien documentó cómo los jóvenes altoandinos utilizan las redes sociales para documentar festividades tradicionales y rituales comunitarios, aunque esto no necesariamente profundiza su conexión con estas prácticas. Por su parte, Torres (2022) observó que el 85 % de los estudiantes de zonas altoandinas mantienen un patrón de uso de redes sociales similar al de zonas urbanas, lo cual plantea interrogantes sobre la influencia de la globalización digital en estas comunidades.

En cuanto a la promoción de la identidad personal y cultural, los datos revelan un panorama notable: el 100 % de los estudiantes se ubica en el nivel alto. Este resultado dialoga con los hallazgos de Gala (2022), quien identificó una fuerte presencia de elementos culturales en las interacciones digitales de los jóvenes altoandinos. De manera similar, Santos (2023) encontró que las redes sociales se han convertido en espacios activos para la expresión y preservación de la identidad cultural en Tacna. Estas plataformas funcionan como canales donde los estudiantes no solo consumen contenido, sino que también comparten y promueven activamente sus tradiciones y valores culturales.

En relación con el **primer objetivo específico** sobre la relación entre las necesidades de desvío y la promoción de la identidad personal y cultural, se encontró una correlación positiva fuerte y significativa ($Rho = 0.754$, $p = 0.002$). Esto sugiere que el uso de redes sociales como medio de entretenimiento o escape contribuye al desarrollo de la identidad

cultural. Este resultado contrasta con Olives (2018), quien encontró que los jóvenes perciben las redes principalmente como entretenimiento sin valor cultural, sugiriendo que el contexto puede influir en cómo se percibe el valor cultural de estas actividades. Por otra parte, Malo et al., (2018) en España identificaron que el uso excesivo de redes sociales se correlaciona con un impacto psicológico negativo en los jóvenes, especialmente en mujeres, quienes mostraron mayor tendencia al consumo excesivo de estas plataformas.

En relación con el **segundo objetivo específico**, acerca de determinar la relación de necesidades cognitivas de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes, se observó una relación positiva moderadamente fuerte y significativa ($Rho = 0.689$, $p = 0.003$), lo que revela que el uso de redes sociales para adquirir información o conocimientos contribuye significativamente a la promoción de la identidad cultural de los estudiantes. Estos resultados difieren con lo expuesto por Pardo y Espinoza (2020), quienes determinaron que, aunque el 76 % de los participantes usaba redes para informarse, estas plataformas no fomentaban un sentido de identidad cultural en Huánuco. De manera similar difiere Avendaño (2017) encontró que, si bien los estudiantes utilizaban Facebook para compartir información personal, el 44 % modificaba su identidad cultural como resultado de dicha interacción.

En relación con el **tercer objetivo específico** relacionado con establecer la relación de las necesidades afectivas en las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes, se observó una relación positiva fuerte y significativa ($Rho = 0.721$, $p = 0,001$), lo que sugiere que el uso de redes para satisfacer necesidades emocionales está asociado con una mayor promoción de la identidad cultural. Este hallazgo difiere de

investigaciones como la de Malo et al. (2018), quienes reportaron que el uso excesivo de redes generaba dependencia emocional sin un impacto positivo en la identidad ($p < 0,05$). Por su parte, Olives (2018) señala que el 70 % de los jóvenes encontraba atractivo el lenguaje visual de las redes sociales, aunque reconocían que esta interacción carecía de valor para su desarrollo personal.

Con respecto al **cuarto objetivo específico** sobre determinar el grado de relación de las necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes, se obtuvo una correlación positiva moderada ($Rho = 0,560$, $p = 0,024$), lo que indica que cuando los estudiantes utilizan las redes para fortalecer su autoimagen y sentido de pertenencia, también promueven su identidad cultural. Valencia y Tacca (2020) encontraron una correlación inversa (ρ de Spearman = $-0,800$, $p = 0,000$) entre el uso de redes sociales y la identidad cultural. Asimismo, Gala (2022) identificó un alto nivel de identificación cultural en el 80 % de los estudiantes evaluados, lo que refuerza la idea de que el uso de redes sociales para fines integrativos personales constituye un mecanismo valioso para la expresión cultural.

Finalmente en relación al **quinto objetivo específico** sobre identificar el grado de relación de las necesidades integrativas sociales del uso y de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes, se evidenciaron una correlación positiva moderada con la promoción de la identidad cultural ($Rho = 0,355$, $p = 0,026$), lo cual indica que cuando los estudiantes utilizan las redes para interactuar y fortalecer vínculos, también promueven activamente su identidad cultural. Santos (2023) observó que el 48,7 % de los estudiantes mostraba un nivel de formación de identidad

personal y cultural directamente relacionado con el uso de redes para conectar socialmente. De igual manera, Palza (2022) encontró una relación ($r^2 = 0,913$, $p < 0,05$) entre el uso de redes sociales y la organización de actividades sociales en Tacna, lo que fortalece la comprensión de estas plataformas como herramientas para fomentar tanto la interacción social como la promoción de la identidad cultural.

Los hallazgos de esta investigación revelan que, en la población estudiada de estudiantes altoandinos, el uso de redes sociales tiene un impacto significativo en la promoción de la identidad personal y cultural, especialmente cuando se orienta a satisfacer necesidades cognitivas, afectivas e integrativas. La correlación positiva entre el uso de redes sociales y la promoción de la identidad cultural sugiere que estas plataformas están siendo aprovechadas de manera efectiva en este contexto, facilitando tanto la autoexpresión como el fortalecimiento del sentido de pertenencia cultural.

Es fundamental reconocer que, en entornos rurales como el de Tarata, las redes sociales pueden actuar como herramientas valiosas para la preservación y promoción cultural, siempre que su uso sea guiado con un enfoque intencionado. Integrar las redes sociales en las prácticas educativas permitiría a los estudiantes no solo consumir contenido, sino también participar activamente en la creación y difusión de su cultura. Esto implica diseñar actividades que promuevan el uso de redes para documentar tradiciones locales, investigar su historia y fomentar el intercambio cultural entre comunidades.

Asimismo, el uso de redes sociales con fines integrativos, que en este estudio se ha demostrado positivamente relacionado con la promoción de la identidad cultural, debe ser fomentado. De esta manera, un enfoque educativo adaptado a las características y valores de

la comunidad altoandina contribuiría al desarrollo de competencias digitales en los estudiantes y fomentaría una mayor conciencia y aprecio por su patrimonio cultural. En última instancia, transformar la forma en que se utilizan las redes sociales puede ser clave para empoderar a los jóvenes, permitiéndoles navegar entre la modernidad y su rica herencia cultural y convirtiéndolos en agentes activos en la promoción de su identidad personal y cultural.

Conclusiones

1. Se concluyó que existe una relación positiva moderada y significativa entre el uso y necesidades de las redes sociales y la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona altoandina de la provincia de Tarata ($Rho = 0.651$, $p = 0,001$). Esto sugiere que el uso de redes sociales contribuye de manera importante a cómo los estudiantes promueven y expresan su identidad personal y cultural en el entorno digital.
2. Se evidenció una relación positiva fuerte y significativa entre la dimensión de necesidades de desvío y la promoción de la identidad personal y cultural ($Rho = 0.754$, $p = 0.002$), indicando que el uso de redes sociales como medio de entretenimiento o escape tiene un impacto relevante en la expresión de la identidad cultural de los estudiantes.
3. Se observó una relación positiva moderadamente fuerte y significativa entre las necesidades cognitivas y la promoción de la identidad cultural ($Rho = 0.689$, $p = 0.003$). Esto sugiere que el uso de redes sociales para adquirir información o conocimientos está directamente relacionado con la promoción de la identidad cultural, apoyando el aprendizaje y la exploración cultural entre los estudiantes.
4. Se encontró una relación positiva fuerte y significativa entre las necesidades afectivas y la promoción de la identidad personal y cultural ($Rho = 0.721$, $p = 0,001$), lo que indica que el uso de redes sociales para satisfacer necesidades emocionales contribuye significativamente a la expresión y promoción de la identidad cultural de los estudiantes.
5. Se determinó una relación positiva moderada y significativa entre las necesidades integrativas personales y la promoción de la identidad cultural ($Rho = 0.560$, $p = 0.024$), evidenciando que cuando los estudiantes utilizan las redes sociales para fortalecer su autoimagen y obtener aprobación social, promueven también su identidad cultural.
6. Se identificó una relación positiva moderada y significativa entre las necesidades integrativas sociales y la promoción de la identidad personal y

cultural ($Rho = 0.355$, $p = 0.026$), lo que demuestra que el uso de redes sociales para fortalecer lazos sociales está asociado con una mayor promoción de la identidad cultural en los estudiantes, fomentando un sentido de pertenencia y cohesión comunitaria.

Recomendaciones

1. Se recomienda a las instituciones educativas de la zona alto andina de la provincia de Tarata implementar programas de alfabetización digital que integren el uso consciente de las redes sociales con la promoción de la identidad cultural, desarrollando estrategias que permitan a los estudiantes utilizar estas plataformas como herramientas efectivas para la preservación y difusión de su patrimonio cultural, mientras mantienen un balance saludable en su uso cotidiano.
2. Se sugiere a los docentes y padres de familia desarrollar actividades recreativas y de entretenimiento que integren elementos culturales locales con el uso de redes sociales, como la creación de contenido digital sobre juegos tradicionales o festividades locales, permitiendo así que el tiempo de entretenimiento en línea tenga un propósito cultural constructivo.
3. Se recomienda a las autoridades educativas implementar proyectos de investigación y documentación cultural que utilicen las redes sociales como medio de difusión, incentivando a los estudiantes a crear y compartir contenido educativo sobre su historia local, tradiciones y costumbres, fortaleciendo así el vínculo entre el aprendizaje digital y la identidad cultural.
4. Se sugiere a las instituciones altoandinas desarrollar talleres de inteligencia emocional que ayuden a los estudiantes a gestionar sus emociones tanto en el entorno digital como en el real, promoviendo la expresión de sentimientos a

través de manifestaciones culturales propias y utilizando las redes sociales como un medio complementario y no sustitutivo de las interacciones emocionales tradicionales.

5. Se recomienda a las instituciones altoandinas implementar programas de mentoría cultural donde los estudiantes puedan desarrollar proyectos de identidad digital que reflejen su herencia cultural, permitiéndoles construir una presencia en línea auténtica que integre elementos de su identidad personal con sus raíces culturales.
6. Se sugiere a las instituciones altoandinas crear redes de colaboración entre estudiantes de diferentes comunidades alto andinas, utilizando las plataformas sociales como medio de conexión para compartir y preservar tradiciones comunes, organizando eventos culturales virtuales y presenciales que fortalezcan los lazos comunitarios y la identidad cultural colectiva.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, Henríquez y Erazo, (2022). *Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador*. Vol. 6 Núm. 3 (2022): Exploración (2022). Cuenca – ecuador. Recuperado de: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/exploradordigital/articloe/view/2229>
- Avendaño, J. (2017). *Análisis del uso de la red social Facebook desde una perspectiva de identidad cultural en estudiantes de bachillerato de la unidad educativa del milenio Penipe en el periodo noviembre 2016 - Febrero 2017*. Riobamba – Ecuador. Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/3848/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2017-0021.pdf>
- Alvarado, E., Ochoa, M., Ronquillo, Gl., y Sánchez, M. (2019). *Importancia y uso de las redes sociales en la educación*. Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento. 3 (2). pp. 882-893. Vol. 3, núm. 2., (2019). Recuperado de: <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ImportanciaYUsoDeLasRedesSocialesEnLaEducacion-7066881.pdf>
- Ali, I., Danaee, M., & Firdaus, A. (2020). Social networking sites usage & needs scale (Snsun): A new instrument for measuring social networking sites' usage patterns and needs. *Journal of Information and Telecommunication*, 4(2), 151–174. <https://doi.org/10.1080/24751839.2019.1675461>

- Basarab (2015). *Education, Cultural and Intercultural Relation. Procedía - Social and Behavioral Sciences*. Volumen 180, 5 de mayo de 2015, pp. 36-41. Obtenido de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815014135>
- Cepeda, J. (2018). *Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación*. Revista Tabanque, Vol. 31. P. 244-262. Editorial Universidad Valladolid. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-UnaAproximacionAlConceptoDeIdentidadCulturalAParti-6448230.pdf>
- Campos, F., y Rúas, J. (2015). *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático*. https://www.researchgate.net/publication/283328072_Las_redes_sociales_digital_es_en_el_ecosistema_mediatico.
- Campos, H (2018). *Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional*. Cinta moebio 62: 199-212. Valdivia – Chile. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n62/0717-554X-cmoebio-62-00199.pdf>
- Carpio, C. E. (2019). Metodologías de la investigación. *Alerta*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/333714362_Introduccion_a_los_tipos_de_muestreo
- Crespo, J., Diaz, D., y Toapanta, K. (2022). *Impacto de la identidad cultural en la formación de los estudiantes de profesionalización*. Revista Ciencias Pedagógicas E Innovación. Volumen 10 N° 1, Edición junio 2022, pp. 85-94. Recuperado de: <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/573/560>

- Candale, C. (2017). *Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas*. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Revista científica Universidad de Bucarest. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Cordero, R., y Lahuerta, E. (2018, marzo 23). Redes sociales: un antes y un después en el comportamiento humano. Fundación telefónica. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/redes-sociales-un-antes-y-un-despues-en-el-comportamiento-humano/>
- Cobano, V., y Llorent, M. (2017). *Identidad cultural del alumnado marroquí: estado de la cuestión en los centros de educación secundaria públicos de Andalucía*. Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria, núm. 29, enero-junio, 2017, pp. 81-96. Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social Sevilla, España. <https://www.redalyc.org/pdf/1350/135049901007.pdf>
- Covinos, J. A. (2021). DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. *ResearchGate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION
- Crocetti, E., Albarello, F., Meeus, W., & Rubini, M. (2023). Identities: A developmental social-psychological perspective. *European Review of Social Psychology*, 34(1), 161–201. <https://doi.org/10.1080/10463283.2022.2104987>
- Crocetti, E., Karataş, S., Branje, S., Bobba, B., & Rubini, M. (2024). Navigating Across Heritage and Destination Cultures: How Personal Identity and Social Identification Processes Relate to Domain-Specific Acculturation Orientations in

Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 53(2), 397–415.
<https://doi.org/10.1007/s10964-023-01870-y>

Etchezahar, E. (2014). La construcción social del género desde la perspectiva de la Teoría de la Identidad Social. *Cielo*, 16. Obtenido de
[http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162014000200005#:~:text=Tajfel%20y%20Turner%20\(1986\)%20conciben,su%20identidad%20social%20de%20g%C3%A9nero.](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17162014000200005#:~:text=Tajfel%20y%20Turner%20(1986)%20conciben,su%20identidad%20social%20de%20g%C3%A9nero.)

Fernández, J. (2020). Identidad cultural y derecho a la educación. Universidad de Valencia. Contextos Educativos, 26 (2020), 23-39. Recuperado de:
[https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/contextos/article/view/4445/3690.](https://publicaciones.unirioja.es/ojs/index.php/contextos/article/view/4445/3690)

Flores, G., Chancusig, J., Cadena, J., y Guaypatin, O. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. Boletín Redipe, 6(4), 56-65. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6119348>

Gala, y Virginia Castro. (2022). Identidad cultural en los entornos virtuales del estudiante de educación inicial en Lurigancho, Perú.
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/38143>

<file:///C:/Users/DELL/Downloads/38143-Texto%20del%20art%C3%ADculo-71119-1-10-20220524.pdf>

Giménez, G. (2011). Cultura, identidad y procesos de individualización. *Identidades: Teorías y Métodos Para Su Análisis*, 15–28.

- Gómez-Urrutia, V., & Figueroa, A. J. (2022). Identity in the digital age: elaboration of social media profiles in Chilean teenagers. *Convergencia*, 29. <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Grossberg, L. (2017). Stuart Hall: diez lecciones para los estudios culturales. *Intervenciones en estudios culturales*, vol. 3, núm. 4, 2017. Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/53/5312002/html/>
- Hootsuite, W. a. (2022). *DIGITAL REPORT 2022: EL INFORME SOBRE LAS TENDENCIAS DIGITALES, REDES SOCIALES Y MOBILE*. Obtenido de <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Hernández, G. y Castro, A. (2014). *Influencia de las redes sociales de internet en el rendimiento académico del área de informática en los estudiantes de los grados 8° y 9° del Instituto Promoción Social del Norte de Bucaramanga*; tesis para optar al grado académico de Maestro en Educación de la Universidad del Tolima.
- Herring, S., y Androutsopoulos, J. (2015). *Discurso mediado por computadora 2.0 . The Handbook of Discourse Analysis*. John Wiley & Sons, 2015. Pp. 1-25. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781118584194.ch6>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V. México. https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

- Lazo, L. (2017). *Identidad y Movimientos Sociales en Manuel Castells*. Repositorio de Revistas de la Universidad Privada de Pucallpa, 1(3).
- Martínez, B., y Moreno, D. (2017). *Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, vol. 2, núm. 1, 2017, pp. 105-114. Asociación Nacional de Psicología Evolutiva y Educativa de la Infancia, Adolescencia y Mayores Badajoz, España. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349853220011.pdf>
- Manzano, I. (2018). ¿Por qué es importante trabajar la identidad cultural de cada pueblo? [Why is it important to work on the cultural identity of each people?]. Almanatura. <https://n9.cl/4jsx>
- Malo, Martín y Viñas (2018) Uso excesivo de las redes sociales: psicosocial de adolescentes españoles. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=56&articulo=56-2018-10>
- Mohsin, M. (2021). 10 estadísticas de TikTok que debes conocer en 2021. Oberlo: <https://www.oberlo.es/blog/estadisticas-tiktok>
- Melgarejo, L., y Melgarejo, M. (2022) *El WhatsApp como herramienta educativa*. Revisión sistemática. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4) 339-360. Lima -Perú. Recuperado de: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2590/3832>.

- Merodio, J. (2016). *Estrategia y táctica empresarial en redes sociales*. España: LID Editorial. <https://edicionesdelau.com/producto/estrategia-y-tactica-empresarial-en-redes-sociales/>
- MINEDU (2022, mayo 21). *Ministerio de Educación fortalece Plan Nacional de Educación Intercultural Bilingüe*. Peru21. Recuperado: <https://peru21.pe/peru/ministerio-de-educacion-fortalece-plan-nacional-de-educacion-intercultural-bilingue-noticia/>
- Nematzadeh, A., & Haddad Narafshan, M. (2020). Construction and re-construction of identities: A study of learners' personal and L2 identity. *Cogent Psychology*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311908.2020.1823635>
- Pertegal-Felices, M. L., Espín-León, A., & Jimeno-Morenilla, A. (2020). Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani. *Revista de Estudios Sociales*, 71, 51–67. <https://doi.org/10.7440/res71.2020.05>
- Olives, N. (2018). *Análisis comunicacional de la red social Instagram y su influencia en la construcción de identidad cultural en jóvenes de 18 a 25 años de la Cdma. Abel Gilbert*. [Tesis para optar el título de licenciado en comunicación social]. Universidad de Guayaquil, carrera profesional de comunicación social. Guayaquil – Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27011/1/Tesis%20Nohelia%20Ninos%20ka%20Olives%20Rosales.pdf>
- Ochoa, F., y Barragán, M. (2022). *El uso en exceso de las redes sociales en medio de la pandemia*. ACADEMO. Revista de Investigación en Ciencias Sociales y

Humanidades. Enero-Junio2022. Vol. 9Nro. 1. p. 85. Recuperado de:
<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/617/481>

O'Donnell M. (2016). *¿Mejores amigos para siempre? La influencia de la tecnología en las amistades infantiles de alta y baja calidad.*
http://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2267&context=cmc_tesis

Prada, R., Hernández, Cesar., y Maldonado, E. (2020). *Diagnóstico del potencial de las redes sociales como recurso didáctico en el proceso de enseñanza en época de aislamiento social.* Revista científica Espacios. Vol. 41 (42) 2020 • Art. 22.
 [publicado el 05/11/2022). Recuperado de:
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p22.pdf>

Pardo, A., y Espinoza, M. (2020). *Las redes sociales virtuales y el impacto en la identidad cultural en el distrito de Huánuco cercado. Región Huánuco 2020.* [Tesis para optar título de licenciado en sociología] universidad nacional Hermilio Valdizán facultad de ciencias sociales escuela profesional de sociología. Huánuco – Perú.
<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6125/TS0C00108P26.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pertegal-Felices, M. L., Espín-León, A., & Jimeno-Morenilla, A. (2020). Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani*. *Revista de Estudios Sociales.* Obtenido de
<https://www.redalyc.org/journal/815/81562580005/movil/>

Pérez, J. (2015). *Identidad: Semblante e Impostura en la Era Digital*. En Salvat, G. y Serrano, V. (Eds.). (2010). *La revolución digital y la Sociedad de la Información*. Zamora-Sevilla: Editorial Comunicación Social.

Pertegal-Felices et al., 2020 *Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de los Andes
<https://www.redalyc.org/journal/815/81562580005/movil/>

Posada, M. (2018). Incidencia de las redes sociales sobre la identidad en adolescentes y jóvenes: una metasíntesis con enfoque de desarrollo humano. [Tesis de investigación para optar título de especialista en Desarrollo Humano con énfasis en procesos afectivos y creatividad]. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Facultad de Ciencias y Educación. Bogota – Colombia.
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/14373/PosadaMonsalveManuelAlejandro2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Portales, D., & Vasquez, A. (2019). *Relacion entre uso de red social Facebook y la identidad cultural, en alumnos del nivel secundario de la I.E. N° 80067 César Armestar Valverde del distrito de Simbal, año 2019 [Relationship between the use of the social network Facebook and cultural ident.* <https://n9.cl/o4sga>

Quiroga, Fl., Capella, Cl., Sepúlveda, G., Conca, B., y Miranda, J. (2021). *Identidad personal en niños y adolescentes: estudio cualitativo*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*. Vol.19 no.2 Manizales May/Aug. 2021 Epub Oct 05, 2021. Obtenido de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X2021000200320

- Rosen, W. C. (2013). *La escala de actitudes y uso de medios y tecnología: una investigación empírica*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/272834818_The_Media_and_Technology_Usage_and_Attitudes_Scale_An_empirical_investigation
- Sierra, J., y Barrientos, A. (2021). *Cosmovisión de la comunicación en redes sociales en la era postdigital*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España. Recuperado de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/126485/Le%20Corbusier%20y%20las%20redes%20sociales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, E. Q. (mayo de 2023). El impacto de las redes sociales en la formación de la identidad personal y cultural de los estudiantes de educación secundaria en la Institución educativa. Simón Bolívar del Centro Poblado Menor de Santa Cruz de la provincia de Candarave, 2023
<https://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/20.500.12510/4073>
- Santos, R. (2018). *Interculturalidad, identidad personal y redes sociales: caminos de atestación de sí*. Ciencia y Sociedad, Vol. 43, No. 2, abril-junio, 2018.
Recuperado de: <file:///C:/Users/Pedro/Downloads/Dialnet-InterculturalidadIdentidadPersonalYRedesSociales-7076217.pdf>
- Salehi Yegaei, P., Achenbach, T. M., Trejos-Castillo, E., Mastrotheodoros, S., Izanloo, B.,

- & Habibi Asgarabad, M. (2023). Dimensions of Identity Development Scale: Confirmatory factor analysis, gender invariance, and external validity of the Persian version. *Journal of Research on Adolescence*, 33(4), 1115–1130. <https://doi.org/10.1111/jora.12860>
- Sharma, A., Wairagade, N., Reddy, DL, Mamoria, P. y Kishore, P. (2024). SOCIAL MEDIA AND IDENTITY FORMATION: EXAMINING THE IMPACT ON CONTEMPORARY SOCIETY. *Journal of Research Administration*, 6(1). <https://Journalra.Org/Index.Php/Jra/Article/View/1030>, 4(1), 9–15.
- Smith-Castro, V. (2011). La Escala de Identidad Etnica Multigrupo (EIEM) en el contexto costarricense 1. *Actualidades En Psicología*, 18(105), 47–67. <https://doi.org/10.15517/ap.v18i105.54>
- Vayas, E., Endara, D., y Méndez, D. (2018). *Ciudadanía digital e identidad cultural de los adolescentes salasakas en Facebook: proyecto educocomunicativo*. ARCIC vol.7 no.16 La Habana mayo. - Ago. 2018. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702018000200122&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Vizcarra, E. (2019). *Perú en Redes Sociales 2018 (Parte I)*. Diario La República. (publicado el 17 de mayo de 2019). Obtenido de: <https://larepublica.pe/sociedad/1198456-peru-en-redes-sociales-2018-parte-i/>
- Valencia, N., y Tacca, V. (2020). *Uso de las redes sociales y la identidad cultural en los estudiantes del quinto grado de secundaria de la institución educativa libertador castilla-provincia de castilla, arequipa-2020*. [Tesis presentada para optar la

especialización en ciencias sociales]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/12255/SEvamanl%26tamavr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Van Dijck, J. (2016). *La Cultura de la Conectividad: Una Historia Crítica de las Redes Sociales*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno Editores Argentina S.A.

Vasquez, E. (2017) *Estrategias de educación bilingüe intercultural en el desarrollo de la identidad personal y cultural en estudiantes de la institución educativa primaria N° 24338 Paucaray – Parinacochas, 2016*. [Tesis de posgrado] Universidad Cesar Vallejo, Escuela de posgrado. Perú.

Valentina, C. (2017). *Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas*. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. Universidad de Bucarest.
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LasCaracteristicasDeLasRedesSocialesYLasPosibilida-6319192.pdf>

Anexos

Matriz de consistencia

Uso y necesidades de las redes **sociales** en la promoción de la identidad personal y cultural en estudiantes de las instituciones de la zona altoandina de Tarata de la región Tacna

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Metodología
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Analizar el grado de relación entre el uso y necesidades de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>El uso de las redes sociales tiene relación significativa con la promoción de la identidad personal y cultural en los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.</p>	Variable 1:	Necesidades de desvío	3 ítems	<p>Nunca =1 Casi nunca =2 A veces =3 Casi siempre =4 Siempre = 5</p> <p>Baremo: Bajo regular Alto</p>	<p><i>Tipo de investigación:</i> Básica</p> <p><i>Diseño de investigación:</i> No experimental, Descriptivo correlacional y corte transversal.</p> <p><i>Población:</i> La población estará constituida por 39 estudiantes de educación secundaria de Región Tacna - 2024.</p> <p><i>Muestra:</i> En este caso, la muestra de estudio estará constituida por la totalidad de sujetos de estudio,</p>
			El uso y las necesidades de las redes sociales.	Necesidades Cognitivas	4 ítems		
				Necesidades Afectivas	3 ítems		
				Necesidades Integrativas personales.	4 ítems		
				Necesidades Integrativas sociales	4 ítems		
<p>Problemas específicos:</p> <p>PE1 ¿Cuál es el nivel de necesidades de desvío del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que viven en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024? PE2 ¿Cuál es el grado de relación de las</p>	<p>Objetivos Específicos OE1 Demostrar el nivel de relación de necesidades de desvío del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que viven en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna, en el año 2024. OE2 Determinar la relación de necesidades cognitivas de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>HI1. Existe una relación significativa de las necesidades de desvío del uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024. HE2 Existe una relación significativa de las necesidades cognitivas de las redes sociales con la</p>	Variable 2:	Identidad Personal.	Multiplicidad (4 ítems).	<p>Nunca =1 Casi nunca =2 A veces =3 Casi siempre =4 Siempre = 5</p> <p>Baremo: Bajo Regular Alto</p>	
			Identidad personal	Reputación (4 ítems).			
				Sociabilidad (3 ítems).			
			Identidad cultural	Auto expresión (3 ítems).			
				Afirmación étnica (4 ítems).			
				Elaboración de la identidad étnica (7 ítems).			
	Conductas étnicas (3 ítems).						

<p>necesidades cognitivas de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024?</p> <p>PE3 ¿Cuál es la relación de las necesidades afectivas en las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024?</p> <p>PE4 ¿Cuál el grado de relación de las necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024?</p> <p>PE5 ¿Cuál el grado de relación de las necesidades integrativas sociales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024?</p>	<p>la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024.</p> <p>OE3 Establecer la relación de las necesidades afectivas en las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna el año 2024.</p> <p>OE4 Determinar el grado de relación de las necesidades integrativas personales del uso de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024.</p> <p>OE5 Identificar el grado de relación de las necesidades integrativas sociales del uso y de las redes sociales en la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024</p>	<p>promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.</p> <p>HE3 Existe una relación significativa de las necesidades afectivas en el uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata de la región Tacna en el año 2024.</p> <p>HE4 Existe una relación significativa de las necesidades integrativas personales en el uso de las redes sociales con la promoción de la identidad personal y cultural de los estudiantes en la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región Tacna en el año 2024.</p> <p>HE5 Existe una relación significativa de las necesidades integrativas sociales en el uso de las redes sociales con la construcción de la identidad personal y cultural de los estudiantes de la zona alto andina de la provincia de Tarata, en la región de Tacna en el año 2024.</p>					<p>estudiantes de 1ero a 5to grado de educación secundaria de las instituciones mencionadas.</p> <p><u>Técnicas:</u></p> <p>Aplicación de la encuesta.</p> <p><u>Instrumentos:</u></p> <p>Aplicación de los Cuestionarios estructurados de medición. De las variables (las redes sociales y la identidad personal y cultural).</p>
--	---	---	--	--	--	--	--

CUESTIONARIO VARIABLE 1

Estimado estudiante:

El presente proyecto de investigación consiste en evaluar el *Uso y necesidades de las Redes Sociales* en estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata en la Región Tacna. Tiene como finalidad analizar la percepción de los estudiantes que poseen en su centro educativo.

Instrucciones: Lea atentamente las siguientes preguntas y marca una “X” en la alternativa que mejor creas conveniente.

Mujer varón grado

Lea atentamente las siguientes preguntas y marca una “X” en el cuadro que mejor creas conveniente. Teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

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

N°	Proposiciones	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
	<i>Dimensión: Necesidades de desvío</i>					
1	<i>Las redes sociales las uso para pasar el tiempo cuando estoy aburrido.</i>					
2	<i>Las redes sociales me permiten escapar de mis preocupaciones.</i>					
3	<i>Empiezo a usar las redes sociales cuando no tengo nada mejor que hacer</i>					
	<i>Necesidades Cognitivas</i>					
4	<i>Las redes sociales me ayudan en investigaciones y estudios</i>					
5	<i>Las redes sociales me ayudan a explorar nuevas formas de trabajo y/o negocios en línea/</i>					
6	<i>Las redes sociales me ayudan a adquirir conocimientos.</i>					
7	<i>Las redes sociales me dan información sobre otras personas.</i>					
	<i>Necesidades Afectivas</i>					
8	<i>Las redes sociales me ayudan a expresar mis emociones a los demás.</i>					
9	<i>Las redes sociales me permiten desarrollar una relación romántica.</i>					
10	<i>Utilizo las redes sociales para expresar mi enojo y logro que se compadezcan de mí.</i>					

	<i>Necesidades integrativas personales</i>					
11	<i>Las redes sociales son parte de mi autoimagen.</i>					
12	<i>Las redes sociales muestran una imagen mía ante los demás.</i>					
13	<i>Las redes sociales me hacen sentir bien entre mis compañeros, informa a otros sobre mí.</i>					
14	<i>Utilizo las redes sociales para obtener aprobación favorable entre amigos.</i>					
	<i>Necesidades integrativas Sociales</i>					
15	<i>Utilizo redes sociales para participar en actividades.</i>					
16	<i>Me permite comunicarme con mis amigos y agregar nuevos amigos.</i>					
17	<i>Las redes sociales me permiten encontrar más personas interesantes que la vida real.</i>					
18	<i>Las redes sociales me permiten encontrar compañía.</i>					

Instrumento de medida psicométrico de los autores (Ali et al., 2020).

CUESTIONARIO VARIABLE 2

Estimado estudiante:

El presente proyecto de investigación consiste en evaluar *La identidad personal y cultural* en estudiantes que residen en la zona alto andina de la provincia de Tarata en la región Tacna 2024. Tiene como finalidad recabar la opinión que poseen al respecto, en el centro educativo que estudian.

Instrucciones: Lee detenidamente y marca la respuesta con una “X” que, según tú, sea la opinión que tengas al respecto, teniendo en cuenta la siguiente escala de valoración:

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

Nro	Proposiciones	Escala de valoración				
		1	2	3	4	5
	Variable : IDENTIDAD PERSONAL (Gómez y Figueroa, 2022)					
	Dimensión: Multiplicidad del yo					
1	Me atrae la idea de convertirme en alguien diferente en la red.					
2	Me encanta tener la oportunidad de asumir una identidad virtual.					
3	Me gusta la idea de poder representar a varias personas al mismo tiempo.					
4	Me gusta la idea de tener una “segunda vida” en la red.					
	Reputación virtual					
5	Haría lo que fuera para tener una buena reputación en la red social.					
6	Me gusta mostrar que soy una persona interesante.					
7	Me importa lo que otros/as piensan sobre mí.					
8	Le pongo mucha atención a cómo construyo mi perfil en la red.					
	Sociabilidad virtual					
9	Me siento más libre para hablar con otras personas cuando estoy en la red.					
10	En la red, puedo expresarme con más facilidad que en la vida real (offline).					
11	Es más fácil que las personas me hablen cuando estoy en la red.					
	Auto expresión y exploración					
12	La red me permite mostrarles a otros/as que tengo habilidades.					
13	Me gusta actualizar constantemente mi perfil.					
14	Está bien mejorar mi imagen en la red, aunque eso implique no mostrarme tal como soy.					
	IDENTIDAD CULTURAL					
	Afirmación étnica.					
15	Considero que el aimara es un idioma de gran valor cultural que representa la identidad de nuestro pueblo y a través de la red social me siento comprometido en divulgarlo.					
16	Me siento fuertemente ligado a mis orígenes, pienso que el aimara y quechua es un instrumento potente para la valoración de la diversidad lingüística y desarrollo de la interculturalidad y me siento orgulloso de divulgarlo en la red social.					
17	Estoy feliz de ser miembro de esta cultura aimara y siento que hay que divulgar el gran valor cultural en mi pueblo y lo hago a través de las redes sociales.					

18	<i>Me siento muy bien, identificando y valorando el territorio de mi pueblo aymara por ello cada vez que puedo posteo diversos lugares en las redes sociales.</i>					
Elaboración de la Identidad étnica						
19	<i>Promuevo la visita de foráneos a los lugares turísticos de la región resaltando su diversidad geográfica y cultural.</i>					
20	<i>Promuevo a través las redes la historia, tradiciones y costumbres del lugar donde vivo.</i>					
21	<i>Estoy consciente de mis raíces étnicas y de lo que estas significan para mí divulgarlas a través de las redes sociales.</i>					
22	<i>La verdad es que no me he preocupado por aprender más sobre la cultura e historia de mi grupo étnico</i>					
23	<i>Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultural, he conversado con otras personas acerca de mi grupo étnico y he contactado más personas a través de las redes sociales.</i>					
24	<i>Entiendo perfectamente lo que significa para mí pertenecer a mi grupo étnico</i>					
25	<i>Me pongo a pensar mucho sobre cómo se podría ver afectada mi perfil digital por el hecho de pertenecer a mi grupo étnico.</i>					
Conductas étnicas						
26	<i>Participo en grupos y organizaciones que están compuestos, en su mayoría, por personas de mi grupo étnico (Pertegal et al., 2020).</i>					
27	<i>Participó activamente de las tradiciones de mi grupo étnico, como por ejemplo, de su música, comida, idioma, etc (Pertegal et al., 2020).</i>					
28	<i>Asisto a organizaciones y participo en actividades en donde se promueven las tradiciones de mi grupo étnico (Pertegal et al., 2020).</i>					

Tomado del Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena (Pertegal et al., 2020).



Visible: 57 de 57 variables

	P16	V2.P17	V2.P18	V2.P19	V2.P20	V2.P21	V2.P22	V2.P23	V2.P24	V2.P25	V2.P26	V2.P27	V2.P28	V1_NIVE LES	V2_NIVE LES	NIVEL_V1	NIVEL_V2	V1.D1	V1.D2	V1.D3	V1.D4	V1.D5
1	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	79	133	Nivel alto	Nivel alto	12	20	12	17	18
2	mpre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	A veces	78	128	Nivel alto	Nivel alto	13	20	11	17	17
3	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	77	129	Nivel alto	Nivel alto	11	20	10	18	18
4	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	82	129	Nivel alto	Nivel alto	12	20	11	19	20
5	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	83	132	Nivel alto	Nivel alto	13	20	10	20	20
6	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	77	133	Nivel alto	Nivel alto	10	18	10	20	19
7	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	77	133	Nivel alto	Nivel alto	9	19	11	18	20
8	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	83	134	Nivel alto	Nivel alto	15	18	10	20	20
9	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	82	129	Nivel alto	Nivel alto	9	20	13	20	20
10	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	82	126	Nivel alto	Nivel alto	15	20	15	12	20
11	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	79	132	Nivel alto	Nivel alto	12	17	12	20	18
12	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	79	134	Nivel alto	Nivel alto	12	18	9	20	20
13	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	78	133	Nivel alto	Nivel alto	11	20	11	19	17
14	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	79	128	Nivel alto	Nivel alto	15	18	13	15	18
15	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	77	134	Nivel alto	Nivel alto	12	18	8	19	20
16	mpre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	78	127	Nivel alto	Nivel alto	12	17	11	20	18
17	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	75	134	Nivel alto	Nivel alto	9	18	9	19	20
18	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	77	133	Nivel alto	Nivel alto	10	16	13	19	19
19	.	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	87	125	Nivel alto	Nivel alto	15	20	13	20	19
20	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	80	130	Nivel alto	Nivel alto	12	17	14	17	20
21	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	78	135	Nivel alto	Nivel alto	11	20	11	19	17
22	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	75	136	Nivel alto	Nivel alto	9	18	9	19	20
23	mpre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	A veces	78	126	Nivel alto	Nivel alto	13	20	11	17	17
24	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	77	131	Nivel alto	Nivel alto	10	18	10	20	19
25	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	82	130	Nivel alto	Nivel alto	12	20	11	19	20
26	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	79	133	Nivel alto	Nivel alto	12	18	9	20	20
27	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	81	129	Nivel alto	Nivel alto	12	20	13	20	16
28	.	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	87	126	Nivel alto	Nivel alto	15	20	13	20	19
29	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi nunca	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	80	130	Nivel alto	Nivel alto	12	16	13	20	19
30	mpre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	57	107	Nivel medio	Nivel alto	6	12	10	14	15
31	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	86	135	Nivel alto	Nivel alto	15	20	11	20	20
32	mpre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	85	135	Nivel alto	Nivel alto	15	18	12	20	20
33	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	78	134	Nivel alto	Nivel alto	11	18	9	20	20
34	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	A veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	79	126	Nivel alto	Nivel alto	12	20	12	18	17
35	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	80	127	Nivel alto	Nivel alto	11	19	12	18	20
36	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	80	132	Nivel alto	Nivel alto	14	19	12	19	16
37	mpre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	83	130	Nivel alto	Nivel alto	14	20	13	20	18

Vista de datos Vista de variables

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,655	18

RELIABILITY

```
/VARIABLES=V2.P1 V2.P2 V2.P3 V2.P4 V2.P5 V2.P6 V2.P7 V2.P8 V2.P9 V2.P10 V2.P11 V2.P12 V2.P13 V2.P14 V2.P15 V2.P16 V2.P17 V2.P18 V2.P19 V2.P20 V2.P21 V2.P22 V2.P23 V2.P24 V2.P25 V2.P26 V2.P27 V2.P28  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA.
```

➔ Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	37	94,9
	Excluido ^a	2	5,1
	Total	39	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,742	28

Fichas de juicio de expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES UNIDAD DE POSGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN POR CRITERIO DE JUECES

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez Monica Olivia Contreras Mejia.
 1.2 Grado académico Doctora en Ciencias de la Educación.
 1.3 Cargo e institución donde labora Subdirectora en la IE Coronel Gregorio Albarracín - Tacna.
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V1. Uso y necesidades de las redes sociales.
Cuestionario para Variable 1.
 1.5 Autor del instrumento (Ali et al, 2020 adaptado por Quispe Santos Eliseo.

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXELENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.				X	
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)					
	A	B	C	D	E
				5	5

$$\text{Coeficiente de validez} = 1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{20 + 25}{50} = 0,9$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00-0,60]
Observado	<0,60-0,70]
Aprobado	<0,70-1,00]

Promedio de valor 0,9

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento Aprobado (aplicable)
 LUGAR: Tacna 19 de julio del 2024.

FIRMADO DEL JUEZ INFORMANTE
 DNI 29419331



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
UNIDAD DE POSGRADO**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez : PINO NINA, ERNESTO
 1.2 Grado académico : Doctoris Scientiae en Educación
 1.3 Cargo e institución donde labora : Docente, UNJBG
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V1. Uso y necesidades de las redes sociales.
Questionario variable 1
 1.5 Autor del instrumento : Ali et al., 2020; Adaptado por Jorge Santos

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXELENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos lógicos				X	
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación					X
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		A	B	C	D	E

$$\text{Coeficiente de validez} = 1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{24 + 20}{50} =$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00-0,60]
Observado	<0,60-0,70]
Aprobado	<0,70-1,00]

Promedio de valor 0,88

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD
Es aplicable el instrumento, aprobado.

LUGAR: Tacna, 1 de julio del 2024.

FIRMA DEL JUEZ INFORMANTE
 DNI 00443759



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
UNIDAD DE POSGRADO**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez : Llapa Medina Martin Pedro
 1.2 Grado académico : Doctor en Ciencias de la Educación
 1.3 Cargo e institución donde labora : Docente Investigador UNJBG.
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V1. Uso y necesidades de las redes sociales.
Instrumento para Variable 1.
 1.5 Autor del instrumento : Ali et al., 2020 adaptado por
Eliseo Quispe Santos.

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	ELELENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planeados.				X	
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente					X

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E
		20	5		

Coefficiente de validez = $1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{20 + 25}{50} = 0.9$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00-0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60-0,70]
Aprobado <input checked="" type="radio"/>	<0,70-1,00]

Promedio de valor 0.90

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD

Aplicable
 LUGAR: Tacna . 22 de julio del 2024


 FIRMA DEL JUEZ INFORMANTE
 DNI: 06960174



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
UNIDAD DE POSGRADO**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES.**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez Monica Olivia Contreras Mejia
 1.2 Grado académico Dra en Ciencias de la Educación
 1.3 Cargo e institución donde labora Subdirectora de la IE Gregorio Albarracín - Tacna
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V2. Promoción de la Identidad personal y cultural.
Instrumento para Variable 2
 1.5 Autor del instrumento Pertegal et al., 2020 adaptado por Quispe Santos Eliseo

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXLENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planeados.					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E
	20	25			

Coefficiente de validez = $1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{20 + 25}{50} = 0.9$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00-0,60]
Observado	<0,60-0,70]
Aprobado	<0,70-1,00]

Promedio de valor 0.9

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD

Aprobado
 LUGAR: Tacna de julio del 2024.

FIRMA DEL JUEZ INFORMANTE
 DNI 29919731



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
UNIDAD DE POSGRADO**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez : PINO NINA, ERNESTO
 1.2 Grado académico : Doctoris Scientiarum en Educación
 1.3 Cargo e institución donde labora : Docente, UNSBG
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V2. Promoción de la Identidad personal y cultural.
Cuestionario variable 2
 1.5 Autor del instrumento : Perlegat, et al., 2020; Quispe Santos, (adaptación)

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXELENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.			X		
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.					X
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.				X	
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente				X	
CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)		↓	↓	↓	↓	↓
		A	B	C	D	E

Coeficiente de validez = $1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{3 + 24 + 15}{50} =$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiencia de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado	[0,00-0,60]
Observado	<0,60-0,70]
Aprobado	<0,70-1,00]

Promedio de valor: 0,84

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD

Es aplicable el instrumento, aprobado.

LUGAR: Tacna, 1 de julio del 2024.


FIRMA DEL JUEZ INFORMANTE
DNI 00443759



**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y HUMANIDADES
UNIDAD DE POSGRADO**

**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
POR CRITERIO DE JUECES.**

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellido y nombre del Juez Llapa Medina Martin Pedro
 1.2 Grado académico Doctor en Ciencias de la Educación.
 1.3 Cargo e institución donde labora Docente Investigador UNIBG.
 1.4 Nombre del instrumento evaluado: V2. Promoción de la Identidad personal y cultural.
Instrumento para Usarable 2.
 1.5 Autor del instrumento Portegal et al.; 2020 adaptado por
Eliseo Duspe Santos.

II. ASPECTO DE LA VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXLENTE 5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Permite medir hechos observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Está adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Presenta una organización lógica de las preguntas.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende aspectos de las variables en cantidad y calidad suficiente.					X
6. PERTINENCIA	Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos planteados.				X	
7. CONSISTENCIA	Pretende conseguir datos basados en teorías o modelos teóricos.					X
8. COHERENCIA	Entre variables, indicadores y los ítems.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.				X	
10. APLICACIÓN	Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X

CONTEO TOTAL DE MARCAS (Realice el conteo en cada una de las categorías de la escala)	A	B	C	D	E

Coeficiente de validez = $1 \times A + 2 \times B + 3 \times C + 4 \times D + 5 \times E = \frac{20 + 25}{50} = 0.9$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL (Ubique el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y marque con un aspa en el círculo asociado)

CATEGORÍA	INTERVALO
Desaprobado <input type="radio"/>	[0,00-0,60]
Observado <input type="radio"/>	<0,60-0,70]
Aprobado <input checked="" type="radio"/>	<0,70-1,00]

Promedio de valor 0.90

IV. CALIFICACIÓN DE APLICABILIDAD

Aplicable
 LUGAR: Tacna ..22. de julio del 2024.


 FIRMA DEL JUEZ INFORMANTE
 DNI 06960459

Escala de valoración de las variables

Baremos de uso y necesidades de las redes sociales

Bajo	28	66
Medio	67	103
Alto	104	140

Baremos de identidad personal y cultural

Bajo	18	41
Medio	42	65
Alto	66	90