

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades

Escuela Profesional de Educación

**LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL
DE LOS ESTUDIANTES DE 4TO AÑO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA
DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO SANTA ROSA - B,
PROVINCIA DE PADRE ABAD - UCAYALI, 2022**

TESIS

Presentada por:

Bach. Wualter Percy Huancaapaza Quispe

Para optar el Título Profesional de:

Licenciado en Educación con Especialidad de Ciencias Sociales

TACNA - PERÚ

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Educación, Comunicación y Humanidades

Escuela Profesional de Educación

LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE
LOS ESTUDIANTES DE 4TO AÑO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO SANTA ROSA - B,
PROVINCIA DE PADRE ABAD - UCAYALI, 2022

TESIS

Presentada por:

Bach. Wualter Percy Huancaapaza Quispe

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADO EN EDUCACIÓN CON ESPECIALIDAD DE: CIENCIAS SOCIALES

Aprobada por UNANIMIDAD, ante el siguiente Jurado.



Dr. Martin Pedro Llapa Medina
PRESIDENTE



Mgr. Eva Clara Blanco Yupanqui
SECRETARIO



Dr. Elmer Benito Rivera Mansilla
MIEMBRO



M. Gina Maribel Valle Castro
ASESORA

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, **GINA MARIBEL VALLE CASTRO**, en mi condición de asesor acreditado por la Resolución de Facultad N° 5937-2022-FECH/UNJBG de la tesis de investigación titulada: **LAS REDES SOCIALES Y SU INCIDENCIA EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE 4TO. AÑO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO SANTA ROSA – B, PROVINCIA DE PADRE ABAD - UCAYALI, 2022**, presentada por el Bach. **WUALTER PERCY HUANCAAPAZA QUISPE**, para optar el Título Profesional de **Licenciado en Educación con especialidad de: Ciencias Sociales**.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajos 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 **6%**. Por lo que, **CERTIFICO LA SIMILARIDAD** de la TESIS está de acuerdo con el nivel **PERMITIDO**, para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio Institucional**.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para su obtención del grado/ título/ especialidad.

Tacna, 29 de diciembre del 2023.



MSc. GINA MARIBEL VALLE CASTRO
DNI 00792352

Dedicatoria

Al ser que me dio la vida, por brindarme una motivación constante durante toda la formación universitaria, ya que ha sido pilar fundamental para alcanzar mis metas y objetivos en el transcurso de mi camino profesional.

Agradecimiento

A Dios, por concederme la dicha de alcanzar mis metas y permitirme culminar este trabajo de investigación que será de gran utilidad para la labor docente.

A los docentes de la UNJBG, que han contribuido a mi formación académica en todo este tiempo.

Índice

Índice	vi
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	xi
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción.....	15
Capítulo I.....	17
Planteamiento del problema	17
1.1 Descripción del problema.....	17
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general	18
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 Objetivo general.....	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Justificación e importancia	19
1.5 Formulación de hipótesis.....	20
1.5.1 Hipótesis general	20
1.5.2 Hipótesis específicas	20
1.6 Operacionalización de las variables	21
Capítulo II.....	22
Fundamentos teóricos	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.1.1 Internacionales	22
2.1.2 Nacionales.....	23
2.2 Bases teóricas	24

2.2.1	Redes sociales	24
2.2.1.1	Definiciones	24
2.2.1.2.	Utilización	26
2.2.1.3.	Características.....	27
2.2.1.4.	Principales redes sociales	28
2.2.1.5.	Redes sociales en la educación.....	31
2.2.1.6.	Dimensiones de las redes sociales	32
2.2.2	Identidad cultural	35
2.2.2.1.	Generalidades	35
2.2.2.2.	Componentes de la identidad cultural	38
2.2.2.3.	Identidad cultural y educación.....	38
2.2.2.5.	Las redes sociales en la formación de la identidad.....	41
2.2.2.4.	Dimensiones de la identidad cultural.....	42
2.3	Marco conceptual	46
Capítulo III.....		48
Metodología.....		48
3.1	Descripción del tipo y diseño de investigación	48
3.2	Diseño de investigación.....	48
3.3	Descripción del universo físico y social de ejecución de la investigación.....	49
3.4	Descripción del universo y muestra	50
3.5	Muestra	50
3.6	Descripción de las técnicas e instrumentos de investigación	51
3.6.1	Técnicas de recolección de datos.....	51
3.6.2	Instrumento	51
3.6.3	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	51
3.7	Técnicas de confiabilidad y validez de instrumentos	52
Capítulo IV.....		53

Procesamiento y análisis de resultados.....	53
4.1 Resultados.....	53
A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la muestra, los que están contenidos en tablas y representadas en figuras, según lo establecido en la norma APA, edición 7.....	
4.1.1 Sobre redes sociales	53
4.1.2 Sobre identidad cultural	73
4.2 Contratación de hipótesis	101
4.2.1. Verificación de la hipótesis específica “a”	101
4.2.2. Verificación de la hipótesis específica “b”	103
4.2.3. Verificación de la hipótesis específica “c”	106
4.2.4. Hipótesis general.....	108
4.3 Discusión	111
Conclusiones.....	116
Recomendaciones	117
Referencias bibliográficas	118
Anexos.....	124

Índice de tablas

Tabla 1. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems.....	53
Tabla 2. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems	55
Tabla 3. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems	57
Tabla 4. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems.....	59
Tabla 5. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems	61
Tabla 6. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems	63
Tabla 7. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión utilidad de redes sociales	65
Tabla 8. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión contenido de redes sociales.....	67
Tabla 9. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valoración de redes sociales	69
Tabla 10. Consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones	71
Tabla 11. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión: Étnica e ítems.....	73
Tabla 12. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión idioma e ítems	75
Tabla 13. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems	77
Tabla 14. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valores y símbolos, e ítems	79
Tabla 15. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión étnica e ítems.....	81
Tabla 16. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión idioma e ítems	83

Tabla 17. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems	85
Tabla 18. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos, e ítems	87
Tabla 19. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión étnica	89
Tabla 20. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión idioma.....	91
Tabla 21. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión costumbres y tradiciones	93
Tabla 22. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valores y símbolos	95
Tabla 23. Consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones	97
Tabla 24. Relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”	99

Índice de figuras

Figura 1. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems.....	54
Figura 2. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems	55
Figura 3. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems	57
Figura 4. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems.....	59
Figura 5. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems	61
Figura 6. Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems	63
Figura 7. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión utilidad de redes sociales	65
Figura 8. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión contenido de redes sociales.....	67
Figura 9. Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valoración de redes sociales	69
Figura 10. Consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones	71
Figura 11. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión étnica e ítems.....	73
Figura 12. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión idioma e ítems	75
Figura 13. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems	77
Figura 14. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valores y símbolos, e ítems	79
Figura 15. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión étnica e ítems.....	81
Figura 16. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión idioma e ítems	83

Figura 17. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems	85
Figura 18. Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos, e ítems	87
Figura 19. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión étnica	89
Figura 20. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión idioma	91
Figura 21. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión costumbres y tradiciones.....	93
Figura 22. Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valores y símbolos	95
Figura 23. Consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones.....	97
Figura 24. Relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”	99

Resumen

Para el presente trabajo, desarrollado bajo el título *Las redes sociales y su incidencia en la identidad cultural de los estudiantes del 4to año de educación secundaria de la Institución Educativa colegio Santa Rosa - B, provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022*, se planteó como objetivo determinar la incidencia entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los educandos del 4to año de secundaria en la localidad señalada. Su ejecución se hizo bajo el enfoque cuantitativo y es de tipo básico o puro, es decir, se buscó conocer los efectos que provocan el uso de los medios digitales en la concepción y práctica de la cultura popular, bajo un diseño no experimental, descriptivo correlacional y de corte transversal. El estudio se desarrolló sobre una población de 203 estudiantes que comprende los cinco años de estudios del nivel secundario y se trabajó con una muestra no probabilística de 43, constituida por educandos que cursan el 4to año del nivel secundario. Para el recojo de la información, se empleó la técnica de la encuesta mediante su instrumento el cuestionario (uno por cada variable). Los datos fueron procesados, analizados e interpretados y sometido a pruebas estadísticas, a través de las cuales se concluyó que el uso de las redes sociales incide directa y significativamente en la identidad cultural. Si bien es cierto que el nivel es regular, no implica rechazar su presencia y menos desconocer el rol que desempeña en la alteración o modificación de la concepción particular y colectiva de las características de la cultura popular de la comunidad.

Palabras clave: Redes sociales, identidad cultural y cultura popular.

Abstract

For the present work, developed under the title "Social networks and their incidence in the cultural identity of the students of the 4th year of secondary education of the educational institution school Santa Rosa – B, province of Padre Abad- Ucayali, 2022, the objective was to determine the incidence between the use of social networks and the cultural identity of the students of the 4th year of secondary school in the indicated locality. Its execution was done under the quantitative approach and is basic or pure, that is, it was sought to know the effects caused by the use of digital media in the conception and practice of popular culture, under a non-experimental, descriptive correlational and cross-sectional design. The study was developed on a population of 203 students comprising the five years of secondary education and worked with a non-probabilistic sample of 43, consisting of students in the 4th grade. year of secondary level. For the collection of information, the survey technique was used through its instrument: the questionnaire (one for each variable), which processed, analyzed and interpreted and subjected to statistical tests led to the conclusion that the use of social networks directly and significantly affects cultural identity. While it is true that the level is regular, it does not imply rejecting its presence and less ignoring the role it plays in the alteration or modification of the particular and collective conception of the characteristics of the popular culture of the community.

Keywords: social networks, cultural identity, popular culture

Introducción

En tiempos de globalización, como el que se vive actualmente, los niños, adolescentes, adultos y ancianos están expuestos a los efectos de los medios digitales, en especial del uso del Internet mediante pequeños aparatos móviles de comunicación. La computadora, inclusive en su versión de bolsillo como son los smartphones, están presentes y es común observar en las calles personas con el pequeño móvil a lado del oído escuchando o hablando, así como también es “normal” que observen en sus pequeñas pantallas fotografías, videos, mensajes, etc. que los mantienen conectados a una realidad virtual.

En otras palabras, el uso de dicha tecnología ha generado la aparición de redes, que podrían denominarse como redes digitales, que permite tener una relación a distancia e intercambiar, en algunos casos, experiencias personales o colectivas con personas que, en la mayoría de las veces, ni las conocen.

Ha llamado la atención su incidencia en la cultura popular, la que se va modificando y, en algunos casos, perdiendo por la potencia influenciadora de las redes sociales. Uno de los efectos particulares y de magnitud se observa en la población de corta edad, en especial en la adolescencia, quienes asumen conductas, comportamientos y acciones que sorprenden, porque no corresponden a la realidad en que se desarrollan.

Este fenómeno no es extraño en la provincia Padre Abad del departamento o región de Ucayali, localizado en la macro región de la selva peruana. Se ha observado que el nivel de identidad cultural, es decir, el sentido de valoración de los usos y costumbres, la referencia de pertenencia, el uso y manejo del idioma originario, entre otros elementos que conforman la cultura popular, va perdiendo su práctica. Esta situación ha conllevado a la búsqueda de una explicación. De allí que se ha generado el presente estudio, el cual pretende entender el problema y que las autoridades asuman acciones en la tendencia de preservar el patrimonio cultural de esa localidad.

El trabajo se desarrolla en cuatro capítulos. En el primero, se plantea y describe el problema en investigación y, partiendo de su formulación, se proponen los objetivos que se persiguen, aparte de la justificación de la investigación.

El segundo capítulo refiere al marco teórico o sustento teórico del trabajo. A partir del análisis de los antecedentes, se presenta la teoría desarrollada sobre las variables, de manera que se cuente con información adecuada para la verificación de las hipótesis y cumplimiento de los objetivos. Además, comprende el marco conceptual y la formulación de las hipótesis.

El capítulo tercero refiere a la metodología aplicada en la ejecución del trabajo. En ese sentido, se tipifica el estudio, se refiere a la estrategia a seguir, así como se da cuenta sobre la población y muestra que fueron materia de investigación y en las que se aplicaron los instrumentos para recoger la información conducente a la verificación de las hipótesis formuladas.

El capítulo cuarto está dirigido al procesamiento, análisis y discusión de los resultados. Allí se presentan las tablas y sus respectivas figuras de cada información recogida, las que fueron procesadas y presentadas en tablas e histogramas estadísticas, así como la contrastación de hipótesis. Este capítulo concluye con la presentación de las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, se consignan las fuentes y los anexos.

Señores miembros del jurado, el presente trabajo es una contribución que permite que se tenga presente los efectos del uso de las redes sociales sobre la identidad cultural en estudiantes adolescentes de una comunidad localizada en la región de selva peruana. Sus resultados pueden servir de referencia para comprender el problema que también tiene ocurrencia en las urbes costeñas y serranas. En ese sentido, ruego a ustedes considerarlo como un aporte y no como un trabajo final sobre el tema.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

Los avances registrados en los últimos tiempos en varios ámbitos de nuestra vida son inimaginables, se pasó en menos de diez años, por ejemplo, de contar con un celular de llamadas y envío de mensajes a los de alta gama que se adecúan al mundo globalizado, utilización de redes sociales en forma constante. Sin lugar a dudas, la coyuntura actual alinea en el uso de recursos tecnológicos y de comunicación cada vez más eficaces; asimismo, facilita desarrollar con mayor ahínco procesos de interacción mundial, permitiendo la “posibilidad de generar contenidos, de relacionarse y de representarse en el ciberespacio libremente” (Vayas, Endaría y Mena, 2018). Nadie puede desconocer este fenómeno, por ende existe la necesidad de regularlo en las diversas esferas y más aún en el educativo por la injerencia de las TIC en este campo.

La sociedad actual está frente a un tsunami tecnológico que hay que entender para aprovecharlo adecuadamente en el ámbito educativo, protegiendo sobre todo las particularidades de cada uno de los grupos sociales; es decir, resguardar la identidad de cada pueblo, microsociedad que podría perder el horizonte si no se aceptan los nuevos formatos que toca vivir y, en ese sentido, el sitio que ocupan la utilización de las redes sociales en los educandos. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022) establece que, entre el periodo del 2011 al 2021, se ha acrecentado el acceso a Internet en los diversos hogares del Perú, alcanzando el área urbana un 77,9 % frente a la rural que es de 46,8 % (p. 847); en tanto el mayor uso se registra según la publicación señalada líneas arriba en la población entre 6 a 24 años de edad con un 85 % en promedio; por lo que es impostergable la generación de estrategias adecuadas para garantizar la preservación de formas de vida propias de cada escenario geográfico-histórico-social.

Existe una exigencia alta para que cada grupo social pueda conservar su legado histórico; aquel que fortalece el sentido de pertenencia que podría anularse en el marco de la globalización que tiene como herramienta a las redes sociales que son verdaderas áreas de interacción cultural que pueden jugar en contra de costumbres y tradiciones ligeramente establecidas como señala Cantor Silva et al. (2018): “En los adolescentes se impregna otros componentes ajenos a su cotidianidad, asumiendo nuevas costumbres, expresiones, metas, entretenimientos y demás contenidos que circulan en las redes sociales”.

De esta manera, se ha observado que, en la Institución Educativa Santa Rosa - B, de la provincia de Padre Abad – Ucayali, perteneciente a la comunidad nativa Shipibo, los educandos cuentan con Internet satelital, tienen acceso limitado a los servicios básicos y los medios de comunicación no son idóneos; por ello, hacen uso de las redes sociales, lo cual permite que intercambien formas de vida diversas en espacios sin límites y que esta situación puede distorsionar sus patrones culturales adquiridos si no se encuentran sólidamente establecidos y se manejan un conjunto de estrategias de soporte; por lo que se ha decidido realizar un estudio en la institución mencionada líneas arriba para poder determinar el nivel de incidencia que ejercen las redes sociales en su construcción de identidad cultural; ya que, revisando diversos estudios, se identificaron los graves problemas que se desprenden como la creación de una realidad inexistente que pueden crear comportamientos diferentes a su propia ligazón con el espacio que los vio nacer, crecer y desenvolverse; convirtiéndose este en un grave problema no por el proceso de contacto con otros u otras, sino por la falta de valoración de su legado ancestral.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Hasta qué punto la utilización de redes sociales incide en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿En qué grado utilizan redes sociales los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali?
- b) ¿Cuál será el grado de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali?
- c) ¿Cuál es el nivel de correspondencia entre la utilización de redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar la incidencia entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.

1.3.2 Objetivos específicos

- a) Registrar el nivel de utilización de las redes sociales en los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.
- b) Identificar el nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la Provincia de Padre Abad - Ucayali.
- c) Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to. año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

1.4 Justificación e importancia

La propuesta de esta investigación tiene como eje fundamental tener una idea clara sobre la utilización de diversas redes sociales y su incidencia en la identidad cultural de los

educandos de secundaria de la zona en estudio con la finalidad de recoger datos in situ y proponer formas de intervención que pueden ser abordadas en estudios similares.

Por ello, conscientes de la necesidad de tener datos concretos sobre los hechos que se observaron en el desarrollo integral de los educandos es que se ha descrito y analizado el problema del uso de las redes sociales con relación a la identidad cultural; entendiendo que el mundo versátil y global determina que nadie pueda estar privado de contactarse con otros que se encuentran inclusive en diversas latitudes y que podrían distorsionar los elementos frágiles de sistemas culturales muy débiles; por lo que tener estadísticas puntuales sobre el tema en particular permitirá que se puedan agendar una serie de estrategias que ayuden a aprovechar las bondades de nuestro mundo tecnológico.

1.5 Formulación de hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

El uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.

1.5.2 Hipótesis específicas

- a) El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es regular.
- b) El nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es bajo.
- c) El uso de las redes sociales se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

1.6 Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
V.1: Redes sociales	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 (Arab y Díaz, 2015).	Utilidad de las redes sociales Contenidos de las redes sociales Valoración de las redes sociales	- Interactuar con amistades. - Desarrollar tareas escolares. - Entretenimiento y juegos - Cultural, económico, político, social, científicos - Costumbres, creencias tradiciones populares - Situación emocional de profesores y estudiantes - Ansiedad, desesperación, malhumor - Necesidad de conexión con redes	Siempre = 4 Casi siempre = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1 <i>Baremo (niveles)</i> Muy alto Alto Regular Bajo
V.D: Identidad cultural	La identidad cultural, se basa de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por lo que también es juzgado, valorado y apreciado (Cepeda, J. 2018).	Identitaria o étnica Idioma Costumbres y tradiciones Valores y símbolos	- Orgullo de pertenencia - Identificación con costumbres y tradiciones - Uso de idioma nativo - Necesidad de aprendizaje de idioma - Orgullo por idioma - Identificación con costumbres, tradiciones - Participación en festividades - Respeto a costumbres y tradiciones populares - Historia y tradición - Moral y valores populares - Conocimientos ancestrales	Siempre = 4 Casi siempre = 3 Casi nunca = 2 Nunca = 1 <i>Baremo (niveles)</i> Muy alto Alto Regular Bajo

Capítulo II

Fundamentos teóricos

2.1 Antecedentes

2.1.1 Internacionales

Olives Rosales (2018) tuvo como objetivo determinar la influencia que establece la recepción de la red social Instagram en la construcción cultural de los jóvenes de 18 a 25 años. Se trata de una investigación descriptiva de nivel exploratorio bajo el diseño no experimental. La población en estudio no fue determinada con precisión, solo menciona un muestreo no probabilístico por cuotas, de jóvenes entre los 18 a 25 años, en los que mediante las técnicas cuantitativas (escala de Thurstone, escala diferencial, numérica y de intensidad) así como cualitativas (bibliográfica, de roles y test proyectivos), concluye que los contenidos en las redes sociales influyen en la identidad cultural de los jóvenes, dado que las nuevas tecnologías no han generado contenidos con información relevante que despierte interés en esta generación.

Otro trabajo sobre el tema es el presentado por Berrío Ramírez (2020), quien se planteó como objetivo conocer el efecto que produce el uso de las redes sociales en la identidad de sus consumidores. En ese sentido, ejecutó una investigación descriptiva de tipo exploratorio, basado en el análisis de trabajos ya realizados, mediante la técnica del análisis documental, sobre una población muestral de 5 libros, 13 artículos, 2 ponencias y 1 tesis de grado. Concluye en que los efectos y consecuencias que están produciendo en la sociedad por causa del consumo (de las redes sociales) son alarmantes, y a la vez desconocidos por la mayoría. El rumbo y el futuro de la sociedad depende en gran medida de que este tema sea reflexionado.

Rubio Civantos (2022) desarrolló una investigación bajo el enfoque cualitativo, experimental y aplicada, en una población muestral conformada por un grupo de

discusión de cinco adolescentes, para tratar acerca de su papel en las redes sociales, sus referentes, sus modos de actuación dentro del mundo virtual o los usos que le dan a estas plataformas. El propósito del trabajo es investigar el papel de las redes sociales en el proceso de creación de identidades de los adolescentes, mediante el uso de la técnica de la entrevista, modalidad focus group, llegando a concluir que para los adolescentes las redes sociales se configuran como un elemento fundamental de integración en la sociedad donde cobra mucha importancia la opinión y valoración de los demás usuarios.

2.1.2 Nacionales

Pardo y Espinoza (2020), en su investigación, plantearon como objetivo explicar la manera en que las redes sociales virtuales fortalecen la identidad cultural. Se trata de una investigación de tipo descriptivo y transversal, bajo diseño no experimental, realizado sobre una población de 87 253 habitantes del distrito Huánuco Cercado y una muestra probabilística de 382 unidades muestrales, en los que, mediante las técnicas de la encuesta y análisis de contenido, y sus instrumentos como el cuestionario y fichas de contenido arribaron a la conclusión que las redes sociales virtuales que más preferencia tienen los pobladores del distrito de Huánuco cercado son: Facebook, WhatsApp, YouTube, Google, con las cuales existe una relación en el fortalecimiento de la identidad cultural.

Araujo Castillo y Valencia Mamani (2020), en su trabajo de investigación, formularon como objetivo determinar la relación entre el uso de las redes sociales y la formación de la identidad cultural. Para ello, desarrollaron una investigación de tipo básico, descriptivo correlacional con diseño no experimental, sobre una muestra de 36 estudiantes del objeto de estudio. Los datos fueron recolectados mediante la técnica de la encuesta, instrumento cuestionario para cada variable. Llegaron a la conclusión que sí existe relación entre el uso de las redes sociales sí se relaciona significativamente con la identidad cultural de los estudiantes de quinto de secundaria; además de que a mayor uso de redes sociales menor identidad cultural.

Hoyo Ñañez (2019) se propuso conocer la contribución del uso del contenido de la red social Facebook en la identidad cultural en los estudiantes, para lo que realizó una investigación de tipo básico bajo el enfoque cuantitativo, tipo explicativo y diseño no experimental-transversal, sobre una población de 48 estudiantes de secundaria del 5to año del colegio 2077, considerándolo como muestra. El recojo de la información fue mediante la aplicación de la técnica de la encuesta y como instrumentos el cuestionario. El trabajo

concluye que el uso de los contenidos de Facebook no contribuye a la identidad cultural; debido al nivel socioeconómico bajo, por lo que no poseen suficientes conocimientos respecto al uso correcto del Facebook causando la pérdida del interés por su identidad cultural.

Otro trabajo relacionado con el tema a investigar es el ejecutado por Melgar Mendoza (2021), quien se planteó como objetivo establecer la relación entre el uso del Facebook y la identidad social en los estudiantes de la entidad señalada. Se trata de una investigación de tipo aplicado, enfoque cuantitativo y de diseño fue no experimental y transeccional, en una población conformada por 204 estudiantes y una muestra probabilística de 133 estudiantes. La información fue recogida mediante la aplicación de un cuestionario de la técnica de encuesta. Tras el procesamiento de la información, la tesis llega a concluir que existe un vínculo directo y positivo entre el uso del Facebook y la identidad social de los alumnos con una correlación es de magnitud moderada.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales

2.2.1.1 Definiciones

Un poco de más de 30 años atrás, el término red social no tenía el impacto adquirido en la actualidad; comenzó en el ámbito de la amistad y el mundo económico; por lo que se puede advertir que toda red social presenta dos escenarios claramente definidos: las personas que están inmersas por diversas razones y las relaciones que se entretejen a partir de la interacción; por lo tanto, Santos (1989) señala que “los vínculos entre un individuo y las personas con quien interactúa siempre se dan con algún propósito, o bien porque existe algún interés reconocible por alguna o ambas partes” (p. 43).

En esa línea, el mundo actual, bajo los avances de la ciencia y tecnología ha establecido sistemas comunicativos inmediatos y a distancia en tiempo real permitiendo la relación entre miles de personas, aun cuando son desconocidos personalmente.

Las TICs ha generado una nueva forma de relación interpersonal y han cambiado las relaciones intrapersonales. En el fenómeno que se vive bajo el denominativo de globalización, el acercamiento y el intercambio de comunicación son tales que, en la práctica, han desarrollado una nueva cultura comunicativa, la ciber virtualidad. Al

respecto, Rojas y Ortiz Jiménez (2020, p. 110) refieren que las TICs “han acercado miles de fronteras, han unido grupos de personas con afinidades concentradas en redes de intercambio, han favorecido la transmisión e intercambio de contenidos a escala planetaria y han facilitado la comunicación entre miles de personas”.

La forma de este acercamiento ha permitido la proliferación de redes sociales, las que juegan un rol importante al poner en contacto a personas y el entorno que seleccione; empleándose en las ciencias sociales para caracterizar la multiplicidad de interacciones que se producen entre personas, grupos e instituciones. De este concepto, se desprende la función de establecimiento de vínculos tanto de carácter social, laboral o académico, incluyendo las relaciones de parentesco y afinidad.

Al respecto, Astorga-Aguilar y Schmidt-Fonseca (2019) sostienen que la red social (es) un espacio donde los seres humanos interactúan y establecen nexos con otras personas; desde cercanas hasta conocidas de trabajo, amigos, y amigos de amigos y amigas, pero que igualmente integran parte de la red. Este espacio de interacción permite socializar temas con contenidos que favorecen una conexión con los demás sujetos y de esta conexión surge un intercambio en donde se envía y se recibe información, principalmente de aquellos temas asociados a nuestro interés, como por ejemplo música, académicos, culturales entre otros.

En esta línea y aplicado a las Tics y el Internet, se apuesta por lo precisado por Llonch (2021) cuando establece que “son plataformas digitales que conectan entre sí a personas con intereses, actividades o relaciones en común (como amistad, parentesco o trabajo). Estas plataformas permiten el contacto entre los individuos que las componen y funcionan como un medio para intercambiar información. La información publicada por un usuario puede ser pública o privada”.

Una definición que facilita entender a las redes sociales es la propuesta por Cicilia, Palazon, López y López (2021), quienes señalan que “son aplicaciones que permiten a los usuarios conectarse creando un perfil con información personal, invitar a amigos y conocidos a acceder a ese perfil y enviarse mensajes instantáneos” (p. 16).

Bajo esa perspectiva, la comunicación virtual constituye un sistema que abarca a miles de personas en diferentes campos de la actividad humana. Tan es así que, prácticamente, casi todos están conectados a una red. De allí que, cuando se habla de redes sociales, “se hace referencia básicamente a las estructuras sociales formadas por

diferentes individuos y organizaciones que se relacionan entre sí formando comunidades en plataformas digitales” (Calva Nagua, 2019), las cuales ofertan diferentes beneficios.

La construcción del sistema de redes sociales mediante el Internet ha implicado un salto cualitativo importante en las comunicaciones sociales contemporáneas que, a partir de la conectividad, permite el contacto con otros en tiempo real y a escala mundial. En el campo educativo, las redes sociales pedagógica (RSP) se han constituido en una herramienta que agiliza el proceso educativo, aunque tiene su parte negativa desde cuando antes de una socialización personalizada apunta al individualismo.

2.2.1.2. Utilización

La existencia y uso de diferentes plataformas digitales hace que las redes tengan un uso multiplicado que abarca a prácticamente todas las actividades humanas. La tecnología permite el intercambio de comunicación entre científicos connotados, así como en industriales, empresarios, trabajadores, amas de casa, profesionales y cualquier persona que, sin considerar edad ni sexo, se comunica para compartir algo. Este mismo fenómeno alcanza a los campos de las ciencias, las letras, las artes, es decir, a toda manifestación humana.

En cuanto al presente trabajo, interesa conocer sobre su uso en el campo educativo. Aquí tampoco se puede medir su versatilidad, pero sustancialmente juega papel en la educación virtual, tal como ocurrió con la pandemia del COVID-19 o en otras situaciones que amerita el distanciamiento.

Núñez Artavia (2018), mencionada por Fuentes Cancell, Estrada Molina y Delgado Yanes (2021) sostiene que “las redes sociales digitales (RSD) enriquecen la práctica pedagógica de la educación a partir de las potencialidades tecnológicas y diversidad de los estilos de aprendizajes”.

En función a lo señalado, las redes sociales no solo intervienen en la comunicación de los mensajes, sino en la profundización de las dinámicas sociales que son básicas para el entendimiento de los contenidos, alimentando positivamente las experiencias didácticas.

Por su parte, referente al uso de las RSD, Fuentes Cancell, Estrada Molina y Delgado Yanes (2021) afirman que “se evidencia un marcado interés fundamentalmente en las siguientes variables: competencia cultural, educación de género, trabajo

colaborativo, comunidades de aprendizaje, motivación, rendimiento académico, e-learning, b-learning y el empoderamiento del alumnado”.

Si bien se distinguen los aspectos positivos, las RSD, mediante su uso, son perjudiciales para aspectos de cultura, en especial de las manifestaciones que, si bien no son actuales, revisten consideraciones de identidad, como ser las tradiciones, costumbres, creencias, cosmovisión antigua, en general.

Las características de inmediatez o tiempo real son factores que ponen al estudiante en una situación de sentirse parte del mundo actual, descuidando aquello que es cimiento o base de su desarrollo contextual, “la expansión del ciberespacio hace que los jóvenes se encuentren en un escenario cultural que no pertenece a su realidad contextual, lo que conduce muchas veces a que lo popular se imponga sobre lo autóctono” (Arévalo Cabrera L. C., 2022, 153).

Como corolario de esta parte, se puede concluir que las redes sociales asumen un rol de uso importante por contactar al usuario en tiempo real con el mundo, pero también juega en contra de la formación del espíritu solidario, participacionista y, sobre todo, incidiendo en el olvido de parte de su identidad cultural.

De manera resumida, como dicen Alcívar Moreira y Yáñez-Rodríguez (2021, 44), las redes sociales “son importantes para los más jóvenes, ya que en muchas ocasiones dan la oportunidad de que los niños/as, jóvenes, adolescentes e individuos de todas las edades se sientan integrados en algún grupo, además los usuarios se conectan a las redes sociales en busca de comunicación, soporte y entretenimiento. Las redes sociales cubren necesidades psicológicas básicas de los adolescentes: hacerse visibles, reafirmar la identidad ante el grupo, divertirse o estar conectados a los amigos”.

2.2.1.3. Características

Si bien las redes sociales son una característica de relación presencial, transitados a lo virtual, a lo on-line, asume diferencias, basados precisamente en el uso de las tecnologías de la información y comunicación. De allí que las redes virtuales asumen características diferenciales. Al respecto, Cabero-Almenara, Pérez-Díez de los Ríos y Valencia-Ortiz (2020), enumeran las siguientes características:

- Ausencia de contacto físico o en personas

- Inexistencia de relación entre la identidad del individuo en el mundo real (*offline*) y en el mundo *online*
- Vía de relación social para aquellas personas que en su vida real tienen dificultades para mantener relaciones sociales
- Posibilidad de comunicación de manera simultánea entre un gran número de personas
- Facilidad para romper o suspender relaciones o contactos

Visto de otra manera, las redes sociales pueden ser convertidas por docentes y estudiantes en potenciales escenarios de aprendizaje, donde interactúen a través del ordenador o del móvil y continúen procesos formales de enseñanza-aprendizaje de forma remota (Salas Bustos, 2020).

Las redes sociales, si bien son una palanca para la afirmación de la autoestima (el usuario decide lo que le conviene), constituye una amenaza si no es administrada regularmente. Sobre el punto, Martín Critikián y Medina Núñez (2021, p. 62) anotan que “algunos efectos positivos, en cambio, serían los nuevos métodos de aprendizaje creados gracias a las conexiones neuronales que se han adaptado al uso de estas redes sociales, lo cual confirma de la plasticidad del cerebro humano. Pero, en contrapartida, se dan importantes efectos negativos, como la posibilidad de causar dependencia, [...] y su uso no controlado podría estar asociado a algunos trastornos psiquiátricos como las adicciones”. Obviamente que existen diferentes puntos de vista sobre el uso de las redes sociales. Atendiendo la visión generalizada, junto a Alcívar-Moreira y Yáñez-Rodríguez, se puede decir que “las redes sociales, pueden en algunas ocasiones ser un recurso óptimo para alcanzar el aprendizaje del alumnado, pues permiten trabajar de manera colaborativa, lo que sin duda aumenta la motivación por aprender y favorecen un mayor rendimiento académico, dado que se produce una retroalimentación entre el aprendizaje individual y grupal; mejoran la retención de lo aprendido; potencia el pensamiento crítico; y, multiplican la diversidad de conocimientos y de experiencias adquiridas” (Alcívar-Moreira, 2021, 44).

2.2.1.4. Principales redes sociales

En el mundo globalizado, se han multiplicado las redes sociales, así como plataformas digitales. En consonancia, con el carácter neoliberal, las redes compiten el mercado, ofertando programas cada vez más veloces, de mayor capacidad y versatilidad.

Las preferencias, de acuerdo a estudios realizados a nivel planetario inducen a aceptar que algunos tienen mayor reconocimiento que otros. Sin embargo, se tiene información respecto a los más usuales, destacando entre ellos el Facebook, el WhatsApp, el YouTube, el TikTok, el Instagram, el Twitter, el LinkedIn, entre otros (Rodríguez, 2023).

- a. Facebook: Es una de las redes de mayor aplicación. Se caracteriza por la variedad de funciones que brinda, tales como conformar grupos para interactuar, postear contenidos de multimedia, información general al instante, seguimiento de páginas favoritas, publicación de artículos, entre otras funciones; todo ello de manera simple y sencilla, asumible por cualquier poseedor de un dispositivo digital, conectado al Internet. La preferencia se visualiza en los aproximadamente 29 millones de cuentas, de los que el 50 % o son hombres o son mujeres. Por lo general es un servicio sin costo alguno para el usuario.

Según Goncalves (2023), por medio de esta red, se puede encontrar personas conocidas, interactuar con ellas, participar en grupos que discuten temas de tu interés, compartir contenido (imágenes, texto, vídeo), enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, hacer anuncios, etc.

- b. WhatsApp: Es un servicio de mensajería gratuita y multiplataforma usada en todo el mundo. Generalmente funciona desde los smartphones asociando un número móvil al dispositivo de una persona o empresa También funciona asociado a una Tablet o computadora de mesa. Se caracteriza por la inmediatez de la comunicación y por la posibilidad de enviar mensajes de texto, de sonido, imágenes, vídeo e incluso animaciones o documentos de cualquier tipo, videollamadas individuales y grupales (Rodríguez, 2023).

Esta red gana adeptos cada día. De acuerdo con Palao Pedrós y Baesa Devesa (2020), su éxito radica en la sencillez y la facilidad de su uso, la ausencia de publicidad, la gratuidad desde el año 2016, la adaptación a toda clase de plataformas y dispositivos, la ayuda de Facebook y la gran capacidad para reinventarse (p. 11).

- c. YouTube: Partiendo del principio que la educación es apasionante y divertida, una forma que posibilita una constante relación con las redes sociales, es el conocido como YouTube. Este, según Lozano Díaz, González Moreno y Cuenca Piqueras (Lozano Díaz, 2020), es un espacio donde compartir material

audiovisual, especialmente compuesto por canales de videoblogs (experiencias visuales desde cada autor/a), videojuegos (partidas grabadas y comentadas), comedia y acción (gags y programas), cine (clubs de fans, presentaciones, programas), música, shows y educativo.

Su acceso a la visualización es libre y gratuita, al igual que la creación de canales para subir multimedia que pueden monetizarse. No hay que dejar de mencionar a **su robusto buscador como una de sus mayores ventajas**, esta herramienta es en la actualidad el segundo motor de búsqueda más usado (Rodríguez, 2023). Actualmente, es un sitio web que permite ver o compartir vídeos con todo el mundo que tenga acceso a la red.

- d. TikTok. Otra herramienta tecnológica aparecida en los últimos tiempos (2016) es el conocido como TikTok, implicando un reconocimiento y uso acelerado, en especial por parte de los adolescentes y juventudes. Proviene del aplicativo chino Douyin que se traduce como “sacudir la música”, En sí, los mensajes son transmitidos utilizando la música como fondo y el movimiento (baile, danza u otro tipo).

Esta red social permite crear y compartir vídeos verticales de entre 15 y 60 segundos, principalmente musicales. Dichos vídeos se pueden comentar, compartir, dar like y seguir a sus protagonistas. Entre los vídeos más populares en el aplicativo se encuentran montajes con playback, duetos entre varios usuarios, challenges, vídeos cómicos, etc. (Palao Pedrón, 2020).

- e. Instagram: Es otro de los aplicativos que circulan por las redes sociales virtuales. Se caracteriza esencialmente como un elemento mediador entre los usuarios. De acuerdo a lo que señalan Martínez-Rolán, Tymoshchuka y Piñero-Otero (Martínez-Rolán, 2018, 1617), este singular medio-plataforma es un desarrollo notable en la historia de los medios de comunicación modernos. Permite capturar, editar y publicar fotos, ver fotos de los amigos, descubrir otras fotos a través de la búsqueda, interactuar con ellas (como, comentar, reenviar, publicar en otras redes), entablar conversaciones con autores de fotos y otras personas que dejaron comentarios, crear colecciones de fotos, cambiar su orden, etc., todo ello desde un único dispositivo.
- f. Twitter. El avance de la tecnología digital es enorme. De allí la creación de dispositivos que faciliten el conocimiento de los diferentes acontecimientos que interesan al público. El Twitter, en ese sentido, constituye otra

herramienta digital que, según Alcívar (2020, 11), permite la búsqueda y selección de información a través de la sección de tendencias o en páginas oficiales de entidades gubernamentales, organizaciones privadas y públicas, instituciones nacionales e internacionales, el análisis de noticias, hechos o acontecimientos actuales del acontecer nacional e internacional, fomentar la expresión escrita y la síntesis, crear comunidad o grupos de trabajo a través de un hashtag, resumir contenidos de una clase a través de mensajes agrupados con un mismo hashtag y lanzar preguntas sobre un tema antes de tratarlo en el aula para promover la curiosidad y conocer el alcance de conocimiento de dicho tema.

Basta con un correo, una contraseña y un nombre de usuario para crear un perfil en Twitter (Rodríguez, 2023).

- g. LinkedIn: Es otro de los dispositivos empleados masivamente en los diferentes campos de la actividad humana. Una distinción radica en que es una app generalmente empleada en el aspecto profesional.

Esta red social, de acuerdo al estudio realizado por Cestino González (2020), permite reunir a personas que tienen relaciones profesionales o afinidad por líneas de trabajos similares, también, a aquellas que potencialmente podrían tener algún tipo de vinculación. Gracias a su buscador por palabras claves, se puede tener acceso a otros perfiles con los términos de nuestra búsqueda, sean personas o empresas. Además, facilita interactuar con otros usuarios y compartir publicaciones, permite enviar correos electrónicos a otros miembros de LinkedIn y organizar grupos de discusión sobre temas especializados.

2.2.1.5. Redes sociales en la educación

Por su versatilidad y bajo o ningún costo, las redes sociales cubren un amplio espectro de actividades humanas (políticas, económicas, sociales, religiosas, etc. Dentro de estas formas utilitarias, tienen especial relevancia en el campo educativo.

De acuerdo con estudios efectuados, el accionar de manera virtual en el proceso de enseñanza-aprendizaje es amplio. Por ejemplo, las ventajas reconocidas por Mejía (2020), son:

- a. El uso de dispositivos móviles se caracteriza por ser portátil para acceder a información de manera inalámbrica.

- b. Permite un aprendizaje funcional, pues puede ser en cualquier lugar o momento.
- c. Permite el autoaprendizaje al acceder a la información en tiempo real.
- d. Permite un aprendizaje objetivo, porque se puede acceder a muchos recursos y de diversos autores.
- e. Permite el uso de aplicaciones para el aprendizaje o creación de contenidos. Dispone de sensores tipo acelerómetro, GPS, cámara, etc. que pueden enriquecer los procesos de aprendizaje.
- f. Cada usuario puede usar su dispositivo móvil para uso personal.
- g. La pantalla táctil permite el uso de otras funciones.

De manera general, en cuanto a las redes sociales en el campo educativo, los docentes no deben direccionar a la enseñanza de cómo deben utilizarse, sino “de enfocar su trabajo como medio de difusión, tratamiento y profundización de los contenidos que se abordan en el aula” (Gil-Fernández, 2019, 76).

2.2.1.6. Dimensiones de las redes sociales

De acuerdo a los antecedentes como las bases teóricas presentadas en los acápites pertinentes, se puede señalar que el estudio de las redes sociales puede realizarse desde diferentes puntos de vista, como también desde diferentes elementos intervinientes.

Aparte de conocer sobre la preferencia de la red, el tiempo de permanencia frente a los equipos digitales, las horas preferidas, así como los dispositivos más utilizados, en el presente trabajo se verá aspectos referidos a la utilidad de redes sociales, el contenido, así como la valoración emotiva del uso de redes sociales, en este caso por los usuarios que son estudiantes del nivel de educación secundaria.

A. Utilidad de las redes sociales

En tiempo y modo de globalización que actualmente se vive, la conexión a Internet vía plataformas y redes no es novedad alguna. En el campo de la adolescencia, es donde la frecuencia de uso es mayor, explicado a partir de que una mayoría conforman la denominada generación Z y otros la generación *milenum*, es decir, son nativos digitales; por tanto, una característica básica es que no pueden vivir sin el Internet.

En esa línea de análisis, los estudiantes del nivel secundario actual son permeados por el uso de equipos digitales variados y conectadas en redes y plataformas también diferentes. La pandemia que generó el aislamiento en sus dos primeros años, prácticamente impuso el uso del Internet y muchos jóvenes adolescentes, se vieron obligados a la adquisición de aparatos que les permita su conexión al aula virtual. Si bien esa actividad fue una característica impuesta, una mayoría dedicaba su tiempo a conexión con redes diferentes que les permitía una visualización de temas diferentes, abriendo un canal de interés, muchas veces, alejados al tema educativo. En ese sentido, Marín-Díaz, Vega-Gea y Passey (2019) confirman que “las redes sociales atraen tanto a jóvenes como a mayores, por la necesidad que el ser humano siente de estar en contacto con otros, su deseo de comunicarse es lo que puede llegar a provocar un uso excesivo de las mismas” (p. 138).

Para mejor comprensión, se puede afirmar que las redes sociales facilitan el compartir de ideas e información, así como el intercambio de contenidos (fotos, videos, artículos etc.) entre los consumidores (internautas). Evidentemente, ha extendido su campo hacia lo empresarial, comercial y científico. Su utilidad en el tiempo actual es múltiple, implicando desde luego su uso correcto.

En el contexto educativo, Calderón-Garrido y Gil-Fernández (2022) sostienen que “las redes sociales constituyen un nexo entre el aprendizaje dentro y fuera del aula. [...] Se utilizan para configurar comunidades de aprendizaje, buscar apoyos y acompañamiento profesional y crear redes de influencia, lo que redundará en el beneficio del proceso de enseñanza-aprendizaje” (p. 68).

Bajo ese punto de vista, las redes sociales tienen relación con su utilización en los procesos identitarios. Se pueden utilizar como herramientas para su fortalecimiento o, simplemente, dejarlos para que actúen en función al interés del adolescente.

B. Contenido de las redes sociales

Como se anotó anteriormente, las redes sociales tienen la posibilidad, en cuanto a su uso, de permitir una serie de acciones, dada su amplitud, prontitud y novedad. En líneas generales, permiten la transmisión de videos, audios,

fotografías, artículos, croquis, etc. que el usuario puede insertarlos en su web y ponerlos a consideración de la audiencia que lo reciba. De igual manera, el usuario está en condiciones de ingresar a una página web y buscar la información que le interesa. En razón a ello, es posible confirmar la variedad de contenidos a ser transmitidos mediante las redes sociales virtuales.

Una red social virtual es potencialmente preocupante. Los contenidos, en muchas veces, no tienen los filtros pertinentes y pueden llegar contenidos falsos, engañosos, *fake news* que pueden distorsionar una realidad. Por “ello es necesario considerar el poder de divulgación que presentan hoy y acoplarnos a su entorno, tanto mediante la recomendación de páginas con contenido confiable, para lo cual también se recomienda generar mayor evidencia científica, y promover esta actividad en las instituciones académicas o gubernamentales; a fin de generar material útil para las personas que buscan contenido en la web” (Moquillaza-Alcántara, 2019).

Reiterando sobre el tema, las redes “ahora les permite, además de publicar sus imágenes preferidas y compartirlas con los demás, estar al día de lo que hacen sus amigos y seguidores, enviar mensajes privados (textos, audios, etc.), socializar con los demás usuarios, publicar historias de lo que hacen, crear grupos específicos con algunos seguidores, en definitiva, aún lo que más les gusta o valoran en una única red social” (Montes-Vozmediano, 2020, p. 50).

Lo señalado precisa que los contenidos de los mensajes prácticamente comprenden todo aspecto, tanto en varones como en mujeres, sin importar la edad (aunque la preferencia se encuentra en la población adolescente). En este contexto, se ubican los contenidos referidos a la identidad cultural. Si existen numerosos trabajos al respecto, generalmente estos se hacen desde un punto de vista descriptivo de la realidad, pero no apuntan a las estrategias que pueden ser empleados para su fortalecimiento. En todo caso, los contenidos a divulgarse mediante redes estarán supeditado a los currículos de estudios y al interés de los comunicadores.

C. Valoración emotiva de las redes sociales

Con mucha razón, Morduchowicz (2010) afirma “que los chicos de hoy hacen todo por Internet: se informan, aprenden, leen, hacen la tarea, escuchan

música, ven películas, miran televisión, juegan, se comunican y se relacionan con los demás”.

Al considerar las redes sociales virtuales como ineludibles, porque mediante ella se relacionan y hacen amistades, en consecuencia, conviven (virtualmente), el valor que le asignan, emocionalmente, es de peso.

En el campo educativo, se puede indicar que los adolescentes consideran que mediante las redes logran autonomía, fortalecen su proceso de socialización, asumen nuevas conductas, se hacen más visibles y la intimidad deja de ser por la popularidad que puede adquirir en conexión con otros (amigos).

Los adolescentes, usuarios de las redes sociales, según López de Ayala, Vizcaíno Laorga y Montes Vozmediano (2020), “las redes sociales brindan la capacidad de trascender, no solo el tiempo y el espacio, sino también la comunicación personal, accediendo a vías públicas de interacción que elevan el alcance de la expresión de las opiniones, quejas o demandas, más allá del entorno más cercano de familiares y amigos”.

Bajo esa perspectiva, los estudiantes valoran el uso de las redes como instrumentos comunicacionales y de difusión. Su carencia o limitación de uso, en consecuencia, provoca situaciones conflictivas conductuales, que a veces, llega a nivel de riesgo para la salud e integridad del usuario o de quienes podrían estar comprometidos en su entorno.

2.2.2 Identidad cultural

2.2.2.1. Generalidades

Hablar sobre identidad cultural es adentrarse en un tema que, en ocasiones, se confunden en función a características perdurables y tiempo de prácticas de tradiciones, costumbres, creencias u otro tipo de manifestaciones. En muchos casos, hacen referencia a lo que hace distinguir a un pueblo y que deben mantenerse de manera permanente. Obviamente que tal hecho no será posible, dado que la cultura no es una manifestación permanente; por el contrario, es algo dinámico, que está en cambio permanente en función a los avances en el campo de la ciencia, la tecnología, las costumbres, las modas, por decir lo menos.

Sin embargo, es un tema recurrente. En los tiempos actuales, en que el proceso de globalización tiene cada vez mayor alcance gracias a las tecnologías de la información y comunicación, los pueblos se acercan y se distinguen de manera inmediata, al instante, las formas de vida de los mismos son tomadas en cuenta en lugares que ni siquiera se relacionan económica, social ni culturalmente.

En todo caso, para hablar de identidad cultural, se debe partir de la composición misma del término. Identidad es algo que distingue o hace diferente a un fenómeno, hecha o cosa, mientras que cultura es todo lo que ha creado el hombre socialmente, tanto material como espiritual o idealmente.

Desagregando los términos para una mejor comprensión, cultura (concepto amplio) puede resumirse como la forma de vida de un pueblo o sociedad. Para E. B. Taylor, mencionado por Hernández Ramírez (2019, 25), “la cultura o civilización, tomada en su sentido etnográfico amplio, es esa totalidad compleja que abarca al conocimiento, las creencias, el arte, la moral, la ley, las costumbres y cualesquiera otras habilidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.

En orden semejante de ideas, “la cultura comprende tanto los aspectos materiales como los espirituales y expresa la concepción del mundo y de la vida que todo grupo humano tiene, la cual ha ido configurándose a lo largo de su experiencia colectiva (Rodríguez Soriano, 2020).

Sobre los significados anteriores, prácticamente giran las concepciones sobre cultura. Los diferentes autores consideran que la cultura no es sino la manifestación material e inmaterial producida por el hombre a través de su desarrollo histórico; por tanto, también de manera general, se puede afirmar que lo que distingue a una persona, grupo o sociedad son esas manifestaciones propias, creadas en el transcurso del tiempo y que hace que actúe de una u otra manera.

En cuanto a identidad, se puede afirmar que es la forma de cómo se caracteriza, en este caso, una persona, grupo o sociedad, es decir, aquellos aspectos que lo configuran diferente a otros. En ese sentido, Ubieta Gómez (1993), mencionado por Rodríguez Soriano (2020), refiere que “la identidad es [...] el resultado cambiante de un proceso nunca concluso, histórico o biográfico de autorreconocimiento por el que el hombre como individuo social, o como parte de una colectividad -momentos que se confunden y

complementan- adquiere cierta comprensión de su singularidad con respecto a otros hombres y colectividades”.

De manera simple, identidad no viene a ser sino la autoconciencia que tiene una persona de sí misma, significado que puede ser extendido a grupos sociales mayores, de manera que identidad vendría a constituirse en el reconocimiento autoconsciente de lo que es el mismo pueblo o sociedad.

La identidad cultural refiere a la combinación o unión de ambos conceptos, como la forma de caracterizar el comportamiento general de un individuo, grupo o sociedad. Gómez (2019) refiere que la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias [...] Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad (p. 73).

Según Fernández Soria (2020), “la identidad cultural puede definirse como la vinculación individual o grupal a una comunidad de cultura con los que se comparten valores, creencias, modos de comunicarse, tradiciones, manifestaciones culturales, comportamientos colectivos, símbolos, lazos afectivos, etc. que asumen como propios, en los que coinciden, que generan un sentimiento de pertenencia y de mutuo reconocimiento, y posibilitan la construcción de un imaginario colectivo” (p. 30).

Otro concepto que ayuda a entender el tema es el formulado por Espín León (2020) en el sentido que la identidad cultural de un pueblo se basa en el sentido de pertenencia a un grupo social, en el cual tienen en común rasgos culturales como son las costumbres, valores, creencias, tradiciones y modos de comportamiento y que permite la diferenciación de otros grupos sociales que están en otros territorios como en el caso de los migrantes, refugiados y desplazados (p. 28).

Los conceptos anteriores, como de otros autores, conducen a sintetizar que la identidad cultural se manifiesta cuando una persona se reconoce o reconoce a otra persona como miembro su pueblo (Macahuachi et al., 2019, p. 114).

En consecuencia, cuando se habla de identidad cultural, se está refiriendo a las manifestaciones culturales, materiales e inmateriales, que identifican a un pueblo y que

se mantienen, aun cuando la cultura es un proceso altamente dinamizador, lo que implica, por otro lado, reconocer que las manifestaciones no son estáticas, sino que sufren cambios por la presencia de las nuevas tecnologías o nuevas formas de vida, pero mantienen su esencial espiritual. Por tanto, involucra a la tradición, las costumbres y los factores culturales. Es una representación del pasado, elaborada y sintetizada en el presente, y responde a prioridades y propósitos contemporáneos y políticamente instrumentales. Es un proceso llevado adelante por individuos y actores sociales, de forma consciente e inconsciente (Garza Leal, 2015, p. 578).

2.2.2.2. Componentes de la identidad cultural

Al ser un término compuesto, la identidad cultural está conformada por diferentes elementos, producto de los procesos de aculturación que se vive de manera continua, más aún dentro del mundo globalizado actual.

Entre los principales elementos, se puede distinguir a los siguientes: Poseer una identidad comunitaria de este tipo implica contemplar algunos elementos, como la lengua, religión, costumbres, valores, tradiciones, creencias, cosmovisión, símbolos, gustos, relaciones interpersonales, historia, gastronomía, entre otros.

Evidentemente que pueden enumerarse muchos otros elementos. Maestro (2018) menciona a Aguirre Baztan (2004), quien distingue los siguientes elementos principales: El etnoterritorio, la etnohistoria, las creencias e ideas, valores y normas, la comunicación, los productos, la personalidad cultural, entre otros.

Los elementos señalados en los dos párrafos anteriores, en la práctica, son los mismos, aunque guardan amplitudes y sinterizaciones del comportamiento, la producción y la comunicación propios de un pueblo o agrupación social.

El hecho es que dichos elementos son los aspectos distintivos que los diferencian de otros pueblos; por tanto, constituyen el espíritu identitario de unos frente a otros. Se adquieren o asumen de manera progresiva, tanto individual como socialmente.

2.2.2.3. Identidad cultural y educación

La construcción de la identidad cultural es un proceso que se inicia desde los primeros años de vida y se va construyendo durante la vigencia temporal del ser humano o grupo social. La escuela, en ese entender, debe ser el canalizador en el proceso

formativo del estudiante con miras a su preparación para fortalecer la nacionalidad mediante el desarrollo de valores, sentimientos y creencias que acompañen la espiritualidad, basada en la ancestralidad como punto de partida para fortalecer la identidad cultural.

Esta afirmación conlleva la idea que durante su proceso pueden presentarse una serie de eventos que influirán y hasta provocarán cambios sustantivos, alterando el espíritu identitario de los pueblos.

Si bien es cierto que la escuela se erige como un eje vertebrador de cultura en las instituciones educativas del país, la historia viene demostrando que tal propósito no se cumple y, por el contrario, se constituye en un aliado para generar conductas que van en contra de la preservación del patrimonio cultural de una nación. Al respecto, según Mendo (2013):

El cambio cultural se presenta en nuestros países completamente distinto y traumático. El cambio deja de ser centrífugo, no aparece como dimensión de la propia vida social sino como un movimiento inverso por el cual la vida, la praxis, es constantemente constreñida a adaptarse a los cambios culturales. Es decir, se introducen primero los cambios culturales y luego se trata de adaptar el conjunto de las relaciones sociales a dichos cambios. En lugar de que la cultura refleje y se constituya en parte del proceso de construcción de la vida social, es la vida social la que refleja las teorías, los valores los estilos de vida, la tecnología y los “modos de hacer” extranjeros.

Lo anterior implica reconoce que la educación es reproductora de las formas culturales (identidades) de los países dominantes que, mediante los *mass-media* y el Internet y sus plataformas virtuales, prácticamente “invaden” a los países dominados imponiendo sus usos, costumbres, modos, formas de pensar, etc. Sobre el punto, Ron (1997), confirma:

El enorme alcance y la influencia lograda por la televisión, el cine, la radio, la industria editorial, han enriquecido notablemente las posibilidades de la expresión cultural. En la TV el video-tape y el video-cassette abren perspectivas insospechadas a la conservación y difusión culturales, al igual que las redes de comunicación que utilizan la vía satélite y la tecnología cada vez más sofisticada que se aplica en los *mass media*, en general. Sin embargo, hay que reconocerlo,

las prodigiosas posibilidades que ofrecen la ciencia y la técnica se han tornado en amenazas constantes que bajo las condiciones del mundo actual están sirviendo para mantener en un estado de lamentable alienación a vastos sectores de la población, sobre todo urbana; están sirviendo para consolidar la dominación y dependencia de los centros mundiales de poder y están sirviendo para mantener en un estado de lamentable alienación a vastos sectores de la población, sobre todo urbana; están para consolidar la dominación y dependencia de los centros mundiales de poder y están sirviendo, en suma, para distorsionar y apartar a la cultura de sus verdaderos fines y propósitos. (p. 53)

Desde esa perspectiva, preocupante para el desarrollo y afirmación cultural, surge una pregunta importante: ¿la educación es realmente un canalizar de la identidad de los pueblos?

La respuesta a la pregunta anterior es negativa. La situación globalizada o del mundo globalizado prioriza el actuar foráneo, desplazando lentamente y, otras veces, violentamente los usos y costumbres originarias de un pueblo. El proceso de alienación, en consecuencia, es un contínuum que prácticamente no tiene muro de contención.

Mendo (2013) reconoce que “la educación, a lo largo de la historia del Perú republicano, ha servido para impedir la forja de la identidad cultural y la construcción de la nación peruana”. El mismo estudioso confirma que “esta aseveración va en contra de la creencia generalizada de que la educación implica, por sí misma, un perfeccionamiento continuo, de tal modo que a dosis crecientes de más educación se obtendría indefectiblemente una sociedad con mayor desarrollo, más democrática y con mayor integración social”.

Analizando lo señalado y confrontando con la realidad, ante la pérdida paulatina de usos y costumbres ancestrales y su reemplazo por formas no originarias, no cabe otra posición de reconocer tal realidad, por tanto, repensar en el rol que le toca desarrollar y cumplir a la educación: impulsar la capacidad de los pueblos para construir por sí mismos su propio destino histórico. En esa dirección, Martínez (2023, 37) considera que “las instituciones educativas tienen la finalidad de afirmar, realizar y adaptar los educandos a los elementos objetivos de la cultura y la sociedad. Es decir, la escuela se convierte en una institución que reproduce, afirma y confirma los elementos culturales y las

interacciones del cuerpo social. La escuela se convierte en la institución o agente social que perpetúa la cultura”.

Bajo esa perspectiva, es importante resaltar que la sensibilización de la identidad cultural no se puede concebir desvinculada a la educación; debe tenerse muy en cuenta que es en los contextos educativos o instituciones educativas donde se va sembrando o creando el germen para la construcción de un sentido de pertenencia a un determinado espacio geográfico, cuya gente es portadoras de lo que en conjunto se endiente por identidad cultural.

2.2.2.5. Las redes sociales en la formación de la identidad

Las redes sociales son producto del avance de la ciencia y tecnología y se constituye como un instrumento para la difusión de comportamiento de realidades diferentes. Ciertamente, mediante su aplicación pueden reconocerse las diversas culturas y, en consecuencia, hablar de la diversidad cultural; sin embargo, al ser canalizadores de mensajes (escritos, visuales y auditivos), se instalan en muchos hogares e individualmente en las personas (en este caso estudiantes) y regimientan una forma de vida.

Por otro lado, es innegable la presencia de las redes sociales virtuales o digitales, que no son sino estructuras tecnológicas denominadas sitios web alojadas en Internet (Arévalo Cabrera, 2022, p. 153), donde un grupo de personas se ponen en contacto para intercambiar mensajes, tal como se anotó en la parte anteriormente tratada. Lo anterior ratifica que la sociedad está viviendo la era tecnológica que ha entrelazado al mundo mediante un sistema de comunicación que, prácticamente, notifica de lo que acontece, en tiempo inmediato y real, lo que ocurre en otros lugares; además, es portadora de mensajes audiovisuales de formas de vida que corresponden a otros lugares.

Los estudios efectuados en diferentes países coinciden en señalar la influencia que ejercen las redes sociales, en este caso en los adolescentes. La influencia se traduce en la adopción de conductas o comportamiento ajenos a la realidad identitaria de su pueblo, por tanto, la asunción de formas alienantes. Los adolescentes, en la vida actual, transcurren su tiempo entre dos esferas: la virtual *-on line-*, en los vínculos que establecen en el ciberespacio, y la real *-off line-* en el mundo de sus relaciones cara a cara (Morduchowicz, Los adolescentes y las redes sociales, 2022).

En otro estudio, se afirma que la nueva infraestructura *on line* para la interacción social y la creatividad logró penetrar (en corto tiempo) hasta lo más recóndito de la cultura contemporánea (Van Dijck, 2016); en otras palabras, las redes virtuales o digitales son el tema cotidiano y su influencia es innegable como imparable en todas las sociedades humanas.

La situación anterior aparenta que es insalvable el mantenimiento o preservación del patrimonio cultural; sin embargo, se descuida el tratamiento del tema de uso o utilidad que brindan las redes sociales en los procesos comunicativos personales e intergrupales. En ese sentido, es preciso reconocer que pueden ser empleados en la trasmisión de contenidos identitarios, de manera que se refuerce la identidad de los pueblos. Esa tarea puede ser asumida por los profesores en aula, constituyéndose en sí en una fuente generadora del reconocimiento de valores, costumbres, tradiciones, es decir, identidad cultural.

Este vendría ser el reto de los profesores actuales. No dejarse arrastrar ciegamente por la tecnología, sino aprovecharla para cimentar la cultura del pueblo que la haga resistente y valore su presencia. Las redes digitales deben ser consideradas como herramientas para el proceso educativo, como dicen Jaimes-Barrera y otros (2021), se conciben desde y para la interacción y este nuevo espacio de diálogo puede ser un lugar de aprendizaje y enriquecimiento mutuo, el docente interviene, modula y colabora en el aprendizaje con su alumnado. Las redes crean un sitio de interacción, individualidad y multiculturalidad y, al mismo tiempo, enriquecen el aprendizaje colaborativo.

2.2.2.4. Dimensiones de la identidad cultural

De por sí, el tratamiento del tema identitario es complejo, dado que comprende, prácticamente, todos los aspectos de la vida de un pueblo o sociedad. En el presente trabajo, se estima pertinente asumir el tratamiento de los aspectos referentes al aspecto étnico, idioma, costumbres y tradiciones, valores y símbolos, como características principales para determinar la identidad en el objeto de estudio. En tal sentido, dichas manifestaciones se consideran como dimensiones para entender la situación de identidad cultural.

- a. Dimensión identitaria o étnica: Las manifestaciones de reconocimiento al origen o procedencia de padres, así como la valoración que se hace sobre el

territorio de procedencia implican un reconocimiento de por sí, valedero en la conexión de pertenencia que hace una persona sobre su origen. Según Phinney y Ong (2007), mencionado por Guitar, Vivas y Pérez (2011), “la identidad étnica forma parte de la identidad social, es decir, aquella parte del autoconcepto o definición que uno mismo o una misma tiene derivado de la pertenencia a un determinado grupo social, ya sea nacional, lingüístico, religioso, deportivo o étnico”.

En sí, constituye un elemento vertebrador entre el lugar de residencia con el de procedencia, de manera que juega un rol de importancia para el desarrollo de otras actividades vinculadas al desarrollo de un pueblo. De allí que, con mucha razón, Serapio-Jerónimo, García-Herrera, Morales-Flores y Rivera-Pineda (2018) afirman que la importancia de la identidad étnica radica en que es una forma de ser, ver y actuar creando una relación estrecha entre su territorio y el aprovechamiento de sus recursos como medio de subsistencia para un modelo de desarrollo sustentable (p. 76).

Lo señalado confirma que el tema de la etnicidad juega un rol importante en la identificación de un pueblo frente a otros, es decir, perfilando una identidad cultural diferenciada.

- b. Idioma, lengua o lenguaje: Es otro aspecto que ratifica la identidad de los integrantes de una comunidad o pueblo. Sus códigos, así como las mismas construcciones lexicales, conllevan sentidos que son entendidos por ellos, sin generar situaciones de malos entendimientos parciales o nada aceptables.

El Perú es reconocido, por otro lado, como una nación multilingüe, dado que en su territorio coexisten y se practican hasta 55 idiomas, tanto en la costa, sierra como en la selva. En esta última, se manifiestan lenguajes muy variados, con connotaciones, en algunos casos semejantes, y en otros diferenciados; de allí que se pueden encontrar los ashánincas, los bora, los shipibos, entre otros, que de inmediato son reconocidos como pertenecientes a grupos culturales identificados con su misma lengua.

Teniendo como referencia los trabajos de Marx y Engels, se considera que el lenguaje es la envoltura material del pensamiento, es decir, la expresión lingüística es la materialización del pensamiento humano y el lenguaje es el instrumento inmediato del pensamiento, porque sirve a su proceso interior y,

a la vez, su instrumento mediato al ser vehículo de su transmisión y objetivación (Rodríguez Cruz, 2019, p. 4).

La transmisión oral juega un rol importante en la preservación de la identidad de un pueblo. Como afirma Galván-Doria (2021), “la lengua desarrolla un papel determinante en la comprensión de la diversidad étnica y cultural, en tanto que son aspectos centrales en la constitución de la identidad que rompe el modelo de la homogenización cultural y establece varias formas de entender, sentir, y hablar el mundo”.

- c. Costumbres y tradiciones: Todos los pueblos se caracterizan por sus costumbres y las tradiciones creadas por su propia gente. Estas formas de expresión cultural, por lo general, son consideradas como ejes identitarios, por lo que son tomados en cuenta para distinguirlos unos de otros. Son, como dice Marroquín Contreras (2022), las tradiciones y costumbres se caracterizan por ir unidas a la fantasía, a los mitos y las creencias que son parte de la vida diaria en miles de hogares, [...] por tanto, son elementos inherentes a la expresión cultural que nos hace únicos y diferentes, nos distingue y nos coloca en un marco preferencial ante las naciones (p. 33).

En sí, constituyen el legado ancestral que son transmitidas de generación en generación y que, al repetirse, brindan respaldo espiritual o sentimental a los integrantes de una comunidad o pueblo, por su contenido moral, histórico o simplemente de creencias.

Bajo esa línea de razonamiento, es pertinente aceptar lo que señalan Sánchez Martínez, Ontaneda Andrade y Sandoya Valdiviezo (2019): “Cada pueblo o grupo étnico que habita un país lleva implícito valores culturales y tradicionales que lo hace único. Estos valores abarcan la riqueza de costumbres, lenguas, bienes espirituales, simbólicos, estéticos, tecnológicos y prácticas culinarias de cada uno de los pueblos que conforman un país, erigiéndose desde el punto de vista étnico-cultural como la herencia ancestral que da cuenta de los aportes de determinado grupo étnico a la historia de la comunidad, y que en su diversidad conforman la identidad de una nación, pues los diferentes modos de vida de las personas agrupadas en un contexto social, los distinguen de otros grupos sociales”.

- d. Valores y símbolos: Todo grupo social o sociedad se desenvuelve en función a determinados indicadores que señalan las formas de cómo debe actuarse,

comportarse, relacionarse, convivir. Son los valores morales o sociales, es decir, los valores que una sociedad le atribuye a los elementos patrimoniales, por ser símbolos con los que se siente representado, o como elemento identitario de una sociedad, estableciéndose vínculos afectivos entre el elemento patrimonial y las personas a las que hace referencia (López Cruz, 2014).

Los símbolos, según Brull-González (2021, 1123), “son reflejo y representación de una cultura que es dada en una dimensión espacial, caracterizan el surgimiento no solo por los elementos que nos remiten al pasado, sino por todo aquello que nos remite a la identidad nacional, encierran un significado y sentido de pertenencia”.

En ese entender, los símbolos refieren la historia, el patrimonio y la cultura de un pueblo, por tanto, son expresiones del origen de los objetos y elementos que le son característicos y resaltan la personalidad social de las organizaciones.

Por otro lado, esos sentimientos de pertenencia, basados en los diferentes elementos culturales diferenciadores, al ser reconocido son valorados como elementos bases de reconocimiento de la identidad de un pueblo. Su proceso de rescate o puesta en vigencia, aún con las modificaciones que pudieran presentar, pero con el espíritu identitario, es lo que configura el escenario distinguible y diferenciables de una comunidad o pueblo.

Las diferentes manifestaciones culturales, como se dijo, contienen aspectos socioculturales diferenciados entre los pueblos. En el caso de los shipibos, vinculados a los konibos, estas se hacen más patentes, dada su concepción de integración a situaciones actuales. Así, Espinosa de Rivero (2009) señala que “los shipibo-konibo expresan de manera pública y visible su condición como tales. Esto es especialmente cierto en el caso de las mujeres que, vestidas con sus trajes típicos, venden sus artesanías en lugares céntricos, sobre todo si es que hay afluencia de turistas. En algunas ciudades han establecido también campos feriales de artesanía que ellas administran, y un grupo en Lima está planificando construir una aldea tradicional shipiba donde puedan vivir a la usanza tradicional -¡en medio del desierto y del hostil clima limeño! - y además convertirla en un destino turístico” (párrafo 32).

El mismo Espinoza de Rivero destaca que “Los shipibos cuentan con diversos programas radiales bilingües o en su propio idioma, así como cierta presencia en los diarios locales, e incluso existe un grupo de jóvenes muy animados que tienen un proyecto para crear un programa de televisión para las emisoras locales. Finalmente, habría que mencionar que existen grupos de familias shipibo que han comenzado a demandar escuelas bilingües para sus hijos en las ciudades. Hasta la fecha lo han solicitado en las ciudades de Pucallpa, Tingo María y también en Lima” (párrafo 37).

Los aspectos señalados anteriormente, según Espinoza de Rivero, conllevan la idea del fortalecimiento de la cultura shipiba, de manera que inclusive, “en el caso de las ceremonias oficiales o eventos importantes de la ciudad, las autoridades o los dirigentes indígenas, como los consejeros regionales, regidores municipales y otros líderes, participan usando su traje de gala, que es la *kushma* shipiba (párrafo 36).

2.3 Marco conceptual

Cultura

Formas aprendidas de pensar, sentir y hacer, así como sus manifestaciones y producciones, resultado de la relación entre los seres humanos y la naturaleza, que comparte un grupo social, basadas en valores, conocimientos, tradiciones, costumbres, símbolos y otros (Ministerio de Cultura, 2015).

Identidad cultural

Sentido de pertenencia a una cultura con características propias que la hacen única y diferente con respecto a otras culturas. Expresa la forma de ser y pertenecer a una cultura (Ministerio de Cultura, 2015).

Interculturalidad

Proceso de intercambio, diálogo y aprendizaje que busca generar relaciones de equidad entre diversos grupos étnico-culturales que comparten un espacio; a partir del reconocimiento y valoración positiva de sus diferencias culturales (Ministerio de Cultura, 2015).

Redes sociales

Una red social es una página web o aplicación que sirve como herramienta de comunicación entre los usuarios que la utilizan. Principalmente, se comparte

información en formato de texto, imágenes y vídeos, aunque en los últimos años se ha visto un auge del formato en audio (Acibeiro, 2023).

Ciberespacio

El ciberespacio es esa nueva dimensión donde convergen las tecnologías digitales, ese entretejido que se expande dentro, detrás y más allá de la pantalla de la computadora. Es el espacio donde se entrelazan las redes de Internet (Martínez Hernández, 2014, 71).

Valores culturales

Son los principios e ideales básicos de una comunidad, de los cuales depende su existencia y protegen para mantener relaciones armónicas. Los valores son la característica central de una cultura, ya que dan forma a diferencias culturales tangibles (Contreras, 2022).

Patrones culturales

Conjunto de formas aprendidas de interactuar, en el marco de formas aprendidas de construir contextos para la acción. Son normas que se establecen en una región, ciudad, o país de acuerdo a las costumbres de un grupo de personas y van cambiando de acuerdo a los avances, modificaciones y precisamente a esas costumbres que se van volviendo comunes en algún sitio (López-Mero, 2017).

Patrimonio cultural

Son todos los bienes materiales e inmateriales que, por su valor histórico, arqueológico, artístico, arquitectónico, paleontológico, etnológico, documental, bibliográfico, científico o técnico tienen una importancia relevante para la identidad y permanencia de la nación a través del tiempo (Ministerio de Cultura, s. f.).

Internet

Sistema mundial de redes de computadoras, un conjunto integrado por las diferentes redes de cada país del mundo, por medio del cual un usuario en cualquier computadora puede, en caso de contar con los permisos apropiados, acceder información de otra computadora y poder tener inclusive comunicación directa con otros usuarios en otras computadoras (Milenium).

Capítulo III

Metodología

3.1 Descripción del tipo y diseño de investigación

El presente trabajo se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo. Según Cortés e Iglesias (2004), este enfoque toma como centro de su proceso de investigación a las mediciones numéricas, utiliza la observación del proceso en forma de recolección de datos y los analiza para llegar a responder sus preguntas de investigación.

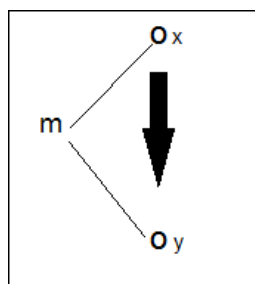
El tipo de estudio de esta investigación es básico, debido a que tiene por finalidad explicar la incidencia del uso de las redes sociales en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la Institución educativa Santa Rosa - B de la Provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022. Según Sánchez Carlessi y Reyes Romero (2018), este tipo de investigación está orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos sin una finalidad práctica específica e inmediata. Busca principios y leyes científicas, pudiendo organizar una teoría científica.

3.2 Diseño de investigación

Se trata de una investigación de diseño no experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal. Es no experimental, debido a que no se aplica el método experimental, fundamentalmente es de carácter descriptivo y emplea la metodología de observación descriptiva. Es de diseño correlacional, porque tiene como objetivo establecer el grado de correlación estadística que hay entre dos variables en estudio. Funcionalmente, permite observar el grado de asociación entre dos variables (Sánchez Carlessi y Reyes Romero, 2018). Y es de corte transversal, pues, según Cortes e Iglesias (2004), la recolección de los datos se efectuaron en un solo momento y tiempo único, con el propósito de describir las variables en estudio y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

A continuación, se configura el esquema gráfico del diseño:

Esquema gráfico:



Donde:

M = Muestra de estudio (estudiantes de 4to año de educación secundaria Santa Rosa - B de la Provincia de Padre Abad - Ucayali)

Ox = Observaciones de la variable 1, que incide (uso de las redes sociales)

r = La acción de incidencia o relación de las variables de estudio.

Oy = Observaciones en la variable 2, incidida (identidad cultural)

3.3 Descripción del universo físico y social de ejecución de la investigación

La institución educativa Santa Rosa - B es nivel y modalidad secundaria, ubicada en el distrito Padre Abad, provincia Padre Abad, departamento Ucayali y específicamente en el centro poblado Santa Rosa (área rural). La lengua materna de los habitantes de esta comunidad es el cashibo - cacataibo, generalmente caracterizado como shipibo.

De acuerdo a su ideario, la I. E. Santa Rosa - B busca progresar personas eficaces con una aumentada autoestima, conocimientos, capacidades sociales y una estable aprendizaje académica, moral y emocional para que puedan conseguir el éxito personal y profesional dentro de una sociedad moderna y cambiante.

La población mayormente se dedica a la actividad agropecuaria y comercial, lo que refleja un nivel socioeconómico moderado, con tendencia al nivel de pobreza. De otro lado, mantienen costumbre y tradiciones arraigadas, referentes al ámbito regional en donde habitan, condición que es transmitida a los descendientes. Se observa asimismo la introducción de tecnología nuevas que afectan a la idiosincrasia de los habitantes, siendo los adolescentes y niños quienes presentan mayor influencia en el uso y manejo de equipos de tecnología avanzada.

3.4 Descripción del universo y muestra

La institución educativa en estudio estuvo conformada por estudiantes del nivel de educación básica secundaria. Proceden del entorno geográfico, así como algunos hijos de migrantes; pero, en su mayoría, son nativos del lugar; por tanto, manifiestan coincidencias culturales que los identifican como un todo. El total de su población alcanza a 203 estudiantes de los cinco grados o años de estudio y es de carácter mixto.

3.5 Muestra

De acuerdo con Cabezas, Andrade y Torres (2018), la muestra es una parte del universo total de una población (la población comprende todo el conglomerado a estudiarse); sin embargo, cuando es muy numerosa, se tiende a trabajar con una parte de ella; por ello, la muestra es una pequeña parte de la población, la cual permite dar a conocer datos específicos de la misma. De esta forma, se puede comprender que la muestra es utilizada para conocer datos de un universo de una forma sintética y sin incurrir en demasiados gastos.

En este caso, la muestra de estudio estará constituida por la totalidad de sujetos de estudio, de 43 estudiantes de 4to año de educación secundaria de la Institución Educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.

Tabla 1

Muestra de estudio en estudiantes de 4to año de educación secundaria de la Institución Educativa Santa Rosa - B de la Provincia de Padre Abad - Ucayali.

Secciones	Número de estudiantes
Sección "A"	22
Sección "B"	21
TOTAL	N= 43

Fuente: Registro de estudiantes en I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, año 2022

El tipo de muestra es no probabilística, que es una técnica de muestreo, donde no se realiza ningún método estadístico ni cálculos. Para el caso, la muestra es no probabilística, por selección por conveniencia.

3.6 Descripción de las técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1 Técnicas de recolección de datos

Se aplicó la técnica de la encuesta. Esta se utiliza para indagar, averiguar opiniones, mediante preguntas estructuradas con base a un proceso metódico como es la operacionalización de las variables. En tal sentido, es una forma de obtener información significativa de personas acerca de un problema propuesto, para luego aplicar un análisis de tipo cuantitativo, alcanzar conclusiones que sean coherentes con los datos recogidos (Cabezas y Andrade, 2018).

3.6.2 Instrumento

Se aplicó el cuestionario estructurado con la finalidad de evaluar el uso de las redes sociales y la identidad cultural en los estudiantes de 4to año de educación secundaria en I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, año 2022.

3.6.3 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El cuestionario sobre redes sociales comprende un total de tres dimensiones (uso, contenido y valoración), con cinco indicadores por cada uno, que fueron aplicados a los estudiantes de la muestra en el propósito de conocer sobre el empleo que hacen de los smartphones u otro dispositivo que los conecta mediante el Internet.

Para la recolección de datos sobre identidad cultural, se aplicó otro cuestionario, el mismo que consta de cuatro dimensiones y tres indicadores por cada uno de ellos. Al efecto, se preguntó sobre su identidad con el territorio, el idioma, costumbres y tradiciones, y valores y símbolos.

Ambos instrumentos, antes de ser aplicados fueron validados mediante el coeficiente alfa de Cronbach para su confiabilidad y el juicio de expertos para la validez.

La información recogida fue presentada en tablas y figuras estadísticas, lo que permitieron analizarlas e interpretarlas con miras a la verificación de las hipótesis formuladas previamente.

Para establecer la relación entre las variables del estudio se trabajó mediante la estadística descriptiva e inferencial y con la finalidad de comprobar y verificar las hipótesis planteadas. Por las características y la información recogida, se aplicó el Chi cuadrado, utilizando como herramienta al Excel y Programa estadístico SPSS, versión 25.

Con referencia al procesamiento de la información y el análisis, se generó una base de datos con la información obtenida de las respuestas, mientras que el procesamiento se hizo con base al programa estadístico SPSS versión 25. El análisis implicó las siguientes técnicas estadísticas:

- Coeficiente alfa Cronbach y validación por juicios de experto.
- Prueba de hipótesis estadístico
- Cuadros de frecuencias y gráficos de barras

3.6.4 Fuentes

Para el desarrollo teórico del presente trabajo, se recurrió a publicaciones físicas (algunos libros y revistas) y a publicaciones contenidas en el Internet, cuyas fuentes, están consignadas en las referencias bibliográficas.

En general, la redacción fue aplicando las normas APA, séptima edición.

3.7 Técnicas de confiabilidad y validez de instrumentos

Los instrumentos, previamente a su aplicación, fueron validados mediante dos procedimientos:

- Alfa de Cronbach para la confiabilidad, y
- Juicio de expertos para la validez.

Ambos procesos se presentan en la sección anexos.

Capítulo IV

Procesamiento y análisis de resultados

4.1 Resultados

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la muestra, los que están contenidos en tablas y representadas en figuras, según lo establecido en la norma APA, edición 7.

4.1.1 Sobre redes sociales

Tabla 1

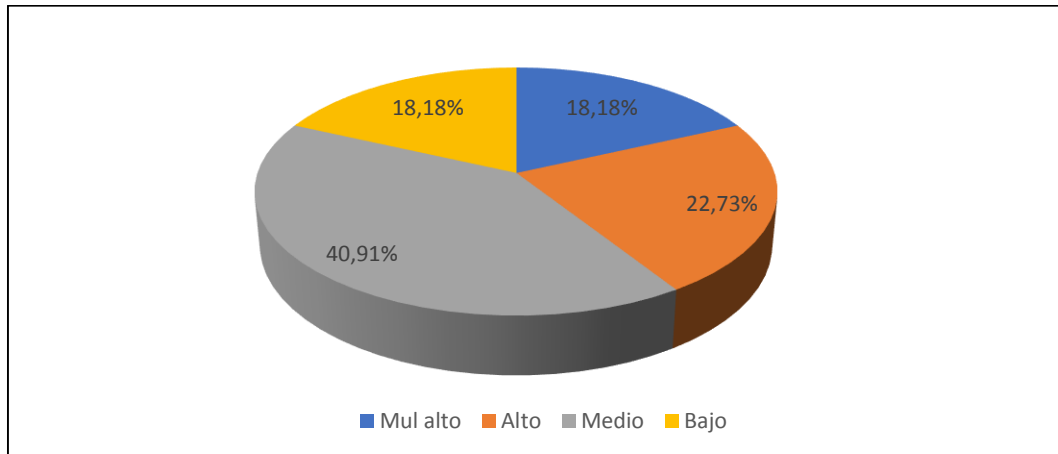
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	Me sirven para conversar con los amigos.		Los uso para compartir y desarrollar tareas escolares.		Los uso para obtener nuevos conocimientos.		Los uso para conectarme con gente que vive lejos y hacer nuevas amistades.		Me sirve para entretenimiento y juegos.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.09	4	18.18	6	27.27	3	13.64	5	22.73	4	18.18
Alto	5	22.73	6	27.27	4	18.18	3	13.64	9	40.91	5	22.73
Medio	10	45.45	9	40.91	8	36.36	11	50.00	6	27.27	9	40.91
Bajo	5	22.73	3	13.64	4	18.18	5	22.72	2	9.09	4	18.18
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota. Información con el cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 1

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión utilidad de redes sociales e ítems



Nota. Corresponde a los datos de la tabla 1.

Análisis e interpretación de la tabla 1

Referente al nivel del uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión utilidad de redes sociales e ítems, del ítem 1, el 9,09 % evidencia un nivel "muy alto"; el 22,73 %, "alto"; un 45,45 %, "regular", y el 22,73 %, "bajo".

En el ítem 2, los resultados son: El 18,18 % de estudiantes están en un nivel "muy alto"; el 27,27 %, "alto"; un 40,91 %, "regular"; mientras que el 13,64 %, "bajo".

Con relación al ítem 3, el 27,27 % se ubica en un nivel "muy alto"; el 18,18 %, "alto"; un 36,36 %, "regular", y el 18,18 %, "bajo".

Respecto al ítem 4, el 13,64 % se encuentra en un nivel "muy alto" y "alto"; un 50,00 %, "regular"; el 22,72 %, "bajo".

Finalmente, el ítem 5, con el 22,73 % de los estudiantes evidencia un nivel "muy alto"; un 40,91 %, "alto"; el 27,27 %, "regular"; finalmente, el 9,09 %, "bajo".

En conclusión, la información de la tabla 1, referente al uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión utilidad de redes sociales e ítems, los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel "regular", con un 40,91 %.

Tabla 2

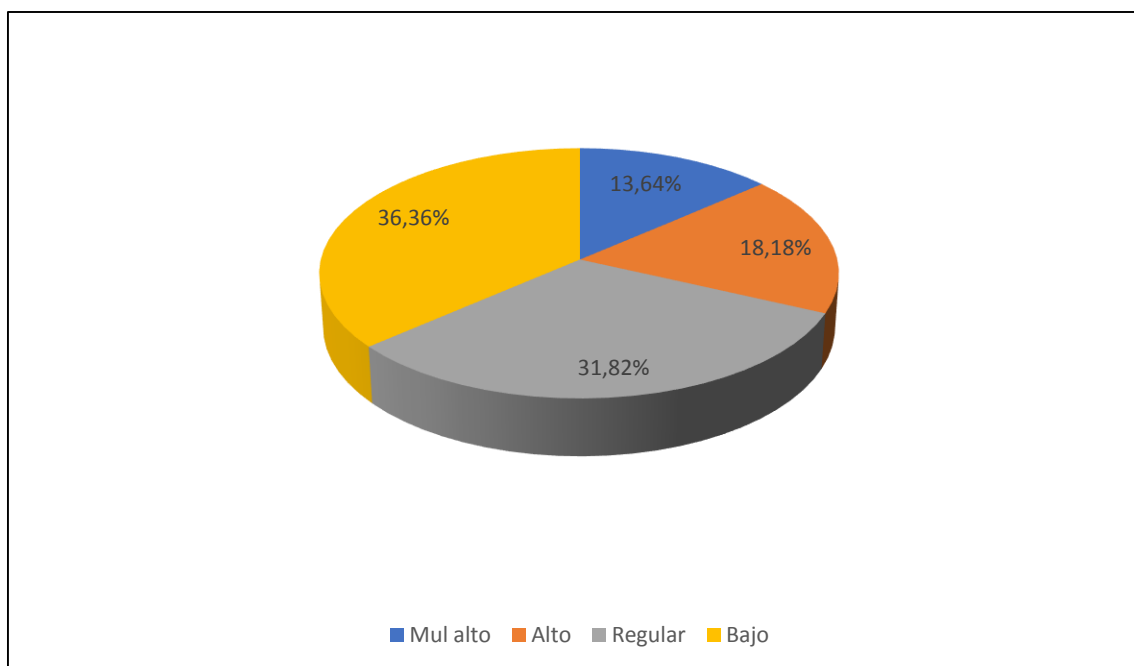
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión contenido de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	Noticias de actualidad nacional e internacional		Deportes o noticias deportivas nacionales e internacionales		Situación económica-social y política del país y el mundo		Últimos avances en el campo científico en el Perú y el mundo		Costumbres, creencias, tradiciones populares del pueblo			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	1	4.55	7	31.82	4	18.18	2	9.09	1	4.55	3	13.64
Alto	4	18.18	5	22.73	2	9.09	5	22.73	3	13.63	4	18.18
Regular	6	27.27	6	27.27	4	18.18	9	40.91	12	54.55	7	31.82
Bajo	11	50.00	4	18.18	12	54.55	6	27.27	6	27.27	8	36.36
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota. Información del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 2

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión contenido de redes sociales e ítems



Nota. Corresponde a los datos de la tabla 2

Análisis e interpretación de la tabla 2

Con relación al nivel del uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems, en el ítem 1, el 4,55 % alcanza un nivel “muy alto”; el 18,18 %, “alto”; un 27,27 %, “regular”, y el 50,00 %, “bajo”. Acerca del ítem 2, el 31,82 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 22,73 %, “alto”; un 27,27 %, “regular”; mientras que el 18,18 %, “bajo”. En el ítem 3, el 18,18 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 9,09 %, “alto”; un 18,18 %, “regular”, mientras que el 54,55 %, “bajo”. En el ítem 4, el 9,09 % de estudiantes se encuentra en el nivel “muy alto”; un 22,73 %, nivel “alto”; un 40,91 %, “regular”, y el 27,27 %, “bajo”. Por último, respecto al ítem 5, el nivel alcanzado por los estudiantes es “muy alto”, con el 4,55 %; un 13,63 %, “alto”; el 54,55 %, “regular”; finalmente, el 27,27 %, “bajo”.

Interpretando los resultados de la tabla 2, con relación nivel del uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un 36,36 %.

Tabla 3

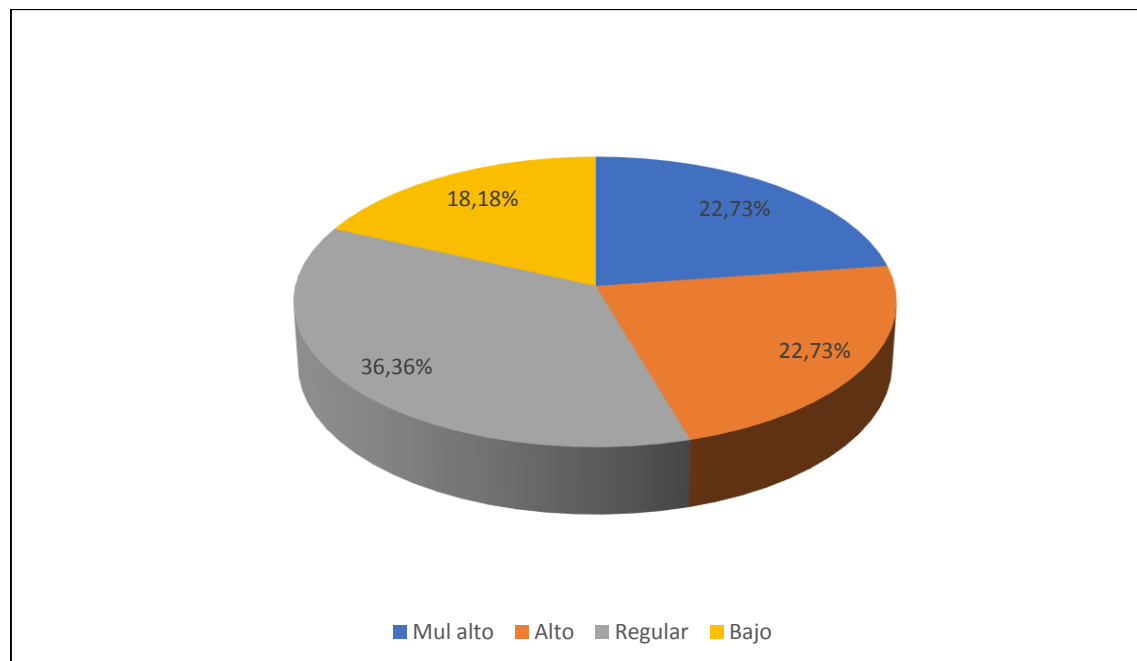
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión valoración de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	3	13.64	6	27.27	4	18.18	4	18.18	6	27.27	5	22.73
Alto	4	18.18	7	31.82	8	36.36	3	13.64	5	22.73	5	22.73
Regular	9	40.91	8	36.36	7	31.82	9	40.91	8	36.36	8	36.36
Bajo	6	27.27	1	4.55	3	13.64	6	27.27	3	13.64	4	18.18
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota. Información del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 3

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión valoración de redes sociales e ítems



Nota. Corresponde a los datos de la tabla 3.

Análisis e interpretación de la tabla 3

Con relación al uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems; según el ítem 1, el 13,64 % alcanza un nivel “muy alto”; el 18,18 %, “alto”; un 40,91 %, “regular”, y el 27,27 %, “bajo”.

En el ítem 2, el 27,27 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 31,82 %, “alto”; un 36,36 %, “regular”; mientras que el 4,55 %, “bajo”.

Con relación al ítem 3, el 18,18 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 36,36 %, “alto”; un 31,82 %, “regular”, mientras que el 13,64 %, “bajo”.

En el ítem 4, el 18,18 % de estudiantes se ubica en un nivel “muy alto”; un 13,64 % nivel, “alto”; el 40,91 %, “regular”, y el 27,27 %, “bajo”.

Finalmente, en el ítem 5, el nivel alcanzado por los estudiantes es “muy alto”, con el 27,27 %; un 22,73 %, “alto”; el 36,36 %, “regular”; finalmente, el 13,64 %, “bajo”.

En resumen, los datos de la tabla 3, sobre el uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems, permite afirmar fehacientemente que los estudiantes de la muestra evidencian un nivel “regular”, con un 36,36 %.

Tabla 4

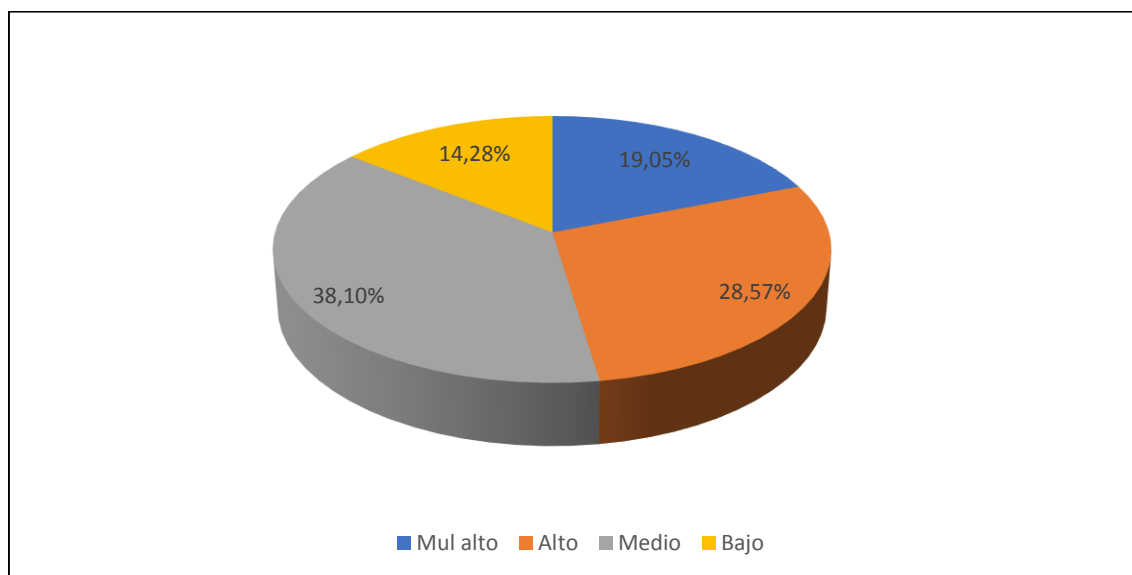
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión utilidad de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	Me sirven para conversar con los amigos.		Los uso para compartir y desarrollar tareas escolares.		Los uso para obtener nuevos conocimientos.		Los uso para conectarme con gente que vive lejos y hacer nuevas amistades.		Me sirve para entretenimiento y juegos.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	4	19.05	3	14.29	5	23.80	5	23.81	3	14.29	4	19.05
Alto	5	23.80	8	38.10	4	19.05	5	23.81	6	28.57	6	28.57
Medio	8	38.10	7	33.32	8	38.10	6	28.57	9	42.85	8	38.10
Bajo	4	19.05	3	14.29	4	19.05	5	23.81	3	14.29	3	14.28
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 4

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión: Utilidad de redes sociales e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 4.

Análisis e interpretación de la tabla 4

Los datos proporcionados por los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems, respecto al ítem 1, el 19,05 % evidencia un nivel “muy alto”; el 23,80 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”, y el 19,05 %, “bajo”. En el ítem 2, los resultados son: El 14,29 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 38,10 %, “alto”; un 33,32 %, “regular”; mientras que el 14,29 %, “bajo”. Con relación al ítem 3, el 23,80 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 19,05 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”, y el 19,05 %, “bajo”. En el ítem 4, el 23,81 % se ubica en un nivel “muy alto” y “alto”; un 28,57 %, “regular”; el 23,81 %, “bajo”. Finalmente, el ítem 5, “muy alto”, con el 14,29 %; un 28,57 %, “alto”; el 42,85 %, “regular”, y el 14,29 %, “bajo”.

Concluyentemente, la información de la tabla 4, referente al uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión utilidad de redes sociales e ítems, se llega a la conclusión de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 38,10 %.

Tabla 5

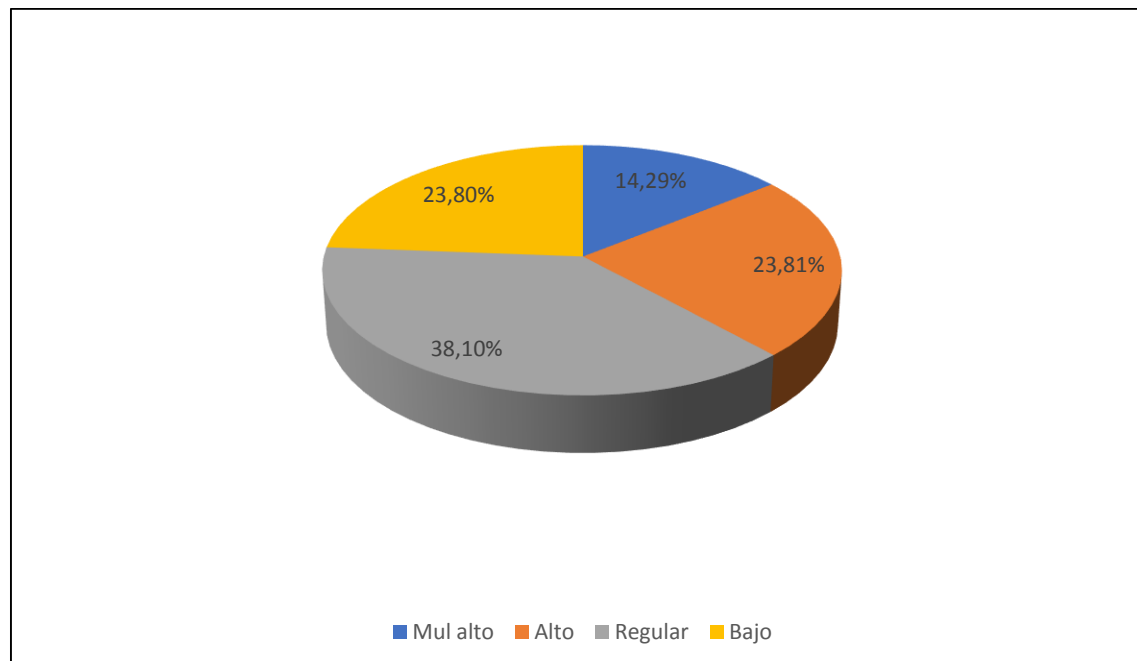
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión contenido de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	Noticias de actualidad nacional e internacional		Deportes o noticias deportivas nacionales e internacionales		Situación económica-social y política del país y el mundo		Últimos avances en el campo científico en el Perú y el mundo		Costumbres, creencias, tradiciones populares del pueblo			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	3	14.29	6	28.57	3	14.29	1	4.76	4	19.05	3	14.29
Alto	4	19.04	8	38.10	2	9.52	4	19.05	5	23.80	5	23.81
Regular	8	38.10	5	23.81	7	33.33	10	47.62	8	38.10	8	38.10
Bajo	6	28.57	2	9.52	9	42.86	6	28.57	4	19.05	5	23.80
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 5

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión contenido de redes sociales e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 5.

Análisis e interpretación de la tabla 5

Con relación al nivel del uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems, en el ítem 1, el 14,29 % alcanza un nivel “muy alto”; el 19,04 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”, y el 28,57 %, “bajo”.

Acerca del ítem 2, el 28,57 % de estudiantes están en un nivel “muy alto”; el 38,10 %, “alto”; un 23,81 %, “regular”; mientras que el 9,52 %, “bajo”. En el ítem 3, el 14,29 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 9,52 %, “alto”; un 33,33 %, “regular”; mientras que el 42,86 %, “bajo”. En el ítem 4, el 4,76 % de estudiantes se ubica en un nivel “muy alto”; un 19,05 %, nivel “alto”; un 47,62 %, “regular”, y el 28,57 %, “bajo”.

Por último, respecto al ítem 5, el nivel alcanzado por los estudiantes es “muy alto”, con el 19,05 %; un 23,80 %, “alto”; el 38,10 %, “regular”; finalmente, el 19,05 %, “bajo”. En síntesis, la información de la tabla 5, con relación al nivel del uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión contenido de redes sociales e ítems, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra se encuentran en el nivel “bajo”, con un 38,10 %.

Tabla 6

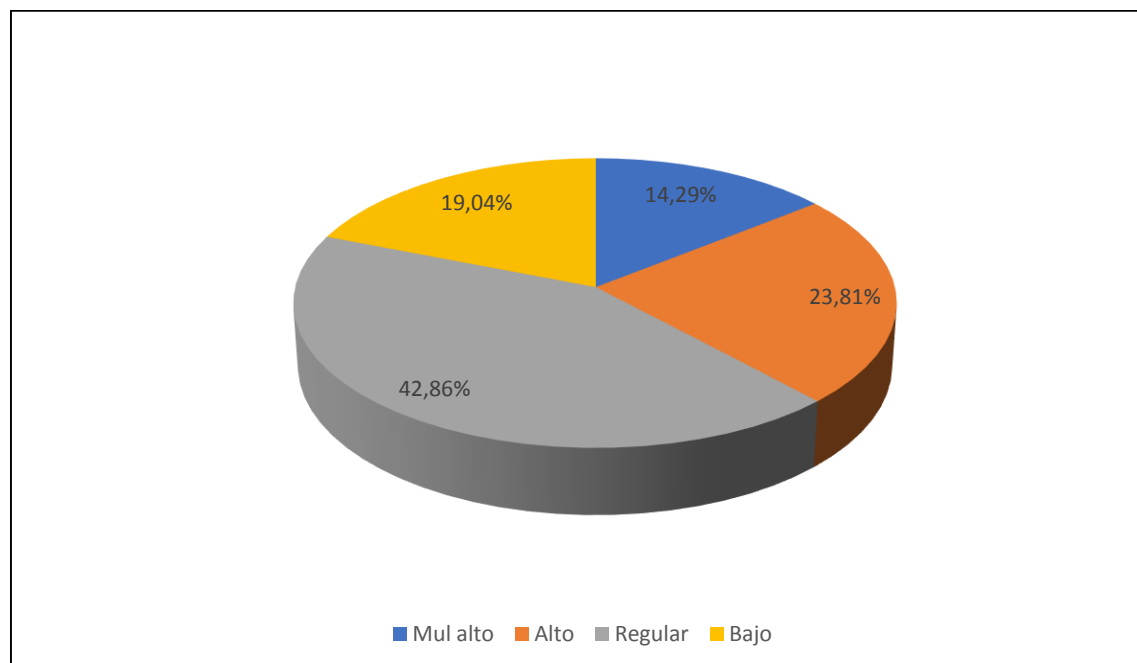
Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión valoración de redes sociales e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		Ítem 4		Ítem 5		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	4	19.05	3	14.29	3	14.28	4	19.05	2	9.52	3	14.29
Alto	6	28.57	5	23.81	6	28.57	5	23.81	4	19.05	5	23.81
Regular	5	23.81	11	52.38	8	38.10	7	33.33	12	57.14	9	42.86
Bajo	6	28.57	2	9.52	4	19.05	5	23.81	3	14.29	4	19.04
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 6

Uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión valoración de redes sociales e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 6.

Análisis e interpretación de la tabla 6

Los datos proporcionados por la tabla 6, con relación al uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems; en el ítem 1, el 19,05 % alcanza un nivel “muy alto”; el 28,57 %, “alto”; un 23,81 %, “regular”; y el 28,57 %, “bajo”. En el ítem 2, el 14,29 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 23,81 %, “alto”; un 52,38 %, “regular”; mientras que el 9,52 %, “bajo”. Con relación al ítem 3, el 14,28 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 28,57 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”; mientras que el 19,05 %, “bajo”. En el ítem 4, el 19,05 % de estudiantes se encuentra en el nivel “muy alto”; un 23,81 %, nivel “alto”; el 33,33 %, “regular”, y el 23,81 %, “bajo”. Finalmente, en el ítem 5, el 9,52 % alcanzó el nivel “muy alto”; 19,05 %, “alto”; el 57,14 %, “regular”; finalmente, el 14,29 %, “bajo”.

Interpretando la información de la tabla 6, sobre el uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valoración de redes sociales e ítems, se puede afirmar fehacientemente que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 42,86 %.

Tabla 7

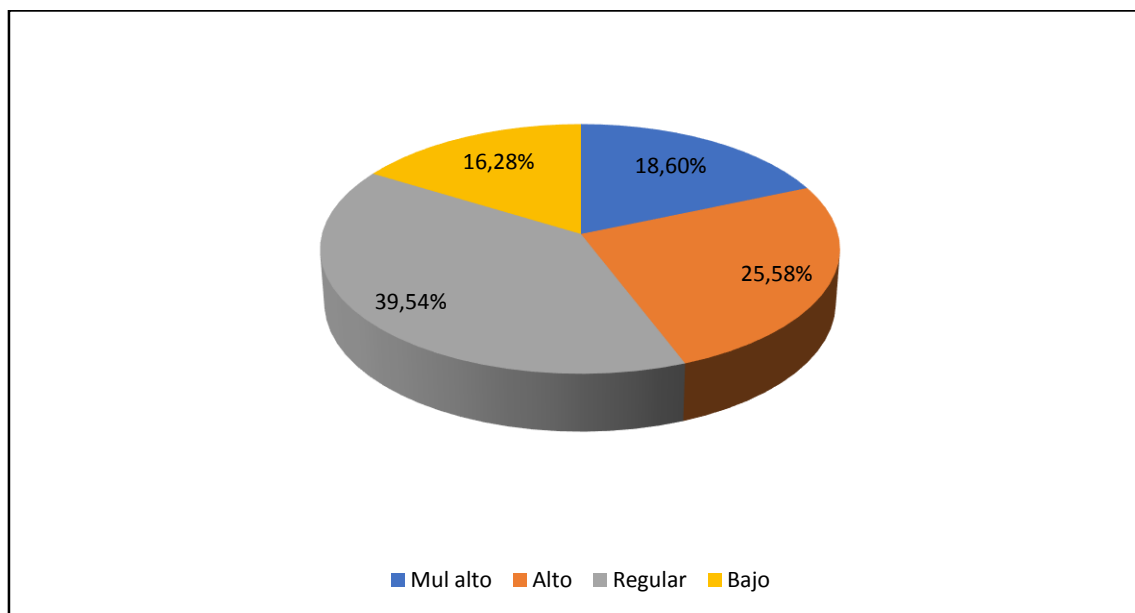
Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión utilidad de redes sociales

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	4	18,18	4	19,05	8	18,60
Alto	5	22,73	6	28,57	11	25,58
Regular	9	40,91	8	38,10	17	39,54
Bajo	4	18,18	3	14,28	7	16,28
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 1 y 4 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 7

Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión utilidad de redes sociales



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 7.

Análisis e interpretación de la tabla 7

La tabla 8 hace referencia al nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión utilidad de redes sociales, en donde se aprecia que el 18,18 % de estudiantes del 4to año “A” alcanza un nivel “muy alto”; el 22,73 %, “alto”; un 40,91 %, “regular”, y el 18,18 %, “bajo”.

En lo concerniente a los estudiantes del 4to año “B”, el 19,05 % alcanza un nivel “muy alto”; el 28,57 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”; mientras que el 14,28 %, “bajo”.

Interpretando el análisis de la tabla 7, con relación al nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión utilidad de redes sociales, se llega a la conclusión de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 39,54 %, corroborando la información de los resultados de las tablas anteriores.

Tabla 8

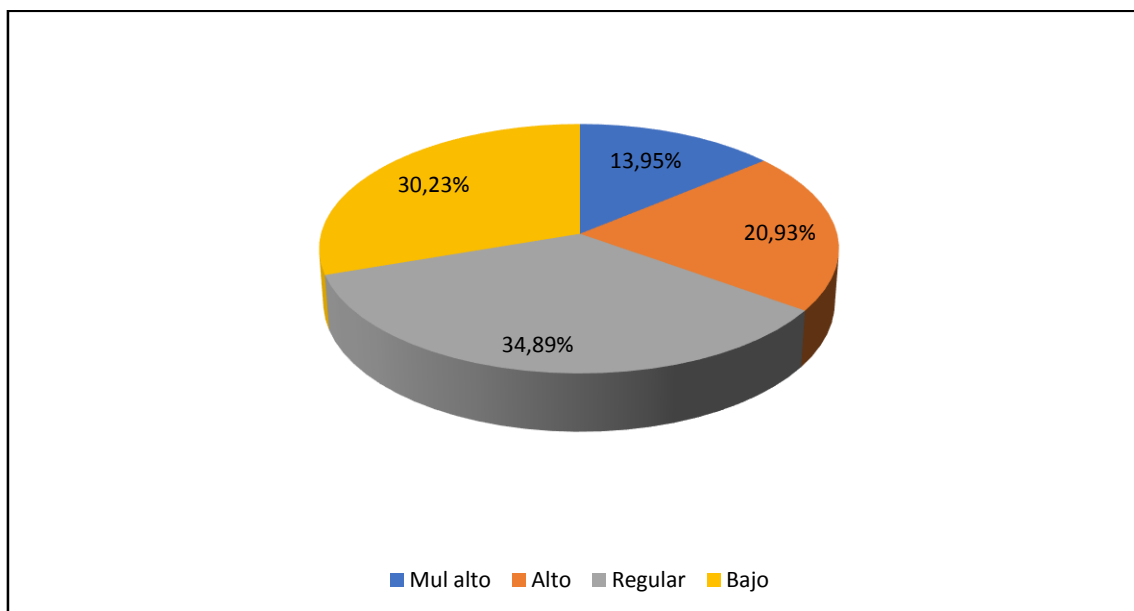
Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión contenido de redes sociales

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	3	13,64	3	14,29	6	13,95
Alto	4	18,18	5	23,81	9	20,93
Regular	7	31,82	8	38,10	15	34,89
Bajo	8	36,36	5	23,80	13	30,23
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 2 y 5 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 8

Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión contenido de redes sociales



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 8.

Análisis e interpretación de la tabla 8

El uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “b”, según dimensión contenido de redes sociales, los estudiantes del 4to año “A” alcanzan el 13,64 %, ubicándose en un nivel “muy alto”; el 18,18 %, “alto”; un 31,82 %, “regular”, y el 36,36 %, “bajo”.

Con respecto al 4to año “B”, el 14,29 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto”; el 23,81 %, “alto”; un 38,10 %, “regular”; mientras que el 23,80 %, “bajo”.

Sintetizando el análisis de la tabla 8, con relación al nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “Aa” y “B”, según dimensión contenido de redes sociales, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra evidencian un nivel “regular”, con un 34,89 %, corroborando los datos establecidos en las tablas anteriores.

Tabla 9

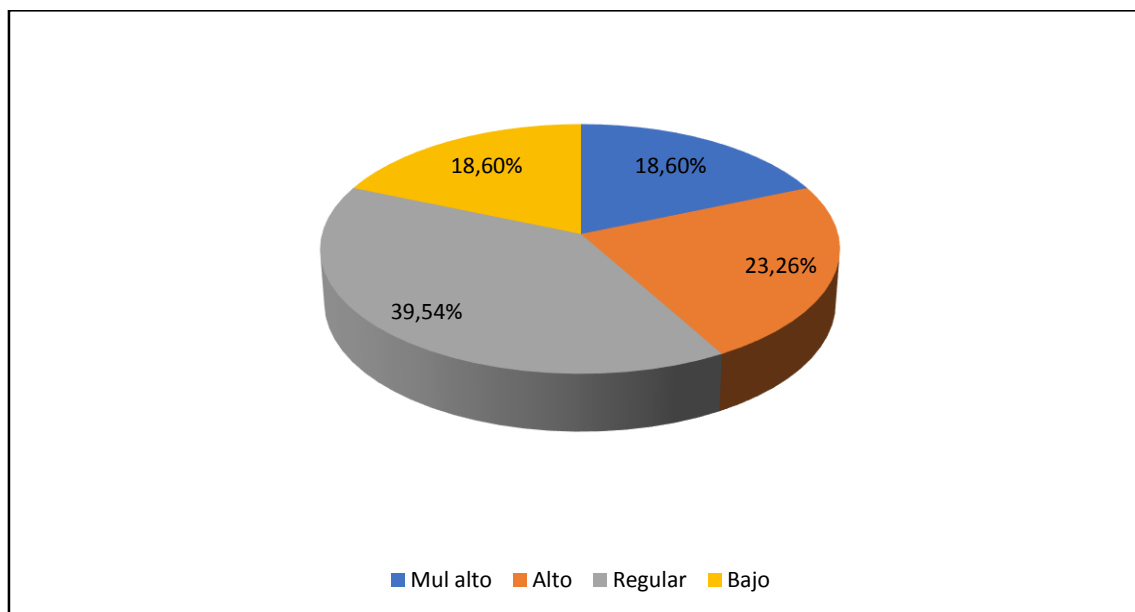
Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión valoración de redes sociales

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	5	22,73	3	14,29	8	18,60
Alto	5	22,73	5	23,81	10	23,26
Regular	8	36,36	9	42,86	17	39,54
Bajo	4	18,18	4	19,04	8	18,60
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 3 y 6 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 9

Nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión valoración de redes sociales



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 9.

Análisis e interpretación de la tabla 9

La información de la tabla 9, sobre el uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valoración de redes sociales, es como sigue a continuación: En el 4to año “A”, el 22,73 % de los estudiantes alcanza un nivel “muy alto” y “alto”; un 36,36 %, “regular”, y el 18,18 %, “bajo”.

Con relación a los estudiantes del 4to año “B”, el 14,29 % alcanza un nivel “muy alto”; el 23,81 %, “alto”; un 42,86 %, “regular”; mientras que el 19,04 %, “bajo”.

En resumen, de la interpretación de la tabla 9, con relación al nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valoración de redes sociales, se puede afirmar que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 39,54 %.

Tabla 10

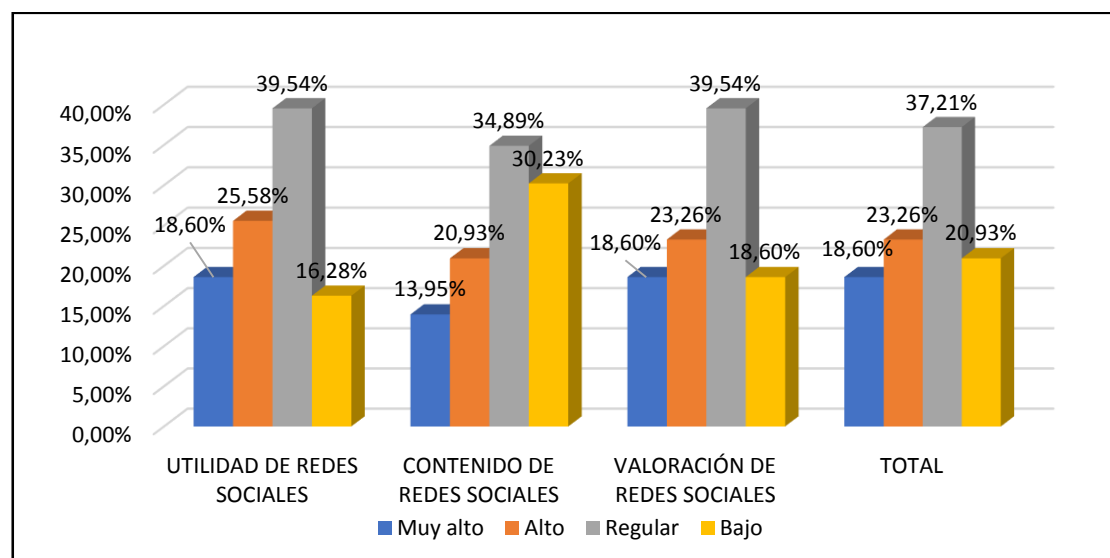
Consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensiones

Nivel de uso de las redes sociales	DIMENSIONES						TOTAL	
	Utilidad de redes sociales		Contenido de redes sociales		Valoración de redes sociales		ni	hix100
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100		
Muy alto	08	18,60	06	13,95	08	18,60	08	18,60
Alto	11	25,58	09	20,93	10	23,26	10	23,26
Regular	17	39,54	15	34,89	17	39,54	16	37,21
Bajo	07	16,28	13	30,23	08	18,60	09	20,93
TOTAL	43	100,00	43	100,00	43	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 7, 8 y 9 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 10

Consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensiones



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 10.

Análisis e interpretación de la tabla 10

La tabla 10 hace referencia al consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones. Haciendo mención a la dimensión utilidad de redes sociales, se evidencia que el 18,60 % de los estudiantes alcanza un nivel de “muy alto”; el 25,58 %, “alto”; el 39,54 % “regular” y el 16,28 %, “bajo.”

Con respecto a la dimensión contenido de redes sociales, el 13,95 % de los estudiantes se ubica en un nivel “muy alto”; el 20,93 %, “alto”; el 34,89 % “regular”; 30,23 %, “bajo”. En lo concerniente a la dimensión valoración de redes sociales, el 18,60 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto”; el 23,26 %, “alto”; un 39,54 %, “regular”; finalmente, el 18,60 %, “bajo”.

En conclusión, la tabla 10, con relación al consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones, se aprecia que es de un nivel “regular”, alcanzando un 37,21% del total de los estudiantes de la muestra.

4.1.2 Sobre identidad cultural

Tabla 11

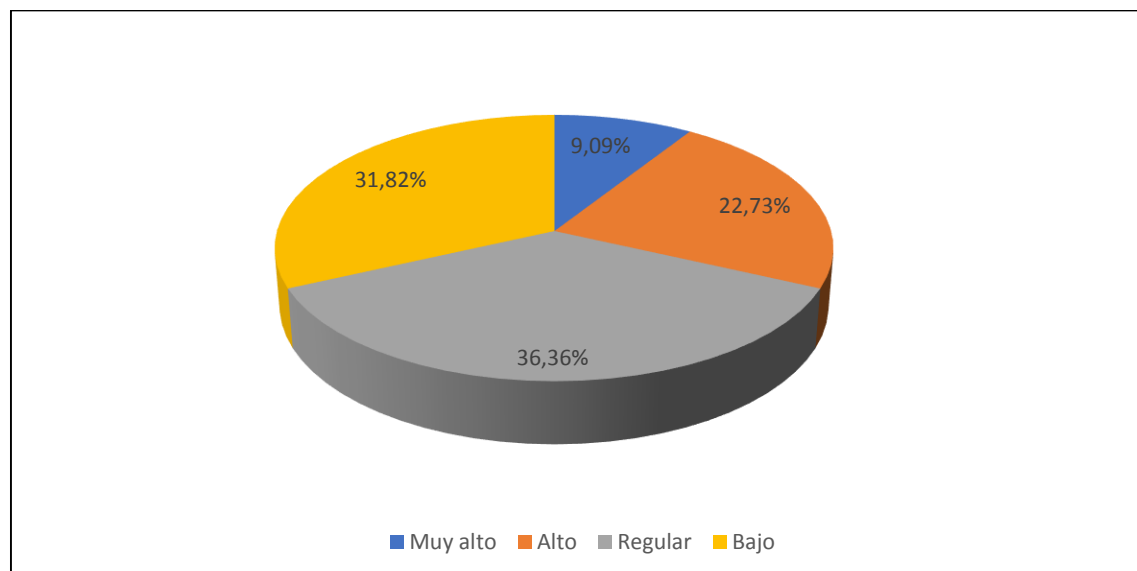
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión étnica e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Me siento contento de mi origen provinciano.		Asisto a las festividades sociales, culturales, deportivas y religiosas de mi pueblo.		Me identifico con mi raza porque los heredé de mis padres.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	3	13.64	1	4.55	2	9.09	2	9.09
Alto	7	31.82	3	13.64	5	22.73	5	22.73
Regular	6	27.27	10	45.45	9	40.90	8	36.36
Bajo	6	27.27	8	36.36	6	27.27	7	31.82
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 11

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión étnica e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 11.

Análisis e interpretación de la tabla 11

Referente al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión étnica e ítems, en el ítem 1, el 13,64 % evidencia un nivel “muy alto”; el 31,82 %, “alto”; un 27,27 %, “regular” y “bajo”.

Con relación al ítem 2, el 4,55 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 13,64 %, “alto”; un 45,45 %, “regular”, y el 36,36 %, “bajo”.

Finalmente, en el ítem 3, el 9,09 % se encuentra en el nivel “muy alto”, con un 22,73 %, “alto”; el 40,90 %, “regular”; finalmente, el 27,27 %, “bajo”.

Interpretando la información de la tabla 11, referente al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión étnica e ítems, se llega a la conclusión de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 36,36 %.

Tabla 12

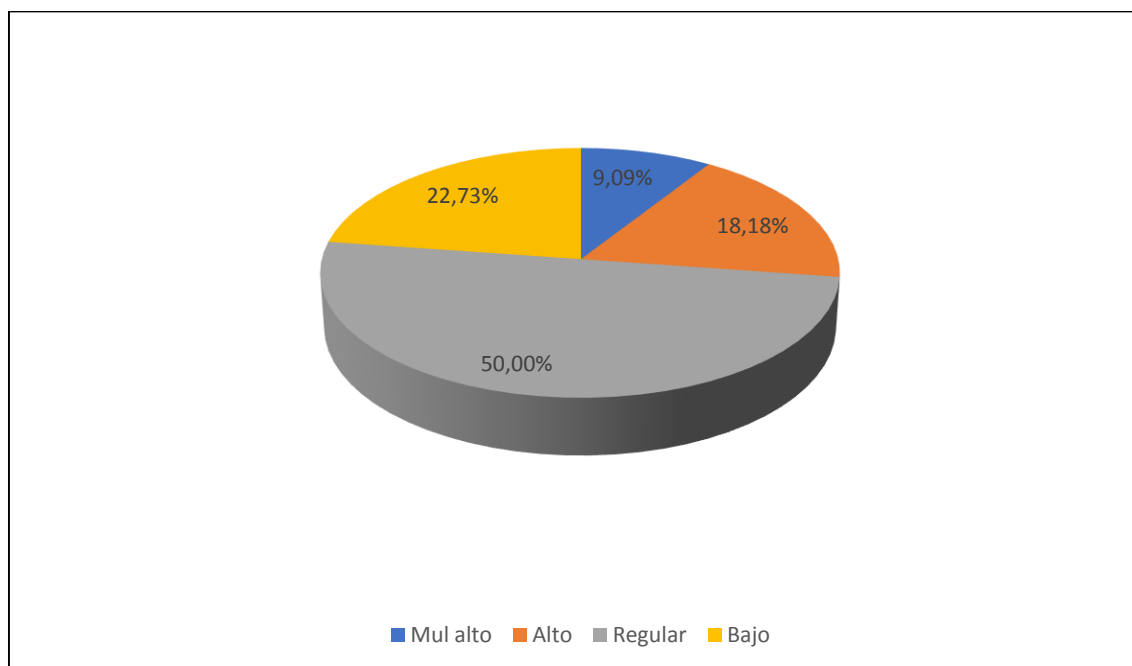
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión idioma e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Siento interés por aprender a escribir y hablar alguna lengua originaria de mi pueblo.		Considero que aprender y hablar una lengua originaria es importante.		Me considero defensor de mi lengua nativa.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.09	2	9.09	3	13.64	2	9.09
Alto	5	22.73	3	13.64	4	18.18	4	18.18
Regular	9	40.91	12	54.54	11	50.00	11	50.00
Bajo	6	27.27	5	22.73	4	18.18	5	22.73
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 12

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión idioma e ítems.



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 12.

Análisis e interpretación de la tabla 12

Con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión idioma e ítems, en el ítem 1, el 9,09 % alcanza un nivel “muy alto”; el 22,73 %, “alto”; un 40,91 %, “regular”, y el 27,27 %, “bajo”.

Acerca del ítem 2, el 9,09 % de estudiantes está en el nivel “muy alto”; el 13,64 %, “alto”; un 54,54 %, “regular”; mientras que el 22,73 %, “bajo”.

Por último, en el ítem 3, el 13,64 % se encuentra en el nivel “muy alto”; el 18,18 %, “alto”; el 50,00 %, “regular”; finalmente, el 18,18 %, “bajo”.

Interpretando la tabla 12, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión idioma e ítems, se llega a determinar de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 50,00 %.

Tabla 13

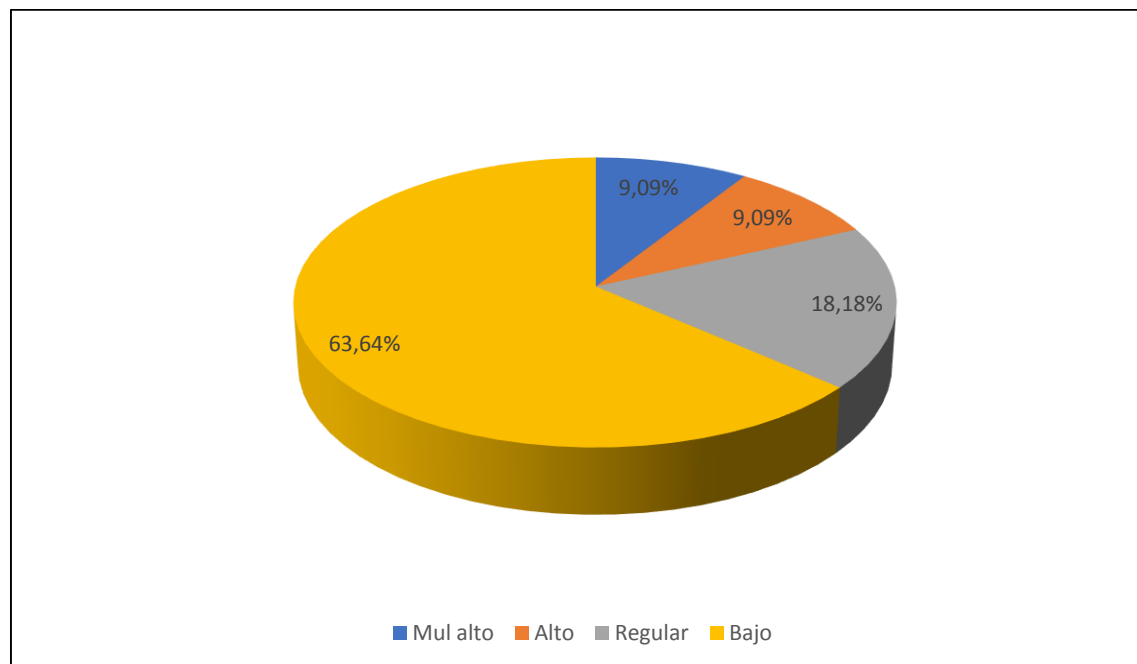
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión costumbres y tradiciones e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Siento interés por conocer y escuchar la música, danza, canto y poesía de mi comunidad nativa.		Me gusta participar en las festividades religiosas, sociales y culturales que organizan en mi pueblo.		Me identifico con las expresiones de arte, formas de vestir y usos de los grupos sociales nativos.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.09	3	13.64	1	4.54	2	9.09
Alto	2	9.09	2	9.09	3	13.64	2	9.09
Regular	3	13.64	5	22.72	4	18.18	4	18.18
Bajo	15	68.18	12	54.55	14	63.64	14	63.64
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 13

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión costumbres y tradiciones e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 13.

Análisis e interpretación de la tabla 13

Con relación a la percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems; en el ítem 1, el 9,09 % alcanza un nivel “muy alto” y “alto”; un 13,64 %, “regular”; y el 68,18 %, “bajo”.

Con relación al ítem 2, el 13,64 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 9,09 %, “alto”; un 22,72 %, “regular”, mientras que el 54,55 %, “bajo”.

Finalmente, en el ítem 3, el 4,54 % alcanzó el nivel “muy alto”, un 13,64 %, “alto”; el 18,18 %, “regular”; finalmente, el 63,64 %, “bajo”.

En resumen, los datos de la tabla 13, sobre la percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems, permite afirmar que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un mayoritario 63,64 % del total de la muestra de estudio.

Tabla 14

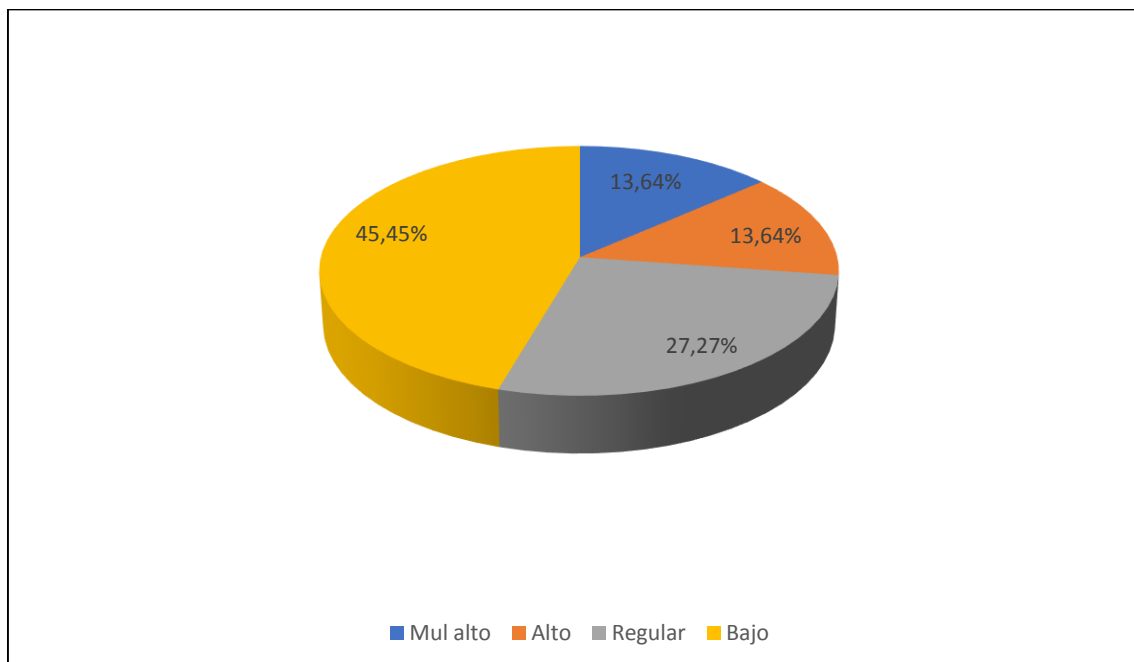
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión valores y símbolos e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Me interesa conocer la historia y tradición de mi pueblo.		Me identifico con la moral y los valores pertenecientes a la cultura de mi lugar de origen.		Me interesa conocer más las herramientas y símbolos del grupo cultural al que pertenezco.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	4	18.18	2	9.09	3	13.64	3	13.64
Alto	4	18.18	3	13.64	2	9.09	3	13.64
Regular	5	22.73	6	27.27	8	36.36	6	27.27
Bajo	9	40.91	11	50.00	9	40.91	10	45.45
TOTAL	22	100.00	22	100.00	22	100.00	22	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 14

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A", según dimensión valores y símbolos e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 14.

Análisis e interpretación de la tabla 14

Con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valores y símbolos e ítems, en el ítem 1, el 18,18 % alcanza un nivel “muy alto” y “alto”; un 22,73 %, “regular”, y el 40,91 %, “bajo”.

Acerca del ítem 2, el 9,09 % de estudiantes están en un nivel “muy alto”; el 13,64 %, “alto”; un 27,27 %, “regular”; mientras que el 50,00 %, “bajo”.

Por último, en el ítem 3, el nivel alcanzado por los estudiantes es “muy alto”, con el 13,64 %; un 9,09 %, “alto”; el 36,36 %, “regular”; finalmente, el 40,91 %, “bajo”.

La interpretación de la tabla 14, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A”, según dimensión valores y símbolos e ítems, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra, alcanzan un nivel “bajo”, con un 45,45 %.

Tabla 15

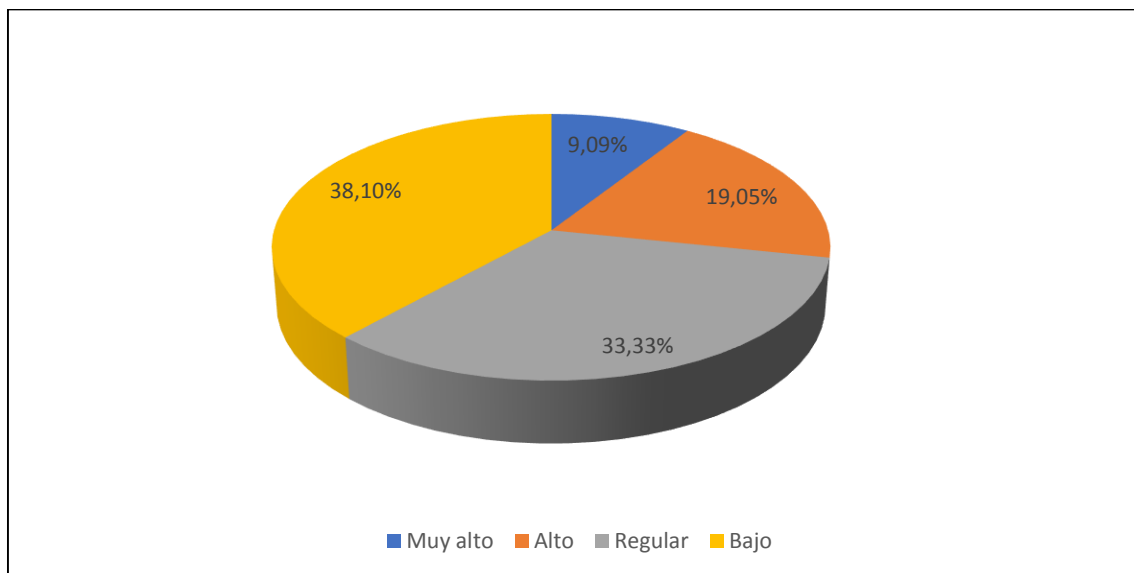
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión étnica e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Me siento contento de mi origen provinciano.		Asisto a las festividades sociales, culturales, deportivas y religiosas de mi pueblo.		Me identifico con mi raza porque los heredé de mis padres.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.52	2	9.52	3	14.29	2	9.52
Alto	4	19.05	3	14.29	4	19.05	4	19.05
Regular	6	28.57	9	42.86	7	33.33	7	33.33
Bajo	9	42.86	7	33.33	7	33.33	8	38.10
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 15

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión étnica e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 15.

Análisis e interpretación de la tabla 15

La información de la tabla 15, referente al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión étnica e ítems, muestra que, en el ítem 1, el 9,52 % evidencia un nivel “muy alto”; el 19,05 %, “alto”; un 28,57 %, “regular”; y el 42,86 %, “bajo”.

Con relación al ítem 2, el 9,52 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 14,29 %, “alto”; un 42,86 %, “regular”, y el 33,33 %, “bajo”. Finalmente, el ítem 3 es “muy alto”, con el 14,29 %; un 19,05 %, “alto”, y el 33,33 %, “regular” y “bajo”.

Sistematizando la información de la tabla 15, referente al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión étnica e ítems, se llega a la conclusión de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un 38,10 %.

Tabla 16

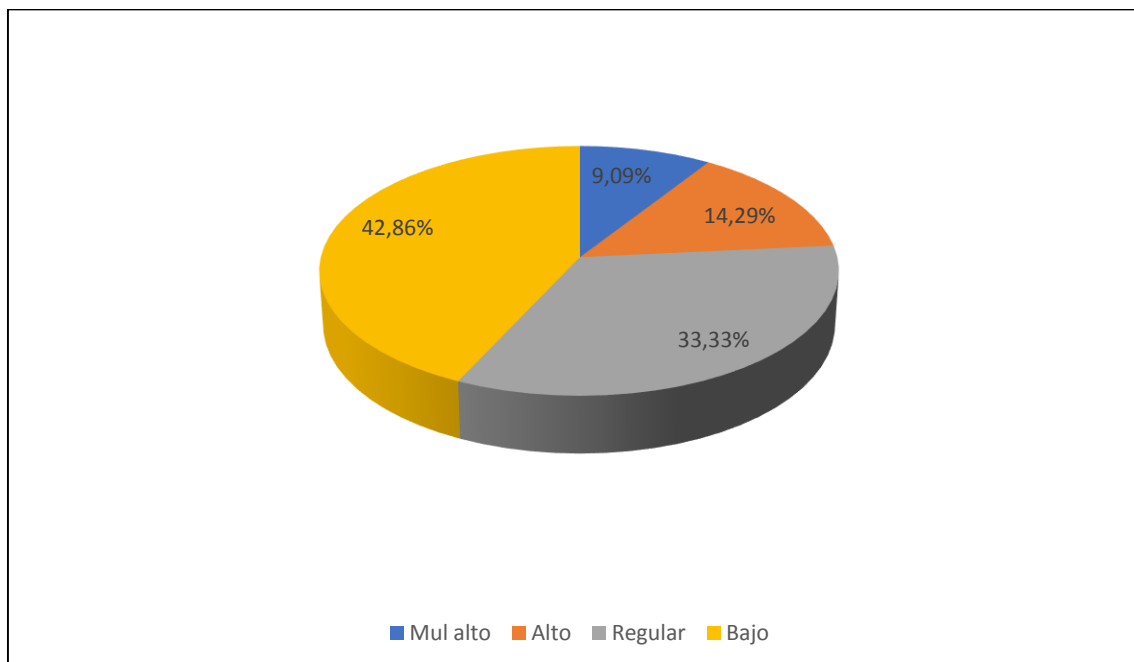
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión idioma e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Siento interés por aprender a escribir y hablar alguna lengua originaria de mi pueblo.		Considero que aprender y hablar una lengua originaria es importante.		Me considero defensor de mi lengua nativa.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.52	3	14.29	1	4.76	2	9.52
Alto	3	14.29	4	19.04	2	9.52	3	14.29
Regular	7	33.33	6	28.57	9	42.86	7	33.33
Bajo	9	42.86	8	38.10	9	42.86	9	42.86
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 16

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión idioma e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 16.

Análisis e interpretación de la tabla 16

La tabla 16, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “b”, según dimensión idioma e ítems, muestra que, en el ítem 1, el 9,52 % alcanza un nivel “muy alto”; el 14,29 %, “alto”; un 33,33 %, “regular”, y el 42,86 %, “bajo”.

Acerca del ítem 2, el 14,29 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 19,04 %, “alto”; un 28,57 %, “regular”; mientras que el 38,10 %, “bajo”.

Por último, en el ítem 3, el nivel alcanzado por los estudiantes es “muy alto”, con el 4,76 %; un 9,52 %, “alto”; el 42,86 %, “regular” y “bajo”.

A partir de la interpretación de la tabla 16, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “b”, según dimensión idioma e ítems, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra, alcanzan un nivel “bajo”, con un 42,86 %.

Tabla 17

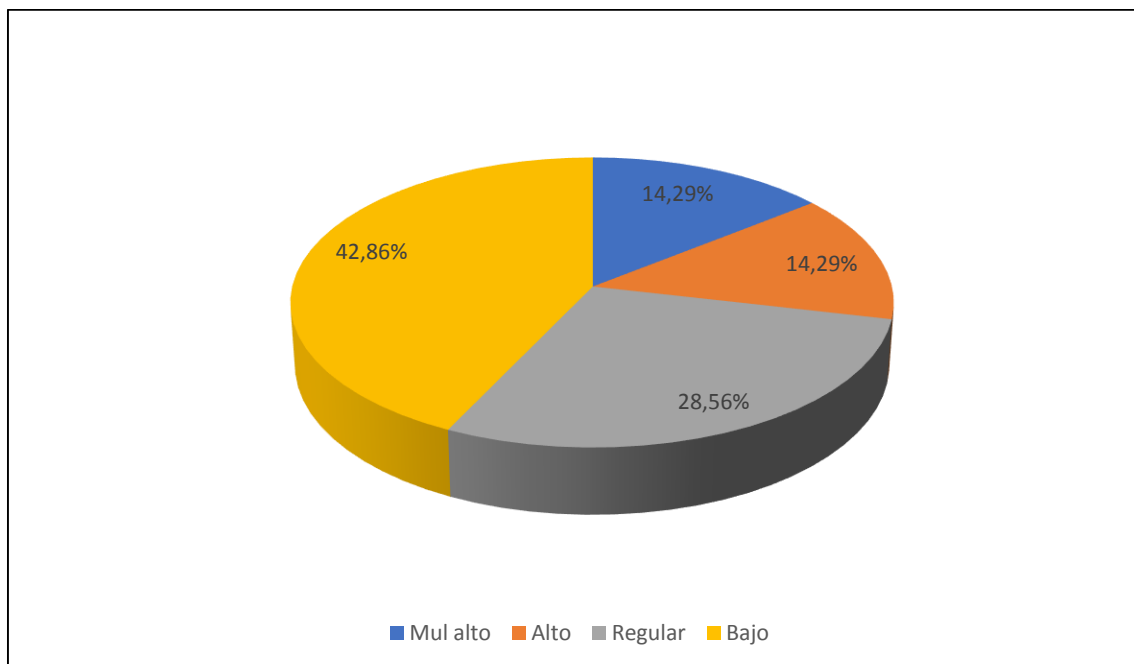
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión: Costumbres y tradiciones e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Siento interés por conocer y escuchar la música, danza, canto y poesía de mi comunidad nativa.		Me gusta participar en las festividades religiosas, sociales y culturales que organizan en mi pueblo.		Me identifico con las expresiones de arte, formas de vestir y usos de los grupos sociales nativos.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9.52	3	14.29	3	14.29	3	14.29
Alto	3	14.29	4	19.05	2	9.52	3	14.29
Regular	4	19.05	8	38.09	7	33.33	6	28.56
Bajo	12	57.14	6	28.57	9	42.86	9	42.86
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 17

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "B", según dimensión: Costumbres y tradiciones e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 17.

Análisis e interpretación de la tabla 17

Con relación a la percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems, en el ítem 1, el 9,52 % alcanza un nivel “muy alto”; un 14,29 %, “alto”; un 19,05 %, “regular”, y el 57,14 %, “bajo”.

Respecto al ítem 2, el 14,29 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 19,05 %, “alto”; un 38,09 %, “regular”; mientras que el 28,57 %, “bajo”. Finalmente, en el ítem 3, el 14,29 % de los estudiantes alcanzó el nivel “muy alto”; el 9,52 %, “alto”; el 33,33 %, “regular”; finalmente, el 42,86 %, “bajo”.

En resumen, los datos de la tabla 17, sobre la percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “b”, según dimensión costumbres y tradiciones e ítems, permiten afirmar que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un 42,86 % del total de la muestra de estudio.

Tabla 18

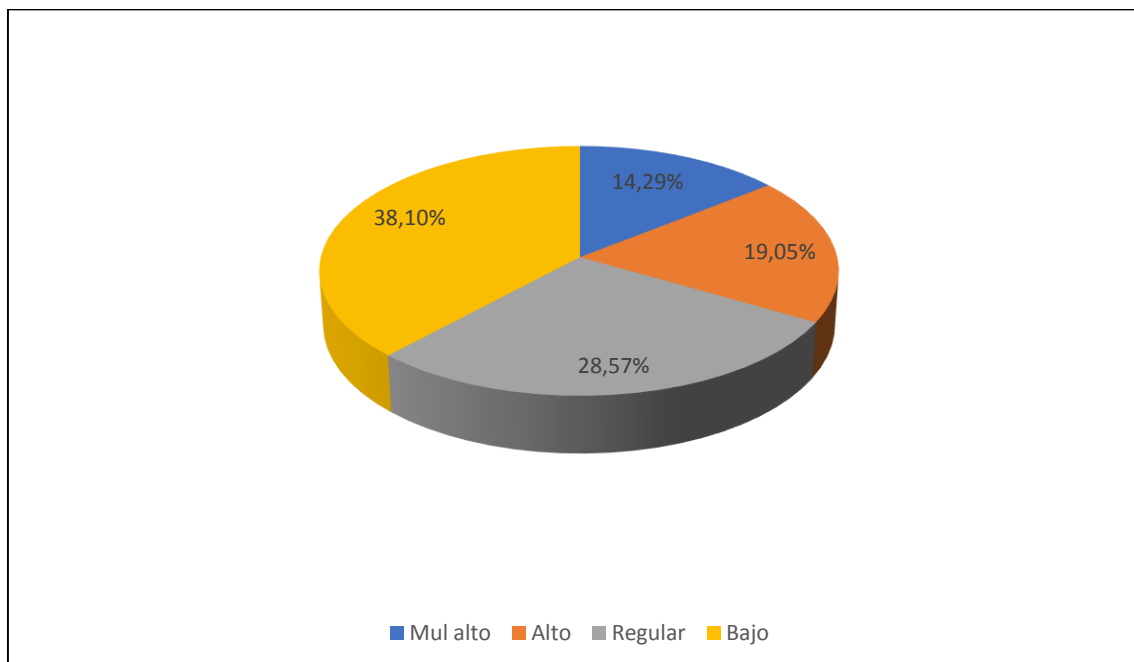
Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos e ítems

Nivel	Ítem 1		Ítem 2		Ítem 3		TOTAL	
	Me interesa conocer la historia y tradición de mi pueblo.		Me identifico con la moral y los valores pertenecientes a la cultura de mi lugar de origen.		Me interesa conocer más las herramientas y símbolos del grupo cultural al que pertenezco.			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	4	19.05	3	14.29	2	9.52	3	14.29
Alto	3	14.29	5	23.81	4	19.05	4	19.05
Regular	5	23.81	6	28.57	7	33.33	6	28.57
Bajo	9	42.85	7	33.33	8	38.10	8	38.10
TOTAL	21	100.00	21	100.00	21	100.00	21	100.00

Nota: Información resultado del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 18

Percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos e ítems



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 18.

Análisis e interpretación de la tabla 18

La tabla 18, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos e ítems, muestra que, en el ítem 1, el 19,05 % alcanza un nivel “muy alto”; el 14,29 %, “alto”; un 23,81 %, “regular”, y el 42,85 %, “bajo”.

Acerca del ítem 2, el 14,29 % de estudiantes está en un nivel “muy alto”; el 23,81 %, “alto”; un 28,57 %, “regular”; mientras que el 33,33 %, “bajo”.

Por último, en el ítem 3, el 9,52 % alcanzó el nivel “muy alto”; un 19,05 %, “alto”; el 33,33 %, “regular”; finalmente, el 38,10 %, “bajo”.

Del análisis de la tabla 18, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “B”, según dimensión valores y símbolos e ítems; se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra, alcanzan un nivel “bajo”, con un 38,10 %.

Tabla 19

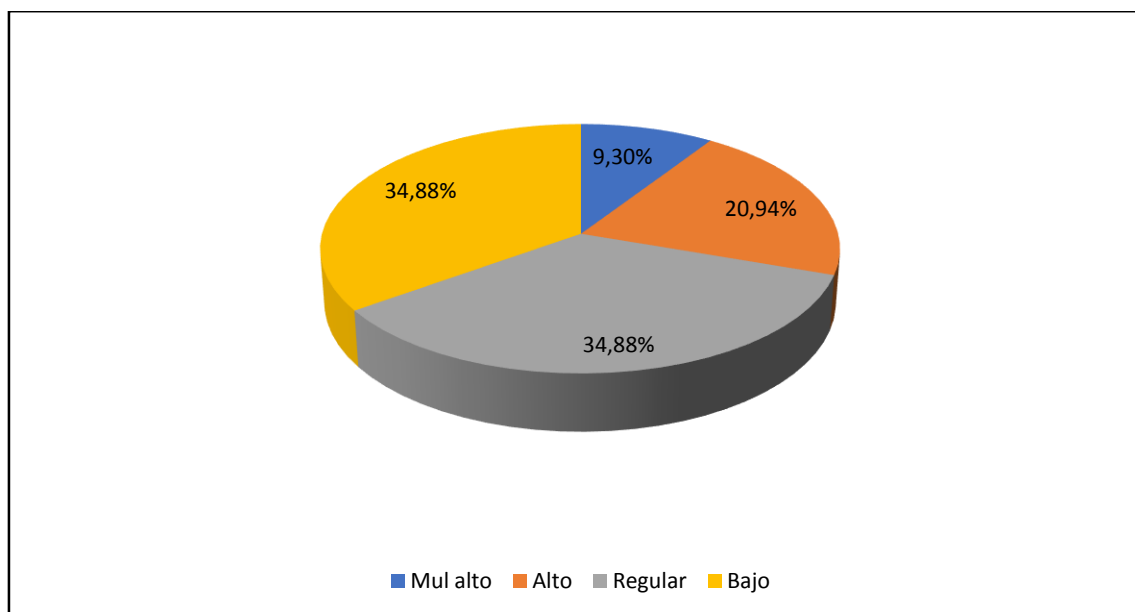
Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión: Étnica

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9,09	2	9,52	4	9,30
Alto	5	22,73	4	19,05	9	20,94
Regular	8	36,36	7	33,33	15	34,88
Bajo	7	31,82	8	38,10	15	34,88
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 11 y 15 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 19

Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión: Étnica



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 19.

Análisis e interpretación de la tabla 19

La tabla 19 hace referencia al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión étnica, en donde se aprecia que el 9,09 % de estudiantes del 4to año “A” alcanza un nivel “muy alto”; el 22,73 %, “alto”; un 36,36 %, “regular”, y el 31,82 %, “bajo”.

En lo concerniente a los estudiantes del 4to año “B”, el 9,52 % alcanza un nivel “muy alto”; el 19,05 %, “alto”; un 33,33 %, “regular”; mientras que el 38,10 %, “bajo”.

Concluyendo en análisis de la tabla 19, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión étnica, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular” y “bajo”, con un 34,88 %, corroborando la información de los resultados de las tablas anteriores.

Tabla 20

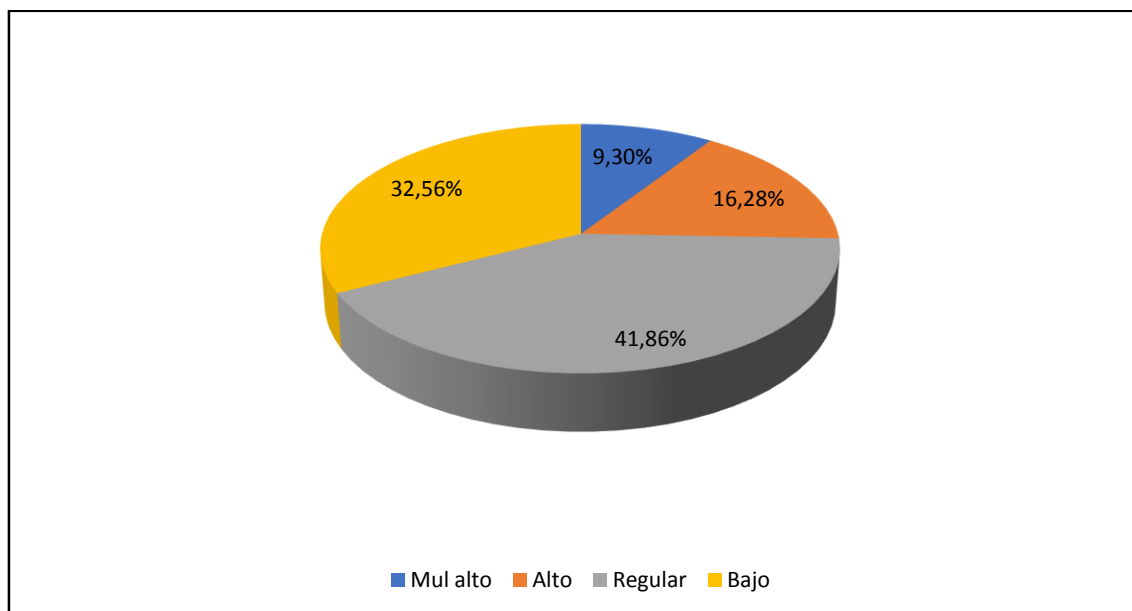
Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión: Idioma

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9,09	2	9,52	4	9,30
Alto	4	18,18	3	14,29	7	16,28
Regular	11	50,00	7	33,33	18	41,86
Bajo	5	22,73	9	42,86	14	32,56
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 12 y 16 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 20

Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión: Idioma



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 20.

Análisis e interpretación de la tabla 20

El nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión idioma, es el siguiente: El 9,09 % de los estudiantes del 4to año “A” alcanza el nivel “muy alto”; el 18,18 %, “alto”; un 50,00 %, “regular”, y el 22,73 %, “bajo”.

Con respecto al 4to año “B”, el 9,52 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto”; el 14,29 %, “alto”; un 33,33 %, “regular”; mientras que el 42,86 %, “bajo”.

Sintetizando el análisis de la tabla 20, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión idioma, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “regular”, con un 41,86 %, corroborando los datos establecidos en las tablas anteriores.

Tabla 21

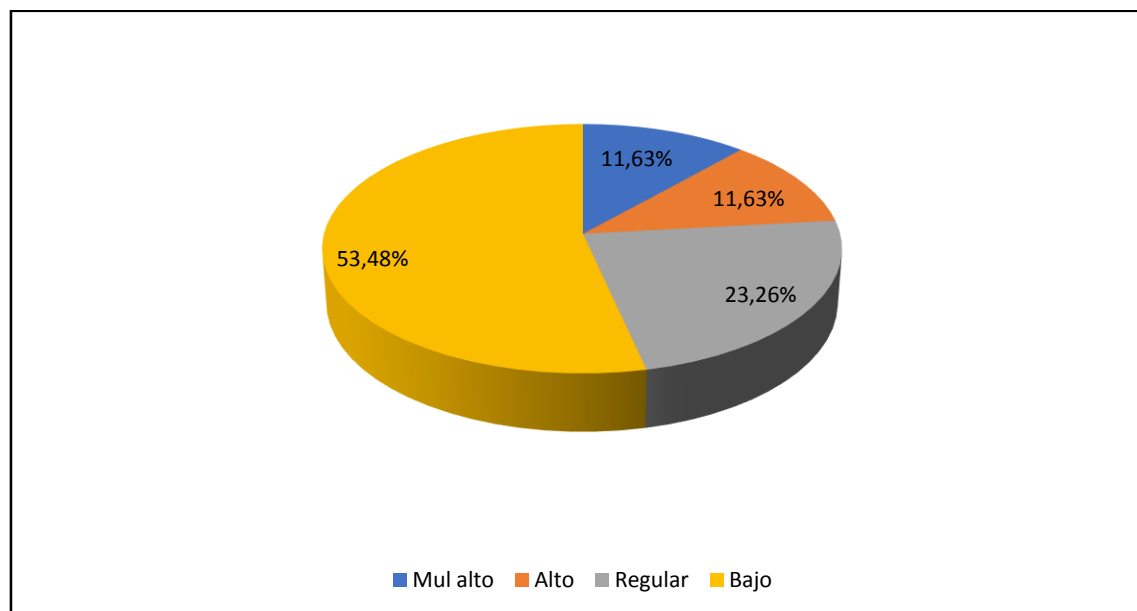
Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión costumbres y tradiciones

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	2	9,09	3	14,29	5	11,63
Alto	2	9,09	3	14,29	5	11,63
Regular	4	18,18	6	28,56	10	23,26
Bajo	14	63,64	9	42,86	23	53,48
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 13 y 17 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 21

Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión costumbres y tradiciones



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 21.

Análisis e interpretación de la tabla 21

La información de la tabla 21, sobre el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “a” y “b”, según dimensión costumbres y tradiciones, refiere que, en el 4to año “A”, el 9,09 % de los estudiantes alcanza el nivel “muy alto” y “alto”; un 18,18 %, “regular”, y el 63,64 %, “bajo”.

Con relación a los estudiantes del 4to año “B”, el 14,29 % alcanza el nivel “muy alto” y “alto”; un 28,56 %, “regular”; mientras que el 42,86 %, “bajo”.

En resumen, interpretando la tabla 21, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión costumbres y tradiciones, se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un 53,48 %.

Tabla 22

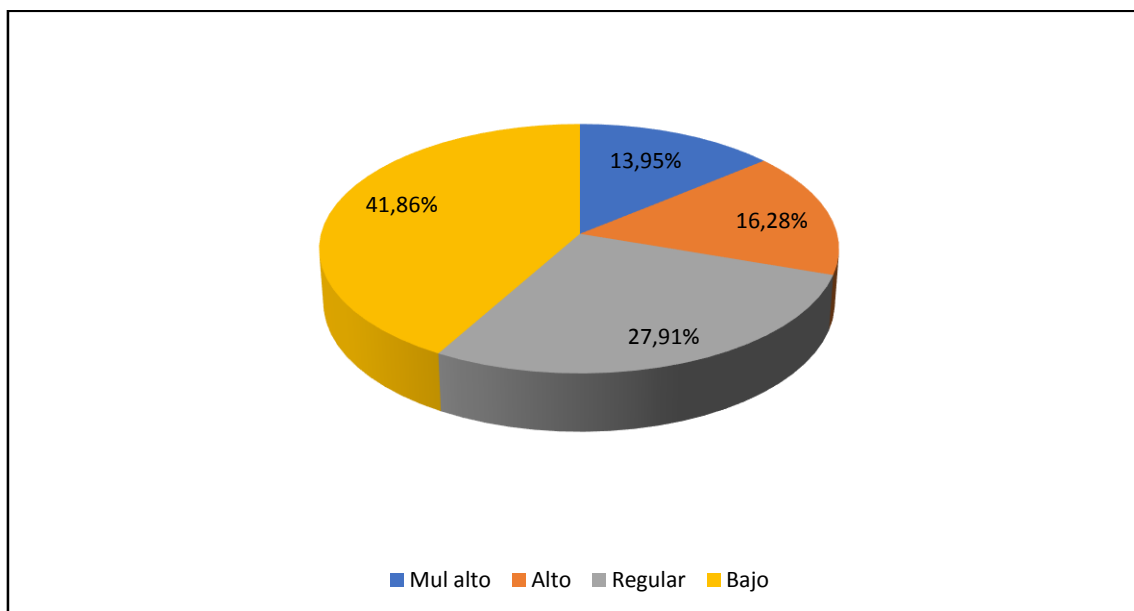
Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión valores y símbolos

Nivel	4to Año "A"		4to Año "B"		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	3	13,64	3	14,29	6	13,95
Alto	3	13,64	4	19,05	7	16,28
Regular	6	27,27	6	28,57	12	27,91
Bajo	10	45,45	8	38,10	18	41,86
TOTAL	22	100,00	21	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 14 y 18 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 22

Nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensión valores y símbolos



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 22.

Análisis e interpretación de la tabla 22

El nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valores y símbolos, es el siguiente: Los estudiantes del 4to año “A”, alcanzan el 13,64 %, ubicándose en un nivel “muy alto” y “alto”; un 27,27 %, “regular”, y el 45,45 %, “bajo”.

Con respecto al 4to año “B”, el 14,29 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto”; el 19,05 %, “alto”; un 28,57 %, “regular”; mientras que el 38,10 %, “bajo”.

Sintetizando el análisis de la tabla 22, con relación al nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensión valores y símbolos; se llega a la determinación de que los estudiantes de la muestra alcanzan un nivel “bajo”, con un 41,86 %, corroborando los datos establecidos en las tablas anteriores.

Tabla 23

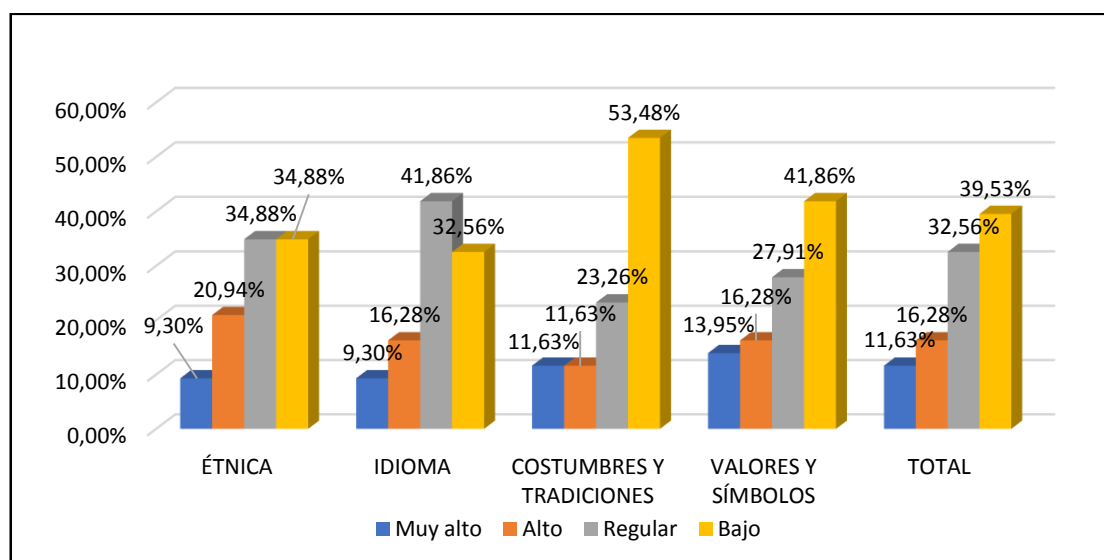
Consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensiones

Nivel de percepción de la identidad cultural	DIMENSIONES								TOTAL	
	Étnica		Idioma		Costumbres y tradiciones		Valores y símbolos			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	04	9.30	04	9.30	05	11.63	06	13.95	05	11.63
Alto	09	20.94	07	16.28	05	11.63	07	16.28	07	16.28
Regular	15	34.88	18	41.86	10	23.26	12	27.91	14	32.56
Bajo	15	34.88	14	32.56	23	53.48	18	41.86	17	39.53
TOTAL	43	100.00	43	100.00	43	100.00	43	100.00	43	100.00

Nota: Información consolidada de las tablas 19, 20, 21 y 22 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

Figura 23

Consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B", según dimensiones



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 23.

Análisis e interpretación de la tabla 23

Los datos de la tabla 23 hacen referencia al consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones. Haciendo mención a la dimensión étnica, se evidencia que el 9,30 % de los estudiantes alcanzan un nivel de “muy alto”; el 20,94 %, “alto”; el 34,88 %, “regular” y “bajo.”

Con respecto a la dimensión idioma, el 9,30 % de los estudiantes se ubica en un nivel “muy alto”; el 16,28, “alto”; el 41,86 %, “regular”; 32,56 %, “bajo”.

Sobre la dimensión costumbres y tradiciones, el 11,63 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto” y “alto”; un 23,26 %, “regular”; finalmente, el 53,48 %, “bajo”.

Por último, la dimensión valores y símbolos, el 13,95 % de estudiantes alcanza un nivel “muy alto”; el 16,28 %, “alto”; un 27,91 %, “regular”; finalmente, el 41,86 %, “bajo”.

En conclusión, la tabla 23, con relación al consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B” y sus dimensiones, se aprecia que es de un nivel “bajo”, alcanzando un 39,53 % del total de los estudiantes de la muestra.

Tabla 24

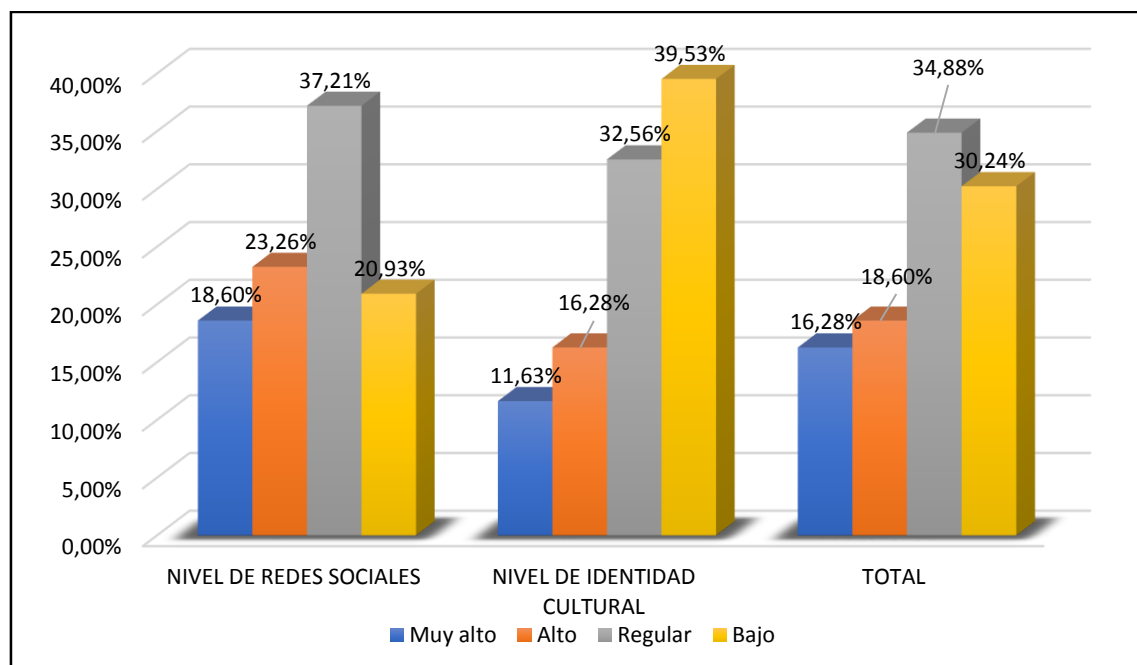
Relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B"

Relación	Nivel de redes sociales		Nivel de identidad cultural		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	08	18,60	05	11,63	07	16,28
Alto	10	23,26	07	16,28	08	18,60
Regular	16	37,21	14	32,56	15	34,88
Bajo	09	20,93	17	39,53	13	30,24
TOTAL	43	100,00	43	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 19 y 23 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra.

Figura 24

Relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año "A" y "B"



Nota: Corresponde a los datos de la tabla 24.

Análisis e interpretación de la tabla 24

La tabla 24, referente a la relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, refleja la información siguiente: Respecto al nivel de redes sociales de los estudiantes de la muestra, evidencia que un 18,60 % se ubica en un nivel “muy alto”; el 23,26 % , en un nivel “alto”; un 37,21 % , “regular” y el 20,93 %, “bajo”.

Con respecto al nivel de identidad cultural de los estudiantes, el 11,63 % alcanza un nivel “muy alto”; el 16,28 % se ubica en un nivel “alto”; el 32,56 %, “regular”, y por último, el 39,53 % se encuentra en un nivel “bajo”.

En conclusión, los resultados evidencian que los estudiantes del 4to año “A” y “B” de la Institución Educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali reflejan una relación significativa entre el nivel de uso de redes sociales con el nivel de identidad cultural; alcanzando un nivel “regular”, con el 34,88 % y un nivel “bajo” con el 30,24 %, respectivamente.

4.2 Contrastación de hipótesis

4.2.1. Verificación de la hipótesis específica “a”

“El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria de la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es regular”.

La presente hipótesis se verifica con los resultados de la tabla 10.

Tabla 25

Consolidado del nivel de uso de las redes sociales en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones

Nivel de uso de las redes sociales	DIMENSIONES						TOTAL	
	Utilidad de redes sociales		Contenido de redes sociales		Valoración de redes sociales		ni	hix100
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100		
Muy alto	08	18,60	06	13,95	08	18,60	08	18,60
Alto	11	25,58	09	20,93	10	23,26	10	23,26
Regular	17	39,54	15	34,89	17	39,54	16	37,21
Bajo	07	16,28	13	30,23	08	18,60	09	20,93
TOTAL	43	100,00	43	100,00	43	100,00	43	100,00

Nota: información consolidada de las tablas 7, 8 y 9 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra.

a) Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali no es regular.

Hipótesis alternativa

H_a: El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es regular.

b) Nivel de significación: Se elige 5%: $\alpha=0,05$

c) Prueba estadística: Chi cuadrado

$$\cdot \chi^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Donde:

$o_i = \text{Frecuencia observada}$

$e_i = \text{Frecuencia esperada}$

d) Cálculo Chi cuadrado crítico o de tabla con:

- ✓ Grados de libertad: $gl=(\text{Filas}-1) = (4-1) = 3$
- ✓ $\alpha=5\%$
- ✓ Resultado: Chi cuadrado de la tabla 7,814 (valor crítico)



e) Cálculo del estadístico

En el programa estadístico SPSS 25.0, se calculan los valores observados y esperados:

Nivel de redes sociales			
	N observado	N esperada	Residuo
Muy alto	8	10,8	-2,8
Alto	10	10,8	-,8
Regular	16	10,8	5,3
Bajo	9	10,8	-1,8
Total	43		

Estadísticos de prueba

Nivel de redes
sociales

Chi-cuadrado	8,605 ^a
gl	3
Sig. asintótica	,037

a. 0 casillas (0,0 %) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 10,8.

f) Decisión

Como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2 = 8,605$ es mayor al valor crítico 7,814 ($p\text{-valor} = 0,037$ es $< 0,05$), se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

Conclusión

Considerando el proceso estadístico aplicado, se concluye y acepta que el nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es de nivel regular.

4.2.2. Verificación de la hipótesis específica “b”

“El nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es bajo.”

La presente hipótesis se verifica con los resultados de la tabla 23.

Tabla 26

Consolidado del nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”, según dimensiones

Nivel de percepción de la identidad cultural	DIMENSIONES								TOTAL	
	Étnica		Idioma		Costumbres y tradiciones		Valores y símbolos			
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	04	9,30	04	9,30	05	11,63	06	13,95	05	11,63
Alto	09	20,94	07	16,28	05	11,63	07	16,28	07	16,28
Regular	15	34,88	18	41,86	10	23,26	12	27,91	14	32,56
Bajo	15	34,88	14	32,56	23	53,48	18	41,86	17	39,53
TOTAL	43	100,00	43	100,00	43	100,00	43	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 19, 20, 21 y 22 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra

a) Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali no es bajo.

Hipótesis alternativa

H_a: El nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es bajo.

b) Nivel de significación: Se elige 5 %: $\alpha=0,05$

c) Prueba estadística: Chi cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Dónde:

$o_i = \text{Frecuencia observada}$

$e_i = \text{Frecuencia esperada}$

d) Calculo Chi cuadrado crítico o de tabla con:

- ✓ Grados de libertad: $gl=(\text{Filas}-1) = (4-1) = 3$
- ✓ $\alpha=5 \%$
- ✓ Resultado: Chi cuadrado de la tabla 7,814 (valor crítico)



e) Cálculo del estadístico.

En el programa estadístico SPSS 25.0, se calculan los valores observados y esperados:

	N observado	N esperada	Residuo
Muy alto	5	10,8	-5,8
Alto	7	10,8	-3,8
Regular	14	10,8	3,3
Bajo	17	10,8	6,3
Total	43		

Estadísticos de prueba

	Nivel de identidad cultural
Chi-cuadrado	9,000 ^a
gl	3
Sig. asintótica	,029

a. 0 casillas (0,0 %) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 10,8.

f) Decisión

Como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2 = 9,000$ es mayor al valor crítico 7,814 (p-valor=0,029 es <0,05), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Conclusión

Se concluye que el nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es bajo.

4.2.3. Verificación de la hipótesis específica “c”

“El uso de las redes sociales se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali”.

La presente hipótesis se verifica con los resultados de la tabla 10 y 23.

- a. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El uso de las redes sociales no se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

Hipótesis alternativa

H_a: El uso de las redes sociales se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

Paso 2. Nivel de significación: Se elige 5 %: $\alpha=0,05$

Paso 3. Prueba estadística: Chi cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

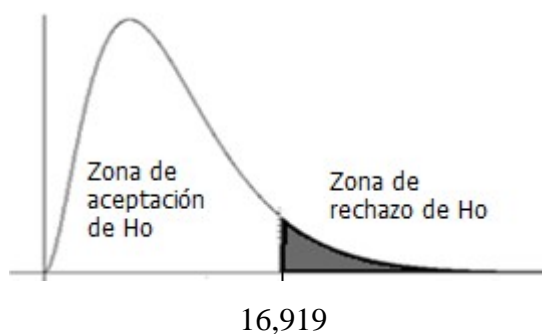
Dónde:

$o_i = \text{Frecuencia observada}$

$e_i = \text{Frecuencia esperada}$

Paso 4. Calculo Chi cuadrado crítico o de tabla con:

- ✓ Grados de libertad: $gl=(Filas-1)(Columna-1) = (3)(3) = 9$
- ✓ $\alpha=5 \%$
- ✓ Resultado: Chi cuadrado de la tabla 16,919 (valor crítico)



Paso 5. Cálculo del estadístico.

En el programa estadístico SPSS 25.0, se calculan los valores observados y esperados:

Relación entre el nivel de redes sociales y nivel de identidad cultural

		Nivel de identidad cultural				Total	
		Muy alto	Alto	Regular	Bajo		
Nivel de redes sociales	Muy alto	Recuento	5	3	0	0	8
		Recuento esperado	,9	1,3	2,6	3,2	8,0
	Alto	Recuento	0	4	6	0	10
		Recuento esperado	1,2	1,6	3,3	4,0	10,0
	Regular	Recuento	0	0	8	8	16
		Recuento esperado	1,9	2,6	5,2	6,3	16,0
	Bajo	Recuento	0	0	0	9	9
		Recuento esperado	1,0	1,5	2,9	3,6	9,0
Total	Recuento	5	7	14	17	43	
	Recuento esperado	5,0	7,0	14,0	17,0	43,0	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	56,839 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	63,677	9	,000
Asociación lineal por lineal	32,789	1	,000
N de casos válidos	43		

a. 14 casillas (87,5 %) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 93.

Paso 6. Decisión

Como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2 = 56,839$ es mayor al valor crítico 16,919 (p-valor=0,000 es $<0,05$), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Conclusión

Se concluye que las redes sociales se relacionan directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

4.2.4. Hipótesis general

“El Uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022”.

La presente hipótesis se verifica con los resultados de la tabla 24.

Tabla 27

Relación de resultados de los consolidados del nivel de uso de redes sociales y el nivel de percepción de la identidad cultural en los estudiantes del 4to año “A” y “B”

Relación	Nivel de redes sociales		Nivel de identidad cultural		TOTAL	
	ni	hix100	ni	hix100	ni	hix100
Muy alto	08	18,60	05	11,63	07	16,28
Alto	10	23,26	07	16,28	08	18,60
Regular	16	37,21	14	32,56	15	34,88
Bajo	09	20,93	17	39,53	13	30,24
TOTAL	43	100,00	43	100,00	43	100,00

Nota: Información consolidada de las tablas 19 y 23 del cuestionario aplicado a los estudiantes de la muestra.

b. Formulación de hipótesis

Hipótesis nula

H₀: El uso de las redes sociales no incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.

Hipótesis alternativa

H_a: El uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.

Paso 2. Nivel de significación: Se elige 5 %: $\alpha=0,05$

Paso 3. Prueba estadística: Chi cuadrado

$$\chi^2 = \sum \frac{(o_i - e_i)^2}{e_i}$$

Dónde:

o_i = Frecuencia observada

e_i = Frecuencia esperada

Paso 4. Calculo Chi cuadrado crítico o de tabla con:

- ✓ Grados de libertad: $gl=(Filas-1) = (4-1) = 3$
- ✓ $\alpha=5 \%$
- ✓ Resultado: Chi cuadrado de la tabla 7,814 (valor crítico)



Paso 5. Cálculo del estadístico.

En el programa estadístico SPSS 25.0, se calculan los valores observados y esperados:

Incidencia de redes sociales e identidad cultural

	N observado	N esperada	Residuo
Muy alto	7	10,8	-3,8
Alto	8	10,8	-2,8
Regular	15	10,8	4,3
Bajo	13	10,8	2,3

Total	43		
-------	----	--	--

Estadísticos de prueba

Incidencia de
Redes sociales
e Identidad
cultural

Chi-cuadrado	9,163 ^a
gl	3
Sig. asintótica	,000

a. 0 casillas (0,0 %) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 10,8.

Paso 6. Decisión

Como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2 = 9,163$ es mayor al valor crítico 7,814 (p-valor=0,000 es <0,05), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Conclusión

Se concluye que el uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022. Asimismo, al haberse confirmado las hipótesis específicas a), b) y c), queda aprobada y aceptada la hipótesis general.

4.3 Discusión

Alcívar Moreira y Yáñez-Rodríguez (2021, 44) sostienen que las redes sociales son positivas, puesto que, en muchas ocasiones, dan la oportunidad de que los niños/as, jóvenes, adolescentes e individuos se sientan integrados en algún grupo y cubren necesidades psicológicas básicas de los adolescentes, es decir, hacerse visibles, reafirmar la identidad ante el grupo, divertirse o estar conectados a los amigos.

Esta afirmación que favorece al empleo o en la integración por las redes sociales, no se reafirma plenamente con los resultados, producto de su contrastación, con la primera hipótesis específica planteada: “El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es regular”.

Una explicación válida podría sustentarse que dicha afirmación se refiere a algunos efectos positivos en los nuevos métodos de aprendizaje, pero que las redes sociales provocan efectos negativos, como la posibilidad de causar dependencia, (...) y su uso no controlado podría estar asociado a algunos trastornos psiquiátricos como las adicciones, como señalan Martín Critikián y Medina Núñez (2021, p. 62).

Los resultados encontrados en la presente investigación demuestran que el nivel de manejo de las redes sociales en el objeto de estudio es regular, confirmando la hipótesis formulada. Los datos presentados en la tabla indican que el 37,21 % de los estudiantes de las dos secciones investigadas alcanzan un nivel regular en el uso de redes; sin embargo, este comportamiento muestra una tendencia a mayor uso (23,26 % nivel alto y 18,60 % nivel muy alto). Esta información conduce a pensar en la progresiva penetración del programa informático, lo que, de hecho, a futuro constituirá una constante no favorable para el sostenimiento de la identidad cultural.

Sometida a verificación, mediante la prueba estadística del Chi cuadrado, la que presenta que el siendo el calculado $\chi^2 = 8,605$ es mayor al valor crítico 7,814 ($p\text{-valor} = 0,037$ es $< 0,05$), se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. En tal sentido, se llega a la conclusión que el nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad – Ucayali es regular.

Por otra parte, al haberse considerado que los adolescentes del objeto de estudio emplean diferentes redes sociales, destacando entre ellos el Facebook, el WhatsApp, el

YouTube, el TikTok, el Instagram, el Twitter, el LinkedIn, entre otros (Rodríguez, 2023), en líneas generales, se estaría afectando seriamente al nivel de identidad cultural, corroborando la afirmación de Hoyo Ñañez (2019) en el sentido que el uso de los contenidos de Facebook no contribuye a la identidad cultural, debido al nivel socioeconómico bajo, por lo que no poseen suficientes conocimientos respecto al uso correcto del Facebook causando la pérdida del interés por su identidad cultural.

En consecuencia, se hace necesario que los docentes de la institución asuman acciones para direccionar un uso correcto y adecuado de las redes sociales, a propósito de superar las influencias en la identidad cultural.

En cuanto a la segunda hipótesis específica, los resultados de la información procesada y presentada en la tabla 23 indican que el nivel de identidad cultural es bajo. El 39,53 % de los encuestados indica que no tienen mayor identificación con el terruño, idioma, costumbres y tradiciones, ni con los valores y símbolos propios de la comunidad en que se desarrollan. Un 32,56 % se ubican en el nivel regular y menores porcentajes en los niveles altos y muy altos. Este comportamiento conlleva a pensar en la presencia de rasgos identitarios no perdidos totalmente, por lo que los docentes deben asumir responsabilidad en su difusión y práctica.

El resultado estadístico, con un nivel de significación del 5 %, y como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2= 9,000$ es mayor al valor crítico 7,814 ($p\text{-valor}=0,029$ es $<0,05$), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que el nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali es bajo.

Este resultado se contrapone con lo afirmado por Brull-González (2021, 1123), quien reconoce que la identidad cultural es el reflejo y representación de una cultura ubicada espacialmente en un territorio y que se caracteriza no solo por los elementos que remiten al pasado, sino por todo aquello que remite a la identidad nacional; por tanto, encierran un significado y sentido de pertenencia.

Obviamente que el resultado demanda, según sugiere Martínez (2023, 37), que “las instituciones educativas tienen la finalidad de afirmar, realizar y adaptar los educandos a los elementos objetivos de la cultura y la sociedad. Es decir, la escuela se convierte en una institución que reproduce, afirma y confirma los elementos culturales y

las interacciones del cuerpo social. La escuela se convierte en la institución o agente social que perpetúa la cultura”.

Referente a la tercera hipótesis que busca determinar si las redes sociales se relacionan directamente con la identidad cultural, los resultados que se presentan en las tablas 10 y 23 permiten concluir afirmativamente, es decir, afirmar que las variables mencionadas están directamente relacionadas. Se confirma tal resultado con la aplicación de la prueba estadística del Chi cuadrado que como el valor Chi cuadrado calculado $\chi^2=56,839$ es mayor al valor crítico 16,919 (p-valor=0,000 es <0,05), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa; por tanto, se concluye que el uso de las redes sociales se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

Con la información verificada y presentada en la tabla 10, se ha confirmado que el nivel de uso de redes sociales es regular; mientras que, en la tabla 23, se ha confirmado que el nivel de identidad cultural es bajo. En razón a este comportamiento, se concluye que, a regular nivel de uso de redes sociales, bajo nivel de identidad cultural.

Según Lardies y Victoria Potes (Lardies, 2022), “las redes sociales tienen influencia en la construcción de la identidad y, dependiendo del uso que cada adolescente haga de ellas, servirá como recurso o se presentará como obstáculo” (p. 12). De allí que se parte aceptando que la construcción de la identidad es un proceso complejo, abierto y flexible, producto de la interacción social. En tal sentido, los hallazgos encontrados en el presente trabajo, al verificar que el nivel de identidad cultural es bajo, estaría indicando que las redes sociales no ejercen mayor influencia en su conformación o construcción.

Por otro lado, los resultados demuestran oposición moderada a la información presentada por Sánchez Martínez, Ontaneda Andrade y Sandoya Valdiviezo (2019), quienes sostienen que “cada pueblo o grupo étnico que habita un país lleva implícito valores culturales y tradicionales que lo hace único. Estos valores abarcan la riqueza de costumbres, lenguas, bienes espirituales, simbólicos, estéticos, tecnológicos y prácticas culinarias de cada uno de los pueblos que conforman un país, erigiéndose desde el punto de vista étnico-cultural como la herencia ancestral que da cuenta de los aportes de determinado grupo étnico a la historia de la comunidad, y que en su diversidad conforman

la identidad de una nación, pues los diferentes modos de vida de las personas agrupadas en un contexto social, los distinguen de otros grupos sociales”.

En consecuencia, se puede afirmar que las redes sociales, si bien se relacionan con la identidad cultural, en el objeto de estudio no son totalmente efectivas. Lo señalado anteriormente, se corrobora con la afirmación de Corredor, Pinzón y Guerrero (2011), quienes sostienen que los medios digitales, en particular las redes sociales, han modificado la forma en que se producen la interacción interpersonal y la expresión de la identidad individual. Tal afirmación refuerza lo planteado en la hipótesis general, como se verá más adelante.

La hipótesis general fue formulada en el sentido siguiente: El uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022. El resultado contenido en la tabla 24 indica que la incidencia alcanza un nivel “regular” con el 34,88 %, y un nivel “bajo” con el 30,24 %, respectivamente; sin embargo, debe reconocerse que el 34,88 % califica como de nivel alto a muy alto, contrariamente al de nivel bajo. Este resultado conlleva a reconocer una incidencia significativa de la variable uso de redes sociales con el nivel de identidad cultural.

Sometido a verificación estadística, con un nivel de significancia del 5 % y la prueba estadística Chi cuadrado y considerando el valor calculado $\chi^2= 9,163$ es mayor al valor crítico 7,814 (p-valor=0,000 es <0,05), se decide rechazar la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. En ese entender, se concluye que el uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022. Asimismo, al haberse confirmado las hipótesis específicas a), b) y c), queda aprobada y aceptada la hipótesis general.

Tentando interpretar este resultado, partimos de aceptar que entender el concepto de "regular nivel de redes sociales" y "bajo nivel de identidad cultural" puede implicar un análisis de cómo una persona o comunidad interactúa y se relaciona en línea y cómo estas interacciones están influenciadas por su identidad cultural. En esa línea de análisis, un "regular nivel de redes sociales" podría entenderse como un uso moderado y equilibrado de estas plataformas, donde las personas interactúan de manera responsable y consciente, y un "bajo nivel de identidad cultural" podría significar que una persona o comunidad

tiene una conexión más débil o menos arraigada con su cultura o que se encuentra en un proceso de pérdida de la misma.

En todo caso, comprender esta relación o incidencia guarda cierta semejanza con los resultados de la investigación efectuada por Arévalo Cabrera, Henríquez Coronel y Erazo Álvarez (2022, 153) quienes afirman que el avance de la tecnología ha llegado a tener una incidencia directa en la identidad del adolescente y mucho más si sabe que a esta edad el individuo se encuentra en construcción constante de su personalidad, lo que le permitirá desenvolverse en la sociedad y ser parte de ella.

De manera coincidente, Tuzel y Hobbs (2017) sostienen que las redes sociales y otros entornos virtuales tienen el potencial de jugar un papel importante a la hora de cultivar la curiosidad intelectual y desarrollar una voz cívica junto con el aprendizaje sobre personas y culturas de todo el mundo (p. 65).

En todo caso, probablemente, debido al ámbito geográfico y al nivel de desarrollo socioeconómico, las redes sociales muestran un impacto poco o regularmente sensible en el objeto materia de estudio. Sin embargo, no omite reconocer que, como dicen Olives Rosales (2018) y Rubio Civantos (2022), las redes sociales influyen en la identidad cultural de los jóvenes y se configuran como un elemento fundamental de integración en la sociedad donde se presenta.

Conclusiones

1. Se ha comprobado, tanto mediante el análisis e interpretación de la información, así como con la verificación de hipótesis, que el uso de las redes sociales incide directa y significativamente en la identidad cultural. Si bien es cierto que el nivel es regular, no implicar rechazar su presencia y menos desconocer el rol que desempeña en la alteración o modificación de la concepción particular y colectiva de las características de la cultura popular de la comunidad.
2. La información procesada y verificada reconoce que el nivel de utilización de las redes sociales por las unidades de análisis es regular. Factores de distanciamiento de las urbes y otros factores generalmente de carácter socioeconómico estarían influenciando tanto en el conocimiento del manejo propiamente dicho de los equipos o aparatos móviles, como en el mantenimiento de relaciones interpersonales.
3. Se ha aceptado que el nivel de identidad cultural de los estudiantes de la muestra es bajo. Tal resultado podría desprenderse por la influencia o incidencia de empleo y práctica mediante las redes sociales; sin embargo, se aprecia una proyección a que dicho nivel sea mayor, es decir, la identidad cultural sea más afectada, perdiendo, en consecuencia, los vínculos de pertenencia, idioma, usos, costumbres, tradiciones y valores.
4. Finalmente, se ha comprobado la existencia de una relación significativa entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali durante el año 2022.

Recomendaciones

1. La Dirección de la Institución Educativa, mediante eventos de capacitación o rondas de diálogo con docentes y estudiantes, debe recomendar un mejor uso de las redes sociales de manera que no se pierda o se incida en el deterioro y pérdida de la identidad cultural.
2. La Dirección debe propender al cultivo de las manifestaciones tradicionales de la comunidad a propósito de recuperar la identidad y fomentar en el estudiante el respeto y valoración de la cultura popular de su pueblo.
3. Los docentes deben encaminar a los estudiantes hacia la comprensión y fortalecimiento del espíritu de su pueblo de manera que pueda afrontar exitosamente los embates de la modernidad expresadas mediante las redes sociales.

Referencias bibliográficas

- Acibeiro, M. (2023). ¿Qué son las redes sociales y para qué sirven?
<https://es.godaddy.com/blog/que-son-las-redes-sociales-y-para-que-sirven/>
- Aguirre Baztan, A. (2004). *La cultura de las organizaciones*. <https://doi.org/Ariel>
- Alcívar Alcívar, A. (2020, 11). Usos educativos de las principales redes sociales: el estudiante que aprende mientras navega. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1-14. <https://doi.org/>
<https://doi.org/10.21855/ecociencia.70.294>
- Alcívar-Moreira, A. y.-R. (2021, 44). Las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes de educación básica media. *Polo del Conocimiento*, 6(4), 40-53,. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i4.2537>
- Araujo Castillo, R. Y. (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*. Título de Segunda Especialidad, Universidad Naacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Arequipa.
<https://repositorio.unsa.edu.pe/items/e9f9b6a1-1b74-4520-871f-3ab3a0dfc841/full>
- Arévalo Cabrera, L. C. (2022, 153). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes. *Explorador Digital*, 6(3), 149-165.
<https://doi.org/><https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Arévalo Cabrera, L. C. (2022, 153). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Explorador Digital*, 6(3), 49-165.
<https://doi.org/><https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>
- Astorga-Aguilar, C. y.-F. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 339-362.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15359/ree.23-3.17>
- Berrío Ramírez, L. (2020). *Efecto del uso de redes sociales en la identidad y cultura de sus consumidores: análisis sistemático de literatura*. Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá. <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/6d7e5cc6-ed5c-4585-bbd9-cb237d3dfcb6/content>
- Brull-González, M. (2021, 1123). Método híbrido para determinar los símbolos de identidad del patrimonio universitario. *Maestro y Sociedad*, 1120-1136.
<file:///C:/Users/PC/Downloads/delasmercedes,+art.+21.pdf>
- Cabero-Almenara, J., Perez-Diez de los Rios, J. L. y Valencia-Ortiz, R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Convergencia*, 27.
<https://doi.org/><https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>
- Cabezas, E. y Andrade, D. Y. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Calderón-Garrido, D. y.-F. (2022). Explorando adopciones, finalidades y usos de las redes sociales en el ámbito educativo desde la perspectiva de Usos y Gratificaciones. *ula*

- Abierta. Universidad de Oviedo*, 51(1), 667-74.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17811/rifie.51.1.2022.67-74>
- Calva Nagua, D. G. (2019). Las redes sociales y las relaciones interpersonales de las nuevas generaciones. *Conrado*, 15(66), 31-37.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000100031
- Cestino González, E. (2020). Aproximación al estudio de la estrategia de comunicación de las universidades andaluzas en LinkedIn. *+Ambitos. Revista Internacional de comunicación*(48), 148-170.
https://doi.org/https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/99931/Aproximacion_al_estudio_de_la_estrategia_de_comunicacion_de_las_universidades_andaluzas_en_LinkedIn_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cicilia, M. P. (2021). *Marketing en redes sociales*. Alpha Editorial S.A. y ESIC Editorial.
- Contreras, I. (2022). *Valores culturales: qué son, importancia y lista de ejemplos de rasgos o aspectos culturales*. <https://www.cinconoticias.com/valores-culturales/>
- Corredor, J. y Pinzón, O. Y. (2011). Mundo sin centro: cultura, construcción de la identidad y cognición en la era digital. *Revista de Estudios Sociales*, 44-56.
<https://journals.openedition.org/revestudsoc/6570#:~:text=Las%20redes%20sociales%20est%C3%A1n%20dise%C3%B1adas,tokens%20asociados%20a%20la%20identidad.>
- Cortés, M. e. (2004). *Generalidades sobre metodología de investigación*. Universidad Autónoma del Carmen .
- Espín León, A. (2020). *Caracterización y cuantificación de la identidad cultural: aplicación a la cultura indígena amazónica*. Universidad de Alicante.
- Espinosa de Rivero, O. (2009). Ciudad e identidad cultural. ¿Cómo se relacionan con lo urbano los indígenas amazónicos peruanos en el siglo XXI? *Bulletin de l'Institut français d'études andines (En línea)*, 38(1), 47-59.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4000/bifea.2799>
- Fernández Soria, J. (2020). Identidad cultural y derecho a la educación. *Contextos Educativos. Revista De Educación*(26), 23-39. <https://doi.org/https://doi.org/10.18172/con.4445>
- Fuentes Cancell, D. E. (2021). Las redes sociales digitales: una valoración socioeducativa. Revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 41-52. <https://doi.org/https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.v23.i1.11947>
- Galván-Doria, C. (2021). Preservación de la lengua Guajiba en estudiantes de la etnia Zenú y su construcción de identidad. *Revista eleuthera*, 23(1), 59-82.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17151/eleu.2021.23.1.4>
- Garza Leal, E. y. (2015, 578). Modelo pedagógico para desarrollar la identidad cultural. *Humanidades Médicas* 2015;15(3):562-581, 15(3), 562-581.
<https://www.medigraphic.com/pdfs/hummed/hm-2015/hm153k.pdf>
- Gil-Fernández, R. C.-G.-G.-P. (2019, 76). Comparativa del uso educativo de las redes sociales. *Aloma. Revista de Psicología, Ciències de l'Eduació i de l'Esport*, 37(2), 75-81.
<https://doi.org/file:///C:/Users/PC/Downloads/371846-Text%20de%20l'article-535821-1-10-20200713.pdf>

- Gómez Gómez, A. (2019). Identidad cultural y globalización. *Revista de Filosofía Odos*, 8(10), 67-75.
- Gonzalez, W. (2023). *Facebook: ¡todo sobre la red social más usada en el mundo!*
<https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>
- Guitar, M. V. (2011). Identidad étnica y autoestima en jóvenes indígenas y mestizos. *Acta Colombiana de Psicología*, 14(1).
https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-91552011000100009#:~:text=En%20este%20sentido%2C%20se%20entiende,lo%20lar go%20del%20desarrollo%20humano.
- Hernández Ramírez, G. (2019, 25). Genealogía del concepto de cultura en la antropología. *Revista de Historia, Patrimonio, Arqueología y Antropología Americana*(1), 22-37.
<http://rehpa.net/ojs/index.php/rehpa/article/view/5/3>
- Hoyo Ñañez, P. (2019). *Uso del contenido de Facebook en la Identidad Cultural de los estudiantes del 5to. año de la I.E 2077, Comas, 2019*. Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77869/Hoyos_%c3%91PL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jaimes-Barrera, S. y. (2021). Las redes sociales en la educación. *XIKUA Boletín Científico de la Escuela Superior de Tlahuelilpan*, 9(18), 22-25.
<https://doi.org/https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/xikua/issue/archiv e>
- Lardies, F. y. (2022). Redes sociales e identidad: ¿desafío adolescente? *Avances En Psicología*, 30(1), e2528., 30(1), 1-17.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528>
- Llonch, E. (2021). *¿Qué son las redes sociales y cuáles son las más importantes?* Cyberclick:
<https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-son-las-redes-sociales-y-cuales-son-las-mas-importantes>
- López Cruz, I. y. (2014). *El patrimonio y las personas: símbolos e identidad cultural como elementos claves para la educación*.
https://www.academia.edu/9944099/El_patrimonio_y_las_personas_s%C3%ADmbolos_e_identidad_cultural_como_elementos_claves_para_la_educaci%C3%B3n
- López de Ayala, M. V.-V. (2020). Hábitos y actitudes de los jóvenes ante las redes sociales: influencia del sexo, edad y clase social. *Profesional de la información*, 9(6), 1-13.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.04>
- López-Mero, P. (2017). Los patrones culturales predominantes en las familias del sitio cárcel, una mirada desde el trabajo social. *Polo del Conocimiento*, 2(9), 156-166.
<https://doi.org/10.23857/pc.v2i9.467>
- Lozano Díaz, A. G. (2020). YouTube como recurso didáctico en la Universidad. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 9(2), 159-180.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i2.12051>

- Macahuachi, L. M. (2019, 114). Identidad e Interculturalidad de la Comunidad Shipibo-Conibo en Cantagallo Lima. *Scientific Journal of Education –EDUSER*, 6(3), 113-123.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18050/eduser.v6i3.2326>
- Maestro, R. (2018). *Cultura y elementos culturales*.
<https://connectingculturaldiversity.com/cultura/cultura-elementos-culturales/>
- Marín-Díaz, V. V.-G. (2019). Determinación del uso problemático de las redes sociales por estudiantes universitarios. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 135-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23289>
- Marroquín Contreras, M. (2022). Las tradiciones, las costumbres y el patrimonio cultural de Guatemala . *Revista Guatemalteca de Cultura*, 2(1), 31-39.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46954/revistaguatcultura.v2i1.18>
- Martín Critikián, D. y. (2021, p. 62). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76., 11, 55-76.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Martínez Hernández, L. (2014, 71). *Virtualidad, ciberespacio y comunidades virtuales*. Red Durango de Investigadores Educativos, A. C.
- Martínez, N. I. (2023, 37). Identidad cultural y educación. *Día-logos*(8), 33–40.
<https://doi.org/https://doi.org/10.5377/dialogos.v1i8.15656>
- Martínez-Rolán, X. T.-O. (2018, 1617). Instagram como red de promoción e hipermediación del turismo rural: el caso de Aldeias Históricas. *Comunicación Social*, (74), 1610–1632.(74), 1610-1632. <https://doi.org/https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1401>
- Mejía, M. (2020). M-Learning: Uso, características, ventajas y desventajas. *Revista Tecnológica-Educativa Docentes 2.0*, 8(1), 50-52. <https://ojs.docentes20.com/index.php/revista-docentes20/article/view/80/236>
- Melgar Mendoza, M. (2021). *Uso del Facebook e identidad social en alumnos de la Institución Educativa “Don José de San Martín”, Huaura*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión , Lima, Huacho.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5288/MARIELLA%20MAYRA%20MELGAR%20MENDOZA.pdf?sequence=1>
- Mendo, J. (2013). *Educación e identidad cultural*.
<https://aulaintercultural.org/2013/04/29/educacion-e-identidad-cultural/>
- Milenium. (s. f.). *Milenium*. <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-internet.html>
- Ministerio de Cultura. (2015). *Política Nacional de Transversalización del enfoque de Interculturalidad*.
https://www.congreso.gob.pe/Docs/CoordAfroperuana/files/normativas/politica_nacional_de_transversalizacion_del_enfoque_intercultural.pdf
- Ministerio de Cultura. (s. f.). *Qué es el patrimonio cultural*.
[https://doi.org/https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/\\$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf](https://doi.org/https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf)

- Montes-Vozmediano, M. P.-N. (2020, 50). Smartphone y redes sociales: una aproximación a los usos, vulnerabilidades y riesgos durante la adolescencia. *Revista Espacios*, 41(48), 44-59. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n48p04>
- Moquillaza-Alcántara, V, y. R.-C. (2019). ¿Es posible impactar en la salud mediante redes sociales y podremos confiar en la información que transmiten? *Revista Internacional Salud Materno Fetal*, 4(3), 29-30. file:///C:/Users/PC/Downloads/111-Texto_Trabajo_Manuscrito-259-1-10-20191129%20(1).pdf
- Morduchowicz, R. (2010). *Los adolescentes y las redes sociales*. Ministerio de Educación (Argentina).
- Morduchowicz, R. (2022). *Los adolescentes y las redes sociales*. FCE.
- Olives Rosales, 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*. Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27011/1/Tesis%20Nohelia%20Ninoska%20Olives%20Rosales.pdf>
- Palao Pedrón, J. y. (2020). *El futuro crecimiento de las redes sociales: Instagram, Facebook y TikTok*. Universidad de Alicante. <https://doi.org/https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/107734>
- Pardo, L. y. (2020). *Las redes sociales virtuales y el impacto en la identidad cultural en el distrito de Huánuco*. Tesis de Licenciatura, Universidad Naciona Hermilio Valdizan, Huánuco, Huánuco. <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6125/TS0C00108P26.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rodríguez Cruz, J. B. (2019, 4). Lengua, lenguaje e identidad cultural. *Revista HISTEDBR On-line*, 1-15. https://doi.org/https://www.cervantes.es/imagenes/file/biblioteca/situacion_espanol/cuba_espanol.pdf
- Rodríguez Soriano, M. (2020). Identidad, cultura y etnicidad: una aproximación teórica. Apuntes acerca de la problemática sociocultural e identitaria de los latinos en Estados Unidos. *Revista Novedades en Población*, 15(32), 212-241. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782020000200212
- Rodríguez, D. (2023). *Redes sociales más usadas: ¿Cuáles son?* Skydropx: <https://blog.skydropx.com/redes-sociales-mas-usadas/>
- Rojas, J. y. (2020, 110). Reflexiones metodológicas en investigación educativa. En V. S. Ciro Javer Moncada, *Etnografía educativa virtual* (págs. 107-149). Ediciones USTA, Colombia.
- Ron, J. (1997). *Sobre el concepto de cultura*. IADAP.
- Rubio Civantos, L. (2022). *Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes*. Tesis de Grado, Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/136496/1/PER_RUBIOCIVANTOS_TFG.pdf?sequence=1

- Salas Bustos, D. (2020). Enseñanza remota y redes sociales: estrategias y desafíos para conformar comunidades de aprendizaje. *Revista Andina de Educación*, 4(1), 36-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312816.2021.4.1.5>
- Sánchez Carlessi, H. y Reyes Romero, C. y. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.
- Sánchez Martínez, H. O. (2019). *Práctica y conservación de costumbres y tradiciones culturales en jóvenes*. <https://doi.org/https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/05/conservacion-costumbres-tradiciones.html>
- Serapio-Jerónimo, M., E.J, G.-H. y Morales-Flores, F. y. (2018). Identificación étnica como elemento para fomentar el desarrollo socioeconómico de una comunidad. *Agroproductividad*, 11(9), 75-80. <https://doi.org/https://www.revista-agroproductividad.org/index.php/agroproductividad/issue/view/94>
- Tuzel, S. &. (2017). El uso de las redes sociales y la cultura popular para una mejor comprensión intercultural. *Comunicar*, 25(51), 63-72. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15850360006.pdf>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.

Anexos



INSTITUCIÓN EDUCATIVA SANTA ROSA B



ALUMNOS DE LA INSTITUCION EDUCATIVA



ALUMNOS COMPLETANDO LA ENCUESTA



CULMINANDO LA ENCUESTA EN EL 4TO AÑO

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método	Instrumentos
<p>Problema general ¿Hasta qué punto la utilización de redes sociales incide en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022?</p> <p>Problemas específicos a. ¿En qué grado utilizan redes sociales los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali? b. ¿Cuál será el grado de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali?</p>	<p>Objetivo General Determinar la incidencia entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, 2022.</p> <p>Objetivos específicos a. Registrar el nivel de utilización de las redes sociales en los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali. b. Identificar el nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.</p>	<p>Hipótesis general: El uso de las redes sociales incide significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad -Ucayali, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas a. El nivel de utilización de las redes sociales de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la Provincia de Padre Abad - Ucayali, es regular. b.El nivel de identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre</p>	<p>V.I: Redes sociales</p> <p>V.D: Identidad cultural</p>	<p>Utilidad de las redes sociales</p> <p>Contenidos de las redes sociales</p> <p>Valoración de las redes sociales</p> <p>Identitaria o étnica</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Interactuar con amistades. - Desarrollar tareas escolares - Entretenimiento y juegos - Cultural, económico, político, social, científicos - Costumbres, creencias tradiciones populares - Situación emocional de profesores y estudiantes - Ansiedad, desesperación, malhumor - Necesidad de conexión con redes - Orgullo de pertenencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Enfoque cuantitativo. - Tipo de estudio básico - Diseño no experimental, descriptivo correlacional, de corte transversal. - Población alcanza a 203 estudiantes de los cinco grados o años de estudio; - Muestra: 43 estudiantes de 4to año de educación secundaria. muestra es no probabilística - Técnica: encuesta, instrumento: Instrumento: cuestionario estructurado - Programa estadístico: 	Encuesta

<p>c. ¿Cuál es el nivel de correspondencia entre la utilización de redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali?</p>	<p>c. Establecer la relación entre el uso de las redes sociales y la identidad cultural de los estudiantes de 4to. año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.</p>	<p>Abad - Ucayali es bajo. c. El uso de las redes sociales se relaciona directamente con la identidad cultural de los estudiantes de 4to año de educación secundaria en la I. E. Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.</p>		<p>Idioma</p> <p>Costumbres y tradiciones</p> <p>Valores y símbolos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación con costumbres y tradiciones - Uso de idioma nativo - Necesidad de aprendizaje de idioma - Orgullo por idioma - Identificación con costumbres, tradiciones - Participación en festividades - Respeto a costumbres y tradiciones populares - Historia y tradición - Moral y valores populares - Conocimientos ancestrales 	<p>Chi cuadrado, utilizando como herramienta al Excel y estadístico SPSS 25</p>	
---	--	--	--	---	--	---	--

CUESTIONARIO SOBRE REDES SOCIALES

Estimado(a) estudiante:

El presente proyecto de investigación consiste en evaluar el *uso de las redes sociales* en estudiantes del 4to año de educación secundaria de la institución educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali. Tiene como finalidad analizar la percepción de los estudiantes que poseen en su centro educativo.

Información general:

Año de estudios:

Sección: A () B ()

Instrucciones:

Lee atentamente las siguientes preguntas y marque una “X” en el recuadro que mejor crea conveniente, según el cuadro de valoración:

Valores	Siempre (4)	Casi siempre (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)
Niveles	Muy alto	Alto	Medio	Bajo

No.	Dimensiones/Ítems	Escala de valoración			
		4	3	2	1
	DIMENSIÓN: UTILIDAD DE REDES SOCIALES				
1	Me sirven para conversar con los amigos.				
2	Los uso para compartir y desarrollar tareas escolares.				
3	Los uso para obtener nuevos conocimientos.				
4	Los uso para conectarme con gente que vive lejos y hacer nuevas amistades.				
5	Me sirve para entretenimiento y juegos.				
	DIMENSIÓN: CONTENIDO DE REDES SOCIALES				
6	Noticias de actualidad nacional e internacional.				
7	Deportes o noticias deportivas nacionales e internacionales.				
8	Situación económica-social y política del país y el mundo.				
9	Últimos avances en el campo científico en el Perú y el mundo.				
10	Costumbres, creencias, tradiciones populares del pueblo.				
	DIMENSION: VALORACIÓN DE REDES SOCIALES				
11	Siento la necesidad de estar conectado(a) a las redes sociales.				
12	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.				
13	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.				
14	Cuando estoy en clase sin conectarme a las redes sociales, me siento aburrido(a).				
15	Me siento desconectado(a) de las costumbres y tradiciones de mi pueblo.				

Gracias por tu colaboración

Fiabilidad del instrumento sobre redes sociales

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	15	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,896	15

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Me sirven para conversar con los amigos	31,00	45,000	,136	,892
Los uso para compartir y desarrollar tareas escolares	30,67	39,952	,804	,866
Los uso para obtener nuevos conocimientos	30,60	43,971	,371	,899
Los uso para conectarme con gente que vive lejos y hacer nuevas amistades	30,73	42,495	,485	,879
Me sirve para entretenimiento y juegos	30,87	39,838	,570	,875
Noticias de actualidad nacional e internacional	30,80	40,457	,560	,875
Deportes o noticias deportivas nacionales e internacionales	30,93	37,067	,888	,959
Situación económica-social y política del país y el mundo	30,87	39,410	,696	,869
Últimos avances en el campo científico en el Perú y el mundo	30,80	40,314	,668	,871
Costumbres, creencias, tradiciones populares del pueblo	30,87	40,838	,540	,876
Siento la necesidad de estar conectado(a) a las redes sociales	31,07	40,924	,648	,872
Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales	30,80	38,171	,808	,933
Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales	31,33	46,238	,005	,897
Cuando estoy en clase sin conectarme a las redes sociales, me siento aburrido(a)	31,00	42,857	,314	,887

Me siento desconectado(a) de las costumbres y tradiciones de mi pueblo	30,60	38,829	,698	,869
--	-------	--------	------	------

CONCLUSION: La prueba piloto practicada a 15 encuestados arroja un coeficiente alfa de Cronbach de 0,896, el cual es mayor al valor mínimo tolerable 0,700; por lo que se concluye que el cuestionario sobre **REDES SOCIALES**, aplicado a los estudiantes del 4to año de educación secundaria de la institución educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, **ES CONFIABLE** para los fines de la presente investigación.

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Quispe García, Gladys Nilda
 1.2. Grado Académico: Mag. en Administración de la Educación
 1.3. Profesión: Profesora
 1.4. Institución donde labora: I.E.E. "Caranal Bolnesi"
 1.5. Cargo que desempeña: Aserora de Ciencias
 1.6. Denominación del Instrumento: Redes Sociales
Cuestionario
 1.7. Autor del Instrumento: Walter Percy Huancasa por la Quispe

II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					4	25
SUMATORIA TOTAL					29	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 29
 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR NO FAVORABLE
 3.3. Observaciones: _____

Tacna, 16 de Mayo de 2022

Firma


 Gladys Quispe G.
 00444532

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): PEREZ CERNA DEL TONILLO L
 1.2. Grado Académico: MAESTRO
 1.3. Profesión: LICENCIADA EN EDUCACION
 1.4. Institución donde labora: I.E. UGEL TACNA
 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE DE AULA
 1.6. Denominación del Instrumento: CUESTIONARIO SOBRE P.E.D.S. SOCIALES
 1.7. Autor del Instrumento: WALTER PERCY HUANCAPAZ COUSIRE

II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					4	25
SUMATORIA TOTAL					29	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 29
 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____ NO FAVORABLE _____
 3.3. Observaciones: _____

Tacna, de Julio de 2022


Firma

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Basurco Chambilla, Ana Patricia
- 1.2. Grado Académico: Doctora en Adm. de la educación
- 1.3. Profesión: docente - Lic. en Educación
- 1.4. Institución donde labora: I.F.E. "Coronel Bolognesi"
- 1.5. Cargo que desempeña: Profesor por horas
- 1.6. Denominación del Instrumento: Redes Sociales (Cuestionario)
- 1.7. Autor del Instrumento: Walter Percy Huancasapaza Quiroga

II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL		28				

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: _____

Tacna, 16 de Mayo de 2022

Firma


Ana Basurco Ch.
DNI 00490895

CUESTIONARIO SOBRE IDENTIDAD CULTURAL

Estimado(a) estudiante:

El presente cuestionario tiene por finalidad recabar información sobre la percepción de la *identidad cultural* en los estudiantes del 4to año de educación secundaria de la Institución Educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali.

Información general:

Año de estudios:

Sección: A () B ()

Instrucciones:

Lee atentamente las siguientes preguntas y marque una “X” en el recuadro que mejor crea conveniente, según el cuadro de valoración:

Valores	Siempre (4)	Casi siempre (3)	Casi nunca (2)	Nunca (1)
Niveles	Muy alto	Alto	Medio	Bajo

No.	Dimensión/ítems	Escala de valoración			
		4	3	2	1
	DIMENSIÓN: ÉTNICA				
1	Me siento contento de mi origen provinciano.				
2	Asisto a las festividades sociales, culturales, deportivas y religiosas de mi pueblo.				
3	Me identifico con mi raza porque los heredé de mis padres.				
	DIMENSIÓN: IDIOMA				
4	Siento interés por aprender a escribir y hablar alguna lengua originaria de mi pueblo.				
5	Considero que aprender y hablar una lengua originaria es importante.				
6	Me considero defensor de mi lengua nativa.				
	DIMENSIÓN: COSTUMBRES Y TRADICIONES				
7	Siento interés por conocer y escuchar la música, danza, canto y poesía de mi comunidad nativa.				
8	Me gusta participar en las festividades religiosas, sociales y culturales que organizan en mi pueblo.				
9	Me identifico con las expresiones de arte, formas de vestir y usos de los grupos sociales nativos.				
	DIMENSIÓN: VALORES Y SÍMBOLOS				
10	Me interesa conocer la historia y tradición de mi pueblo.				
11	Me identifico con la moral y los valores pertenecientes a la cultura de mi lugar de origen.				
12	Me interesa conocer más las herramientas y símbolos del grupo cultural al que pertenezco.				

Gracias por tu valiosa colaboración

Fiabilidad del instrumento sobre identidad cultural

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,877	12

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Me siento contento de mi origen provinciano.	30,67	32,667	,290	,813
Asisto a las festividades sociales, culturales, deportivas y religiosas de mi pueblo.	30,93	34,495	,147	,889
Me identifico con mi raza porque los heredé de mis padres.	31,07	33,210	,247	,815
Siento interés por aprender a escribir y hablar alguna lengua originaria de mi pueblo.	31,00	31,143	,640	,790
Considero que aprender y hablar una lengua originaria es importante.	30,67	29,381	,768	,878
Me considero defensor de mi lengua nativa.	31,07	28,638	,801	,874
Siento interés por conocer y escuchar la música, danza, canto y poesía de mi comunidad nativa.	30,93	32,638	,392	,805
Me gusta participar en las festividades religiosas, sociales y culturales que organizan en mi pueblo.	30,93	29,210	,662	,783
Me identifico con las expresiones de arte, formas de vestir y usos de los grupos sociales nativos.	31,07	30,495	,566	,892
Me interesa conocer la historia y tradición de mi pueblo.	30,80	33,314	,274	,812

Me identifico con la moral y los valores pertenecientes a la cultura de mi lugar de origen.	31,13	32,695	,281	,814
Me interesa conocer más las herramientas y símbolos del grupo cultural al que pertenezco.	30,93	33,067	,233	,818

CONCLUSIÓN: La prueba piloto practicada a 15 encuestados arroja un coeficiente alfa de Cronbach de 0,877, el cual es mayor al valor mínimo tolerable 0,700; por lo que se concluye que el instrumento sobre **IDENTIDAD CULTURAL**, aplicado a los estudiantes del 4to año de educación secundaria de la institución educativa Santa Rosa - B de la provincia de Padre Abad - Ucayali, **ES CONFIABLE** para los fines de la presente investigación.

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): *Basurco Chambilla, Ana Patricia*
- 1.2. Grado Académico: *Docente en Adm. de la educación*
- 1.3. Profesión: *Docente Lic. en Educación*
- 1.4. Institución donde labora: *I. E. E. "Coronel Bolognesi"*
- 1.5. Cargo que desempeña: *Profesor por horas*
- 1.6. Denominación del Instrumento: *Identidad Cultural (Ucayali)*
- 1.7. Autor del Instrumento: *Walter Percy Huancapaza Quispe*

II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MOY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MOY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL					8	28

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28
- 3.2. Opinión: FAVORABLE DEBE MEJORAR NO FAVORABLE
- 3.3. Observaciones: _____

Tacna, 16 de Mayo de 2022

Ana Patricia Basurco

Firma Ana Basurco Ch.
DNI 00490895

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Quispe García, Gladys Ninfa
 1.2. Grado Académico: Mag. en Administración de la educación
 1.3. Profesión: Profesora
 1.4. Institución donde labora: I.E.E. "Coronel Bolognesi"
 1.5. Cargo que desempeña: Asesora de Ciencias
 1.6. Denominación del Instrumento: Identidad Cultural
Cuestionario
 1.7. Autor del Instrumento: Walter Percy Huancapaza Quispe


II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL				28		

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28
 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____ NO FAVORABLE _____
 3.3. Observaciones: _____

Tacna, 16 de Mayo de 2022

Firma 
 Gladys Quispe G.
 00444532

OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): PEREZ CERNADES, Yanilda I
 1.2. Grado Académico: maestra
 1.3. Profesión: Licenciada en Educación
 1.4. Institución donde labora: E.F. UCEL-TACNA
 1.5. Cargo que desempeña: Docente de aula
 1.6. Denominación del Instrumento: CUESTIONARIO SOBRE IDENTIDAD CULTURAL
 1.7. Autor del Instrumento: Walter Percy Huancayán Causa

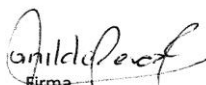
II. EVALUACIÓN: indicadores de evaluación del instrumentos

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS Sobre los ítems de instrumento	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					X
2. OBJETIVIDAD	Están expresado en conductas observables, medibles					X
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
6. SUFICIENCIA	Son suficiente la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
SUMATORIA PARCIAL					8	20
SUMATORIA TOTAL					28	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

- 3.1. Valoración total cuantitativa: 28
 3.2. Opinión: FAVORABLE X DEBE MEJORAR _____ NO FAVORABLE _____
 3.3. Observaciones: _____

Tacna, de Julio de 2022


 firma