

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO BENEDICTO XVI

ESCUELA DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN
INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA UNIVERSITARIA**



USO DE REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TRUJILLO, 2019

**Tesis para obtener el grado académico de
MAESTRO EN INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

AUTORES

Br. Freddy Joe Poma Luna Victoria

Br. Rosa María Pérez Rivero

ASESORA

Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Socialización del conocimiento con las tecnologías de la información y comunicación

TRUJILLO, PERÚ

2020

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Excmo. Mons. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, O.F.M.

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller de la
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

R.P. Dr. Juan José Lydon Mc Hugh, O.S. A.
Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta
Vicerrectora académica

Dr. Carlos Alfredo Cerna Muñoz PhD.
Vicerrector de Investigación

Dra. Carmen Consuelo Díaz Vásquez
Decana de la Facultad de Humanidades

R. P. Dr. Alejandro Preciado Muñoz
Director de la Escuela de Posgrado

Mg. Andrés Cruzado Albarrán
Secretario General

CONFORMIDAD DE ASESORA

Yo, Silvia Ana Valverde Zavaleta con DNI N° 32840525, asesora de la Tesis de Maestría titulada: “USO DE REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE TRUJILLO, 2019”, presentado por los maestrandos Freddy Joe Poma Luna Victoria, con DNI N° 45816540 y Rosa María Pérez Rivero, con DNI N° 42384277, informo lo siguiente:

En cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de la Escuela de Posgrado de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, en mi calidad de asesora, me permito conceptuar que la tesis reúne los requisitos técnicos, metodológicos y científicos de investigación exigidos por la escuela de posgrado.

Por lo tanto, el presente trabajo de investigación está en condiciones para su presentación y defensa ante un jurado.

Trujillo, 25 de noviembre de 2020



.....
Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta
Asesora

DEDICATORIA

Al hombre más fuerte del mundo, mi padre,
y a la mujer de mi vida, mi hija.

Freddy Joe Poma Luna Victoria

A mi hija, a mi madre, a mi hermana y a mi
padre, quien desde el cielo me ve.

Rosa María Pérez Rivero

AGRADECIMIENTO

A la doctora Silvia Valverde, guía y maestra durante todo este trabajo.

A la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, por su apoyo institucional.

A quienes siempre estuvieron de nuestro lado.

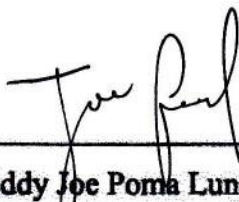
Los autores

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Freddy Joe Poma Luna Victoria, con DNI 45816540, y Rosa María Pérez Rivero, con DNI 42384277, egresados de la Maestría en Investigación y Docencia Universitaria de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, damos fe de que hemos seguido rigurosamente los procedimientos académicos y administrativos que exige la Escuela de Posgrado de la citada universidad para la elaboración y sustentación de la tesis titulada *Uso de redes sociales y rendimiento académico de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad privada de Trujillo, 2019*, la que consta de un total de 52 páginas, en las que se incluyen 7 tablas y 7 figuras, más un total de 6 páginas en apéndices y/o anexos.

Dejamos constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaramos, bajo juramento, en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a nuestra autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizamos que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de nuestra entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 20 %, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.



Freddy Joe Poma Luna Victoria
DNI 45816540



Rosa María Pérez Rivero
DNI 42384277

ÍNDICE

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
Capítulo I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Formulación de objetivos	3
1.3.1 Objetivo general	3
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	4
Capítulo II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.2 Bases teórico-científicas	10
2.3 Definición de términos básicos	23
2.4 Formulación de la hipótesis	24
2.4.1 Hipótesis general	24
2.4.2 Hipótesis específicas	24
2.5 Operacionalización de variables	25
Capítulo III: METODOLOGÍA	27
3.1 Tipo de investigación	27
3.2 Método de investigación	27
3.3 Diseño de investigación	27
3.4 Población, muestra y muestreo	27
3.5 Técnicas e instrumentos de recojo de datos	28
3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	29
3.7 Ética investigativa	29
Capítulo IV: RESULTADOS	30
	vii

4.1 Presentación y análisis de resultados	30
4.2 Prueba de hipótesis	33
4.3 Discusión de resultados	40
Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	45
5.1 Conclusiones	45
5.2 Recomendaciones	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS Y/O APÉNDICES	53

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS

Tabla 1: Nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	30
Tabla 2: Nivel de rendimiento académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	32
Tabla 3: Uso de las redes sociales más populares y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	33
Tabla 4: Uso recreativo de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	34
Tabla 5: Satisfacción con el uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	36
Tabla 6: Frecuencia de uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	37
Tabla 7: Uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	39

FIGURAS

Figura 1: Nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	31
Figura 2: Nivel de rendimiento académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	32
Figura 3: Uso de las redes sociales más populares y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	34
Figura 4: Uso recreativo de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	35
Figura 5: Satisfacción con el uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	37
Figura 6: Frecuencia de uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	38
Figura 7: Uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019	39

RESUMEN

El presente trabajo tiene como propósito establecer la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes del curso de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, en el 2019. Esta investigación es de tipo no experimental, se vale del método cuantitativo, tiene un diseño descriptivo correlacional y es de corte transversal. La población está conformada por los 49 estudiantes matriculados en esta asignatura; debido al tamaño de la población, se trabajó con todos los integrantes. En la aplicación, se utilizó una escala de Likert con 19 preguntas, para analizar el uso de las redes sociales, y el registro de notas, para el rendimiento académico; luego, con los datos obtenidos, se estableció una relación. Según los resultados, el uso de las redes sociales se relaciona de manera inversa y significativa con el rendimiento académico, puesto que el coeficiente de correlación de Sperman es $R_{ho} = -0.778$, menor al 1 % (tabla 7). Por ello, se recomienda el uso estratégico y pedagógico de las redes sociales en el ámbito académico, así se convierten en herramientas potenciadoras del proceso de enseñanza-aprendizaje y no en elementos perturbadores de este.

Palabras clave: rendimiento académico, uso de redes sociales, Facebook, Instagram, YouTube.

ABSTRACT

This work aims to establish the relationship between the use of social networks and the academic performance of the students of the Photography I subject in Communication Sciences of the Universidad Privada Antenor Orrego, in 2019. This research is non-experimental, uses the quantitative method, has a descriptive correlational design, and is cross-sectional. The population is made up of the 49 students enrolled in this subject; due to the size of the population, we worked with all of them. In the application, a Likert scale with 19 questions was used to analyze the use of social networks, and the record of grades for academic performance; then, with the data obtained, a relationship was established. According to the results, the use of social networks is inversely and significantly related to academic performance, since the Spearman correlation coefficient is $R_{ho} = -0.778$, less than 1% (Table 7). Therefore, the strategic and pedagogical use of social networks in the academic field is recommended, thus becoming an empowering tool of the teaching-learning process and not a disturbing element.

Keywords: academic performance, use of social networks, Facebook, Instagram, YouTube.

Capítulo I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La concepción de red social como un sistema creado por los seres humanos, en el que se encuentra un conjunto de personas con características comunes y fines más o menos parecidos, delimitadas por un tiempo y espacio específicos (Madariaga, Abello y Sierra, 2014) se ha extendido gracias a las posibilidades que ofrece la internet. Hoy en día, se conoce como redes sociales a las plataformas digitales interactivas que permiten la adhesión de cualquier persona capaz de registrar sus datos e interactuar en estas. Las redes sociales son una consecuencia de la internet 2.0, que no es otra cosa que el cambio de la internet tradicional, que servía básicamente de plataforma de búsqueda de información y de intercambio de correspondencia virtual, a las características propias de la internet como la conocemos ahora: la extensión de los procesos sociales humanos a los entornos virtuales. De esta manera, la realidad virtual se parece cada vez más a la cotidianidad (Durango, 2014).

En el contexto internacional, hay investigaciones que sostienen que el uso de las redes sociales son una ventaja para la educación formal, debido a las características que poseen, como la independencia y la autonomía de sus usuarios; incluso la falta de herramientas educativas concretas en las plataformas no especializadas resulta una ventaja para el aprendizaje y no una desventaja (De Haro, 2010). En esa orilla se sitúan quienes aseguran que, si bien es cierto que las redes sociales implican un riesgo de adicción, con un uso correcto también significan la posibilidad de crear nuevas maneras de llevar el proceso de enseñanza-aprendizaje (Muñoz, Fragueiro y Ayuso, 2019). Por este mismo camino, un estudio sobre la efectividad de los MOOC explica que la socialización a través de redes, en el entorno digital, favorece el proceso de enseñanza-aprendizaje, pues reduce el índice de abandono y facilita el cumplimiento de los objetivos del programa formativo (Castaño, Maíz y Garay, 2015). Sin embargo, también existen opiniones disonantes al respecto, puesto que Arab y Díaz (2015) aseguran que el rendimiento académico sí se ve afectado negativamente por el uso de redes sociales. Otro estudio afirma que el rendimiento académico de los estudiantes se puede ver afectado no directamente por el uso de las redes sociales, pero sí por otros factores, como el ciberacoso, que es ejercido a través de las redes sociales (Giménez, Maquilón y Arnaiz, 2014).

En el Perú, los estudios de los últimos años evidencian cuáles son las tendencias en el uso de las redes sociales y cómo influyen estas en la vida cotidiana de las personas. Según Arévalo (2013), por ejemplo, el uso de las redes sociales sí impacta negativamente en el comportamiento de los adolescentes. En la misma línea, Arones y Barzola (2018) relacionan el uso de las redes sociales como un factor de adicción en los estudiantes universitarios; en este sentido, impacta negativamente en su rendimiento académico. Otros trabajos recientes indican que el uso de las redes sociales no influye negativamente en el rendimiento académico y que, por lo contrario, lo favorece, puesto que los universitarios suelen usarlas también con propósitos de estudio. Sin embargo, sí influyen en otros factores que pueden hacer que el alumno desaprobe una materia, por ejemplo, en la cantidad de inasistencias a clases (Ticona, 2016).

En nuestra localidad, en el ambiente académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, los jóvenes son cada vez más activos en las redes sociales, no solo porque sea la forma más extendida de comunicarse en esta época, sino porque, por la naturaleza de su carrera, están explorando distintas maneras de comunicar nuevos mensajes, al mismo tiempo que buscan nuevo contenido que satisfaga sus necesidades, tanto de entretenimiento como de información y aprendizaje. En conversaciones con los docentes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, ellos coinciden en que el uso de redes sociales y la tecnología implica un reto en el proceso educativo profesional, debido a que en muchos casos implica una distracción adicional, debido a que representa una nueva oportunidad para explorar actividades socializadoras que restan tiempo al quehacer académico. La asignatura de Fotografía I pertenece al primer ciclo de la carrera y es el primer contacto que tienen los estudiantes con los conocimientos propios del campo profesional en el que se desarrollan. Dada la naturaleza de esta materia, que implica un contacto visual con el mundo exterior y siendo la fotografía una representación de una parte de la realidad, los alumnos buscan estímulos visuales en el mundo exterior, pero también en el mundo digital.

Siendo las redes sociales un entorno digital que forma parte de la realidad de estos estudiantes, tendrán implicancia en su desempeño en esta asignatura. Estas redes son fuentes inagotables de estímulos visuales y de todo tipo; por ello, se vuelve trascendente definir la naturaleza de la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Qué relación hay entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es el nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

¿Cuál es el nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

¿Qué relación existe entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

¿Qué relación existe entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

¿Qué relación existe entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?

1.3. Formulación de objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

Establecer el nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

Establecer el nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

Establecer la relación entre el uso de las redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

Establecer la relación entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

Establecer la relación entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I, de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, en el 2019.

Establecer la relación entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I, de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, en el 2019.

1.4. Justificación de la investigación

Este trabajo se justifica por los criterios que se detallan a continuación:

- **Conveniencia:** Los resultados de este trabajo benefician a los docentes, quienes a partir de estos resultados podrán encontrar nuevas maneras de establecer metodologías y técnicas para enriquecer la experiencia de enseñanza-aprendizaje con sus alumnos.
- **Relevancia social:** Esta investigación permitirá a los miembros de la sociedad, en especial a los estudiantes, tener alcances precisos sobre del uso de las redes

sociales y cómo pueden estos relacionarse, favorable o desfavorablemente, con su rendimiento académico.

- **Implicancias prácticas:** Las conclusiones de este trabajo ofrecerán información valiosa que puede ser aprovechada por los miembros de la comunidad universitaria con el propósito de establecer lineamientos y nuevas formas de favorecer el aprendizaje.
- **Valor teórico:** A partir de los resultados de este estudio se podrá corroborar, implementar o refutar la información teórica vigente que explica la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico.
- **Utilidad metodológica:** El instrumento que se propone en el presente trabajo representa un aporte metodológico, debido a que, al estar validado y ser confiable, servirá para futuras investigaciones que profundicen en este y otros problemas semejantes.
- **Factibilidad:** El presente trabajo es realizable y viable, debido a que contamos con los recursos necesarios para llevarlo a cabo y obtener información veraz que permita enriquecer el conocimiento científico.

Capítulo II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

De Doleck y Lajoie, (2017), el artículo de investigación *Social networking and academic performance: A review*, perteneciente a la revista *Education and Information Technologies*. Los autores concluyen que el objetivo fue centrarse en la literatura que vincula el uso de las redes sociales y el rendimiento académico. Ellos revisaron veintitrés estudios para alcanzar una comprensión acumulada y coherente para ayudar a guiar el debate y mover los esfuerzos dirigidos a desbloquear la mecánica de este enlace. Para su pregunta guía, ¿cuál es el vínculo entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico?, la revisión destaca la incapacidad de los investigadores, hasta ahora, de llegar a una respuesta acorde relacionada con la naturaleza exacta del vínculo examinado. Los investigadores en esta corriente emergente de trabajo aún no han alcanzado un consenso, lo que puede ser una función de la coyuntura exploratoria temprana de esta beca y/o la complejidad de este fenómeno. Los autores coinciden con Kirschner y Karpinski (2010), quienes señalan que «la investigación de este fenómeno es difícil debido a las metodologías involucradas y la definición y medición de las variables de interés» (p. 1240). Además, existe una falta de comprensión matizada de los mecanismos explicativos de la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico, por lo que se solicitan análisis específicos adicionales que se basan en el reconocimiento de las limitaciones de la beca existente. Una conclusión clave de nuestra revisión, entonces, es que, a pesar de las contribuciones de los estudios existentes, el desacuerdo en la beca ofrece enormes oportunidades para una mayor investigación teórica y empírica para ayudar a impulsar la comprensión de este fenómeno.

De Pavón (2015), la tesis *El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del Instituto San José, El Progreso, Yoro-Honduras*, presentada para obtener el grado de maestro, perteneciente a la Universidad Rafael Landívar, en Guatemala. El autor concluye que, en relación a los datos obtenidos, se estableció que el principal dispositivo de acceso al internet y las redes sociales utilizado por los estudiantes es el teléfono celular; en segundo lugar, los estudiantes prefieren la computadora y, por último, acceden a las redes sociales a través de las

tablets u otros dispositivos electrónicos. De igual manera se determinó que la mayoría de los estudiantes poseen un plan de internet residencial y que el tiempo promedio en que los estudiantes navegan en las redes sociales es de 3.42 horas: las mujeres, por su parte, dedican una media de 3.74 horas diarias; mientras que los varones le dedican en promedio 3.15 horas diarias a las redes sociales. En cuanto al número de redes sociales que poseen los estudiantes, la gran mayoría tiene más de tres cuentas, mientras que pequeño segmento de la muestra posee entre una y dos cuentas en redes sociales. Por último, en cuanto al uso de las redes sociales dentro del aula y la variable rendimiento académico, se pudo notar que sí existe diferencia significativamente estadística entre los que utilizan las redes dentro del aula para fines no educativos y su rendimiento académico; se puede concluir que los alumnos que usan las redes en el aula para fines no educativos tienen un rendimiento académico inferior con respecto a quienes no las utilizan.

A nivel nacional

De Loo (2019), la tesis *Uso de redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología en la Universidad Continental de Huancayo, 2018*, presentada para obtener el grado de maestro, perteneciente a la Universidad Peruana de Ciencias e Informática, en Lima. La autora concluye que no existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el rendimiento académico en los estudiantes de Psicología de la Universidad Continental de Huancayo. Además, tampoco existe relación significativa entre la adicción a las redes sociales y el rendimiento académico en los estudiantes de Psicología de la Universidad Continental de Huancayo. De la misma manera, no existe relación significativa entre los hábitos en el uso de redes sociales y el rendimiento académico en los estudiantes de Psicología de la Universidad Continental de Huancayo. Por último, no existe relación significativa entre el uso excesivo del Facebook y en el rendimiento académico en los estudiantes de Psicología de la Universidad Continental de Huancayo.

De Dávila (2019), la tesis *Redes sociales y rendimiento académico en los estudiantes del quinto año de educación secundaria de la institución educativa Rafael Díaz, Moquegua, 2018*, presentada para obtener el grado de maestro, perteneciente a la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. La autora

concluye que las redes sociales se relacionan con el rendimiento académico de los estudiantes de la institución educativa Rafael Díaz, pues se cuenta con evidencias estadísticas suficientes para determinar que existe una relación significativa baja entre las redes sociales y el rendimiento académico. Asimismo, con respecto al nivel de uso o frecuencia de uso de las redes sociales obtenido, el 62,2 % de los estudiantes ingresan diariamente a las redes sociales y un 14,3% lo hacen varias veces a la semana; de esto se concluye que la mayoría de estudiantes está pendiente de lo que sucede en las redes sociales. Además, las redes sociales son un espacio de socialización, pues el 70,6% de los estudiantes considera que estas son distractores en su vida académica. Por último, el nivel de rendimiento académico de los estudiantes de la institución educativa Rafael Díaz es aceptable; se entiende por esto que estas redes sociales pueden convertirse en coadyuvante del éxito de los estudiantes si se aprovechan como oportunidad para el crecimiento y la mejora del desempeño académico y posterior desempeño laboral; sin embargo, también pueden representar lo contrario.

De Paniora (2018), la tesis *Redes sociales y rendimiento académico en el área de comunicación, VII Ciclo, I.E. N° 0169, San Juan de Lurigancho, 2016*, presentada para obtener el grado de maestro, perteneciente a la Universidad César Vallejo, en Lima. La autora concluye que existe relación significativa entre las redes sociales con el rendimiento académico en el área de comunicación en los estudiantes del cuarto y quinto de secundaria de la institución educativa N.º 0169, de San Juan de Lurigancho, pues el coeficiente de correlación rho de Spearman muestra una relación moderada positiva $r_s = 0,513$, con un $p_valor = 0,000 < 0,05$, donde el nivel de percepción de los estudiantes del cuestionario de redes sociales está en un nivel medio con un 63,6 % y en el registro de actas de evaluación del aprendizaje del área de comunicación están en nivel bajo con 53,5 %. Además, hay una relación significativa entre las redes sociales, en su dimensión estructural, con el rendimiento académico en el área de comunicación en los estudiantes, pues la percepción de estos en el cuestionario de redes sociales en la dimensión estructural es de un nivel medio del 64.3 %. Asimismo, se halló una relación significativa entre la dimensión funcional de las redes sociales y el rendimiento académico, pues la percepción de los estudiantes en el cuestionario de redes sociales, en su dimensión funcional, es del 79.1 %. Por último, se afirma que hay relación significativa entre las redes

sociales en su dimensión atributos de vínculo con el rendimiento académico, pues la percepción de estos en el cuestionario de redes sociales, en su dimensión atributos de vínculo, es baja, de un 60.5 %.

De Valencia (2018), la tesis *Las redes sociales virtuales y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes de Administración del III ciclo en el curso de Contabilidad Financiera, de la Universidad Nacional de Cañete*, presentada para obtener el grado de doctor, perteneciente a la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, en Lima. La autora concluye que el uso de las redes sociales virtuales influye significativamente en los efectos producidos en el rendimiento académico, pues existe una diferencia favorable significativa entre el pretest y el posttest, lo que indica la eficacia del programa experimental. Además, las redes sociales virtuales influyen significativamente en el factor personal asociado al rendimiento académico, debido a que existe una diferencia favorable significativa entre el pretest y el posttest, lo cual indica la eficacia del programa experimental. Asimismo, el uso de las redes sociales virtuales influye significativamente en las estrategias de aprendizaje y técnicas de estudio asociada al rendimiento académico, ya que existe una diferencia favorable significativa entre el pretest y el posttest, lo que indica la eficacia del programa experimental. Finalmente, el uso de las redes sociales virtuales influye significativamente en el contexto universitario asociado al rendimiento académico, porque existe una diferencia significativa favorable entre el pretest y el posttest, lo que indica la eficacia del programa experimental.

De Cortez (2018), la tesis *El uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico de los alumnos del cuarto grado del nivel secundario de la institución educativa n.º 88036 Mariano Melgar, 2015*, presentada para obtener el grado de licenciado, perteneciente a la Universidad Nacional del Santa, en Chimbote. El autor concluye que se identificó que los alumnos usan sus redes sociales más de cuatro veces por semana (30 %), mientras que el 43 % accede a su red social dos horas diarias y el 17 %, más de tres horas diarias; por lo tanto, los alumnos acceden a sus redes sociales de forma excesiva y sin el control de sus padres. A la vez, se identificó que el 67 % de los alumnos se encuentra en un nivel de proceso en cuanto a su rendimiento académico; por esto, la gran mayoría de alumnos tiene un rendimiento regular en cuanto a sus aprendizajes, que se debe al

uso excesivo o irresponsable de sus redes sociales. Finalmente, se logró establecer la relación entre las variables, uso de las redes sociales y rendimiento académico, a través de la correlación de Pearson; esto dio como resultado un valor $r_{xy}=0,525$, que significa que la relación es relativamente positiva, o sea que existe una tendencia hacia el uso de las redes sociales que puede afectar el rendimiento académico de los alumnos.

De Cabrera (2017), la tesis *Relación del uso de las redes sociales y la inteligencia emocional con el rendimiento académico de los estudiantes de Psicología de la Universidad César Vallejo, 2015*, presentada para obtener el grado de doctor, perteneciente a la Universidad César Vallejo de Lima. La autora concluye que el uso de las redes sociales y la inteligencia emocional se relacionan positivamente con el rendimiento académico de los estudiantes del segundo ciclo de la Escuela Académica Profesional de Psicología de la Universidad Cesar Vallejo (UCV); además, existe relación positiva y significativa entre las variables con un grado de correlación muy alta. Por otro lado, el uso de las redes sociales se relación positiva y significativa con el rendimiento académico de los estudiantes; además, existe relación positiva y significativa entre las variables con un grado de correlación muy alta. Por último, la inteligencia emocional tiene una relación positiva alta con el rendimiento académico de los estudiantes; además, existe relación positiva y significativa entre las variables con un grado de correlación muy alta.

A nivel local

De Arones y Barzola (2018), la tesis *Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología de la Universidad Alas Peruanas (Ayacucho, 2018)*, presentada para obtener el grado de maestro, perteneciente a la Universidad César Vallejo de Trujillo. Las autoras concluyen que los resultados indican que la adicción a redes sociales es moderada y el rendimiento académico está en proceso; por lo tanto, la adicción a las redes sociales se relaciona directa, positiva y débilmente con el rendimiento académico de los estudiantes del VI ciclo de la Escuela Profesional de Psicología de la Universidad Alas Peruanas de Ayacucho. Por otro lado, la obsesión por las redes sociales es de nivel leve y el rendimiento académico está en procesos igualmente; por ello, la obsesión por las redes sociales se relaciona directa, positiva y débilmente con el rendimiento

académico de los estudiantes. Asimismo, la falta de control por las redes sociales es de nivel bajo y el rendimiento académico está en proceso; de acuerdo con esto, la falta de control por las redes sociales se relaciona directa, positiva y débilmente con el rendimiento académico de los estudiantes. Finalmente, el uso excesivo de las redes sociales es del nivel leve y el rendimiento académico está en proceso; esto quiere decir que el uso excesivo de las redes sociales se relaciona directa, positiva y débilmente con el rendimiento académico de los estudiantes.

2.2. Bases teórico-científicas

2.2.1. Uso de redes sociales

Es la práctica cotidiana que ejercen los miembros de comunidades en las plataformas digitales, en las que se crean vínculos y relaciones de interdependencia, debido al dinamismo de las mismas plataformas, que ofrece a sus miembros no solo la posibilidad de ser receptores de información de su interés, sino la oportunidad de crear contenidos y ser moduladores de estos, debido a que con sus reacciones y sus comentarios pueden generar también una corriente de opinión a veces sin proponérselo (Fonseca, 2014; Lozares, 2005).

Esta definición se obtiene a partir de los conceptos específicos e independientes a continuación expuestos:

2.2.1.1. Uso

Se entiende por “uso” al «acto de usar» (Real Academia Española [RAE], 2019). Por otro lado, “usar” es «hacer servir una cosa para algo» (RAE, 2019).

2.2.1.2. Redes sociales

Se entiende por redes a las estructuras dinámicas y sistémicas que incluyen a un grupo de entes, con un propósito común, relacionadas o entrelazadas a través de una estructura normativa y procedimental (Crovi, López y López, 2009).

De lo anterior se deduce que los miembros o elementos de una red están sujetos a normas conductuales preestablecidas que permiten el

funcionamiento y equilibrio interno, con el propósito de cumplir los objetivos de su creación.

2.2.1.3.Redes sociales digitales

Las redes sociales digitales son el resultado del avance tecnológico y el perfeccionamiento de la internet en las últimas dos décadas. Esto ha permitido que las actividades humanas puedan ser reproducidas en los escenarios virtuales de tal forma que se sientan naturales y espontáneos, pero sobre todo útiles y con características retributivas; es decir, las redes sociales digitales son las clásicas relaciones entre los miembros de un grupo, pero llevados a plataformas digitales y tecnológicas (Navarro y Salazar, 2007; Casani, Rodríguez y Sánchez, 2012).

2.2.1.4.Uso de las redes sociales más populares

Antes que nada, tenemos que entender lo que significa «popular» y «popularidad».

Según el *Diccionario de la lengua española*, “popular” significa «que es estimado o, al menos, conocido por el público en general» (Real Academia Española, 2019).

Según expone Bolleme, lo que entendemos por popular es todo aquello que está extendido entre una sociedad y que, de alguna manera, también representa un rechazo o es contrario a lo «erudito, científico, racional o noble. Por ello, es posible hablar de una historia del juicio que implica el uso del término popular» (citado por Zaldivar, 1991).

Se puede entender lo popular, además, como una consecuencia de los procesos de creación de símbolos de grupos sociales, por lo que, a lo que tiene carácter esencial y representativo, puede entenderse como popular. Sin embargo, no deja de ser algo inestable y cambiante, producto de su rasgo heterogéneo, una consecuencia de los distintos orígenes sociales posibles y la coyuntura en la que acontece (Semán, 1997).

Se define, entonces, que lo popular es aquello que está extendido entre un público, cuyo significado es más o menos estándar entre todos sus miembros y que es aceptado por la mayoría.

Con respecto a las redes sociales más populares al momento de este estudio (Statista, 2019), se establece la siguiente clasificación para las redes sociales con mayor cantidad de usuarios suscritos: Facebook (2.320 millones), YouTube (1900 millones), WhatsApp (1600 millones), Instagram (mil millones), Twitter (330 millones).

- a. **Facebook:** Se define a sí misma como «una utilidad social que ayuda a las personas a comunicarse más eficazmente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo» (Facebook, 2019). Esta información está disponible en su cuenta de su propia red social, donde afirman también que son una corporación que genera tecnologías con el propósito de propiciar la comunicación.
- b. **YouTube:** Es una plataforma de búsqueda y publicación de contenidos audiovisuales, en la que los usuarios son capaces de hallar a otros usuarios, revisar sus contenidos, comentarlos, reaccionar a ellos a través de botones de emociones. Su popularidad se debe a la gratuidad del sitio (sin costo) y a la facilidad de su uso. Por un lado, los consumidores de contenido encuentran casi todo lo que buscan; por otro, los creadores son capaces de monetizar sus videos (recibir una retribución económica) siempre y cuando cumplan con las normas de la página (Ramírez, 2016).
- c. **WhatsApp:** Es un programa (aplicación) exclusivo para de teléfonos celulares que ofrece la posibilidad de enviar y recibir mensajes de texto y voz y llamadas sin costo, solo con una red de internet activa. También permite enviar otro tipo de archivos: documentos adjuntos, fotografías, clips de video, enlaces a páginas web, ubicaciones GPS y publicar “historias”. Aunque fue fundada en el 2009 por dos extrabajadores de Yahoo, en el 2014 fue comprada por Facebook (WhatsApp, 2019).

- d. **Instagram:** Debido al diseño estructural de su plataforma, es una red social que se permite a sus usuarios publicar fotografías, aunque también videos y, en mucha menor medida, texto (Mattei, 2015).
- e. **Twitter:** Red social que se caracteriza por sus textos breves, no mayores a 280 caracteres, y por la posibilidad de encontrar con facilidad los temas más comunes en ese momento, aquello que la gente está buscando y lo que se está comentando. Esto último se debe a su sistema de vinculación por etiquetas (también conocido como *hashtags*), con el que, al añadir el símbolo de numeral (#) antes de la palabra, el algoritmo reconoce las coincidencias con las publicaciones de otros usuarios (Rodríguez & Restrepo, 2015).

2.2.1.5. Uso recreativo de las redes sociales

Se puede entender por «recreación» al acto de volver a crear algo. Esto se relaciona con la idea de que el conocimiento se adhiere en verdad cuando es vuelto a hacer, o sea, cuando es recreado. Dadas estas ideas, se podría entender, entonces, que la recreación es la práctica constante de un aprendizaje o de una actividad aprendida, que luego crea un hábito y destreza, que resulta en la transformación del pensamiento (Céspedes, 2003).

Sin embargo, a la vez lo recreativo tiende a entenderse como distractor o liberador de carga o trabajo, es decir, de carácter lúdico. Esto tendría sentido en la medida de que la labor realizada no represente retos creativos para los usuarios, que, si lo llevamos al plano educativo, podríamos decir que los estudiantes necesitarán buscar otros espacios de «re-creación» siempre y cuando el ambiente de estudio no represente estímulos creadores o recreadores para ellos (Badia, Mauri, & Font, 2006).

El espacio lúdico que se crea en las redes sociales ha cautivado sus usuarios, debido a las características predominantes en esta, que, según el autor, se caracterizan por lo ligero, epidérmico y superficial (Berlanga, 2011). Debido a esto, la utilización de las redes sociales resulta atractiva, sobre todo porque

son medios para adquirir información, reafirmar vínculos y contactos y resolver preguntas, además de simplemente distraerse.

Sin embargo, según los autores citados, por las características que exponen, también se permite la reafirmación de conocimientos y prácticas aprendidas durante la realización de diferentes actividades que, ya sea como distractores o no, pueden definirse en las siguientes prácticas para el caso de las redes sociales:

- a. **Revisión de noticias:** Según Pérez S. (2017), «los periodistas utilizan las redes sociales para rastrear tendencias, es decir, para buscar hechos» (p. 127). La autora también explica que las redes sociales, además de plataformas de interacción, también son herramientas de gestión de contenidos usados por los periodistas, pero también por los ciudadanos. Por ello es cada vez más común que la primera fuente de búsqueda de información sean las redes sociales, como Twitter.
- b. **Visualización de videos:** Pérez S. (2017) también afirma que las redes sociales son herramienta de búsqueda de contenidos periodísticos y no periodísticos, audiovisuales, sobre todo, gracias a las características propias de internet y a la naturaleza visual del ser humano.
- c. **Charla e interacción con otros usuarios:** Uno de los grandes atractivos de las redes sociales, que ya tenía la internet desde sus inicios, es la sensación de comunicación inmediata e instantánea a través de los servicios y buzones de mensajería y charla, de tal forma que, con las conexiones y equipos adecuados, la distancia no era un problema. En las redes sociales, los buzones de diálogo han dado popularidad gracias a la posibilidad de enlazar a dos personas que se encuentren activas en la red en ese momento (Castañeda, Cano, & Rodríguez, 2015).
- d. **Visualización de imágenes:** Si bien es cierto que los videos tienen un atractivo audiovisual y, muchas veces, abundan en contenidos por la naturaleza de su producción, las imágenes tienen un impacto visual

instantáneo que permiten lo que en redes sociales se conoce como eficacia de influencia de contenidos. De esta manera, unas de las características más atractivas de las redes sociales es la capacidad de popularizar imágenes o generar interés a través de ellas (Ruiz, 2018).

2.2.1.6.Satisfacción con el uso de las redes sociales

La satisfacción y la felicidad son elementos íntimamente relacionados que, según los autores que la hayan tratado o estudiado, podrán entenderse como sinónimos o como uno absorbente del otro. En tal sentido, Carr (2007), si bien no expone directamente que la felicidad y la satisfacción resultan lo mismo, en varios capítulos del texto citado intercala los términos para exponer los mismos conceptos.

El autor expone que medir la satisfacción (Carr, 2007) puede ser un asunto muy complejo, en el que juegan a favor y en contra tanto elementos intrínsecos, como la estructura del pensamiento y conceptos previamente aprendidos, como elementos extrínsecos, relacionados estos últimos con el entorno, las condiciones, la situación de sus pares con respecto a ellos.

A su vez, según Woolfolk (1999), las acciones humanas que implican satisfacción están impulsadas por estas necesidades:

- a. Autonomía:** Según Castells (citado por Martínez F., 2011), «cuanto más se usa Internet, más aumenta el nivel de autonomía del sujeto en los siguientes sentidos» (p. 5). Según el autor, la capacidad para tener el control en la toma de las decisiones es un factor que genera satisfacción.
- b. Autorrealización:** Sobre esto, las escuelas conductista y psicoanalítica postulan que «el desarrollo del yo resulta de la respuesta dada a otros elementos (los estímulos del entorno y las fuerzas opuestas del ello y superyó, respectivamente)» (Goñi y Fernández, 2007, p. 180). Por su parte, «la psicología humanista asume que el ser humano está provisto de tendencias que le impulsan a un desarrollo constante y a la superación persona» (Goñi y Fernández, 2007, p. 180).

En tal sentido, según los autores citados, la autorrealización está relacionada con las acciones que giran en torno a uno mismo, con satisfacción directa, ya sea en la obtención de un beneficio, en el cumplimiento de una meta o en la construcción del yo.

- c. **Afirmación de la identidad:** Se puede decir que la identidad es la idea que tiene cada uno de los miembros de un grupo de sí mismo y de los demás (Jenkins, 2004). La afirmación de esta se entiende como la puesta en valor de estos conceptos en el entorno, es decir, la exteriorización de estas certezas frente al grupo. Por ello, es importante recordar que las distinciones entre culturas y subculturas son las que forjan identidad; es desde el sentido de pertenencia al grupo que se forma la individualidad. Su afirmación es la manifestación de esta (Giménez G. , 2004).
- d. **Aprobación:** A través de la participación, los miembros de las redes sociales buscan ser valorados positivamente y, de esta manera, incluidos en los actos propios del grupo, con el fin de satisfacer necesidades intrínsecas y extrínsecas (Ruano & Maca, 2017).
- e. **Popularidad y reconocimiento:** Responde a la cantidad de miembros de la red interesadas en alguien en particular, de tal forma que este último pueda no solo ser aceptado, sino influir, positiva o negativamente, en mayor o menor medida, sobre los demás (Nicolás & Grandío, 2013).
- f. **Vínculo social:** Es aquello que conecta a los individuos a través de lazos de interdependencia; es decir, la necesidad de mantenerse en contacto con los otros (Orteu, 2012).

2.2.1.7.Frecuencia de uso de las redes sociales

La frecuencia es la repetición de una acción o de un hecho (Real Academia Española, 2019). De acuerdo con García *et al.* (2008) se puede medir la frecuencia de la siguiente manera:

- a. **Habitualidad:** Hace referencia a qué tan a menudo los sujetos se conectan a las redes sociales en un periodo de tiempo, por ejemplo, al día, a la semana, al mes.
- b. **Tiempo de conexión:** Refiere a la medida del tiempo que se mantiene conectados a las redes sociales.

2.2.2. Rendimiento académico

2.2.2.1. Definición

El rendimiento académico es el conjunto de habilidades específicas que ha desarrollado un estudiante, en un tiempo y contexto determinados, como parte de un proceso de enseñanza-aprendizaje planificado, que deben ser demostradas para conocer el cambio positivo (Navarro R. , 2003).

También se entiende por esto a la demostración a través de la puntuación de una escala preestablecida de las habilidades aprendidas en un contexto académico o una serie cambios significativos y positivos que suceden en el sujeto educado en el que interfiere un proceso organizado de enseñanza-aprendizaje que se dejan ver a través del crecimiento personal y social (Figuerola, 2004).

2.2.2.2. En el espacio universitario

En el espacio universitario, el rendimiento académico sigue siendo el conjunto de factores que influyen sobre el estudiante, que puede medirse con las calificaciones, que tienen una representación cuantitativa, que puede ser numérica (Pérez, Ramón, & Sánchez, 2000).

Con respecto a las calificaciones obtenidas, estas cumplen la función de señalar el logro alcanzado por el estudiante, y se presume que estas exponen con precisión las diferentes variables del aprendizaje, que implican las académicas, sociales y personales.

Cada centro de formación universitaria escoge criterios propios para determinar el promedio estándar de todas las asignaturas que son estudiadas formalmente por el alumno. Este proceso considera distintos aspectos, como el número de créditos por ciclo, la cantidad de asignaturas o cursos y la calificación en cada una de estas. Estas notas finales de cada materia son el resultado de una conjunción de elementos, como las estrategias pedagógicas del maestro, el contexto institucional, la disposición del alumno, entre otros (Rodríguez, Fita, & Torrado, 2004).

2.2.2.3.Escala adaptada

En el caso de la Universidad Privada Antenor Orrego, esta tiene una escala establecida de la siguiente manera (Reglamento de Estudios - Pregrado, 2016):

Artículo 75: Los resultados de la evaluación del aprendizaje se califican de acuerdo con la siguiente escala:

1. De 00 a 10: desaprobado.
2. De 11 a 20: aprobado. (p. 13)

Para el caso de este trabajo, con fines didácticos y para conocer mejor la situación, se tomará la escala propuesta por el Ministerio de Educación del Perú (2016) y será adaptada a la escala vigesimal de calificación para determinar a qué etapa corresponden.

Se tomarán en cuenta los siguientes niveles:

a. Nivel de inicio: El calificativo se encuentra en la escala 0-10. El estudiante universitario exhibe un desarrollo mínimo o nulo de las habilidades curriculares esperadas para el curso o el ciclo de estudios. En este estado, el estudiante tiene dificultades para realizar tareas y resolver problemas.

b. Nivel en proceso: El calificativo se encuentra en la escala 11-13. El estudiante universitario está próximo a alcanzar el nivel esperado. En este

estado, el estudiante tiene dificultades para resolver problemas y realizar tareas; sin embargo, comprende la naturaleza de estos.

c. Nivel esperado: El calificativo se encuentra en la escala 14-17. El estudiante universitario es capaz de resolver problemas y tareas, en relación al desarrollo de las habilidades esperadas. Es capaz de reconocer situaciones problemáticas, establecer métodos de solución y aplicarlos.

d. Nivel destacado: El calificativo se encuentra en la escala 18-20. El estudiante universitario demuestra un nivel superior al esperado con respecto a las competencias y habilidades que se espera que logre. En esta etapa, es capaz de reconocer situaciones problemáticas, establecer métodos de solución, aplicarlos y mejorarlos continuamente.

En tal sentido, la escala para este trabajo es la siguiente:

Nivel de inicio	0-10
Nivel de proceso	11-13
Nivel esperado	14-17
Nivel destacado	18-20

2.2.2.4. Curso de Fotografía

Este curso pertenece al primer ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego, que, según la propuesta académica, corresponde a la formación específica de los estudiantes.

Un curso de fotografía busca desarrollar las habilidades visuales de los estudiantes, relacionadas con el manejo del color, las sombras, encuadres, elementos de la imagen. Todas estas son habilidades que les servirán a los estudiantes en el desempeño laboral y profesional, para establecer maneras efectivas de comunicación, de acuerdo con los propósitos trazados, en una armonía con otros factores del proceso informativo (Miserachs, 1998).

2.2.2.5. Teoría del aprendizaje

El socioconstructivismo

Esta teoría fue diseñada y postulada por el psicólogo soviético Lev Vygotski (nacido en el territorio de la actual República de Bielorrusia), quien destacaba el rol preponderante de la interrelación social de los seres humanos en la formación del conocimiento.

Para el autor de esta teoría, las funciones del pensamiento y razonamiento mutan debido al contacto e involucramiento del sujeto con sus pares y a la influencia del contexto social en este, una propuesta que, en aquellos contradijo la postura de Piaget, quien afirmaba que el razonamiento, entre otras habilidades, del desarrollo natural de la capacidad cognitiva (Borjas, 2007).

Según Vygotski, (2003), «en el desarrollo cultural del niño, toda función aparece dos veces: primero, a nivel social, y más tarde, a nivel individual» (p. 192). De acuerdo con esta idea, el contacto interpersonal del niño será la primera razón de aparición de habilidades y luego sucederá la interiorización de estas. Este mismo proceso, el autor soviético lo aplica a la atención, la memoria, la formación de conceptos, valores y al proceso de aprendizaje, pues todas las habilidades superiores son una consecuencia de la interacción social.

De esta manera, esta teoría enfatiza que, para comprender a los estudiantes, hace falta conocer su contexto sociocultural. Por la influencia de las instituciones y las actividades sociales se produce el desarrollo cognitivo, y no de forma individual. De esta manera niega que las habilidades superiores, como el lenguaje o el razonamiento, sean consecuencia de procesos internos o naturales (Vygotski, 1995).

El lenguaje, en concordancia con este esquema teórico, es una herramienta superior del pensamiento, que influye directamente en el desarrollo cognitivo, en las etapas social (que es toda comunicación social) e interna (un lenguaje personal, que delinea los pensamientos y regula la conducta).

Respecto al legado de la cultura y a la transmisión de conocimientos y formas de comunicarse a través de la interacción, escribe Moll (2006):

Nos hemos concentrado en estudiar la cultura vivida o la cultura en acción, como ya he explicado, a través de visitas a los hogares. Las visitas también nos han ayudado a comenzar a entender un aspecto importantísimo dentro de la teoría de Vygotski, cómo los adultos facilitan el que las nuevas generaciones descubran y se apropien de los artefactos culturales. (pp. 48-49)

El cognitivismo

Es una corriente psicológica aplicada a la educación que encierra un conjunto de posturas que se centran en el estudio de los procesos de aprendizaje y el tratamiento de la información (Doron & Parot, 2008).

La maduración de la función cognitiva

Piaget ofrece una explicación sobre la evolución del constructo intelectual del ser humano a través de las distintas etapas del desarrollo. Según su postura, el progreso de la función cognitiva humana es un proceso con base biológica, una consecuencia de la maduración del sistema nervioso y el cerebro humanos (Piaget & Inhelder, 2007). De acuerdo con esto, a través de procesos de asimilación y acomodamiento intrínsecos, la cognición humana se adapta al nuevo conocimiento adquirido; de esta manera, se establece un equilibrio cerebral que da solución a la disonancia cognitiva que resulta de la contraposición de los esquemas informativos propios y la información nueva que ofrece el exterior. Esto permite que el macroesquema de la cognición humana se adapte favorablemente al entorno en el que se desarrolla la persona. Esta búsqueda de la condición de equilibrio hace que el ser humano interprete y produzca nuevos esquemas cognitivos (Rice, 1999).

El aprendizaje perspicaz

Propuesta del psicólogo estonio Wolfgang Köhler. De acuerdo con esta postura, el aprendizaje del ser humano tiene siempre fines específicos y que el estudiante, para llegar a una solución perspicaz, antes reconoce la situación en conjunto, evalúa los elementos involucrados y analiza todas las

relaciones presentadas. En este proceso, se entiende que «el aprendizaje es una tarea decidida y va dirigida a objetivos y el estudiante debe ser motivado, despertando su interés y curiosidad por el proceso de aprendizaje y debe estar familiarizado con los objetivos y propósitos específicos del aprendizaje» (Sáenz, 2018).

Teoría de los usos y gratificaciones (TUG)

Según esta teoría, los usuarios consumen productos o información por razones específicas, según las gratificaciones que les ofrecen. De esta forma, los usuarios no son destinatarios pasivos de los medios de comunicación, por lo contrario, tienen formas de controlar lo que consumen. Es decir, a diferencias de otras teorías, en esta se le reconoce al consumidor de información o de medios masivos una responsabilidad en la elección de contenidos (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973).

La Teoría de los usos y gratificaciones y las redes sociales

Desde esta perspectiva, se reanaliza la propuesta originaria de Katz, Blumler y Katz sobre la TUG y los conceptos ofrecidos por McQuail y Windahl acerca de que es la interacción social el beneficio ofrecido por excelencia por los medios de comunicación (Martínez F. , 2011).

Según McQuail y Windahl (citados por Martínez F., 2011), los medios de comunicación ofrecen cuatro grandes satisfacciones: diversión, identidad individual, relaciones interpersonales y vigilancia. La autora propone esta tipología: compañía (la sensación de no estar solo), confianza (la información compartida puede estar segura), amistad (las relaciones se fortalecen con la interacción), felicidad (fuente de entretenimiento y diversión) y cultura (la hipervinculación a información de todo tipo, que construye una identidad grupal).

La teoría de Bandura

Albert Bandura desarrolló una teoría que tomó muchos conceptos del conductismo; no obstante, se enfocó en el proceso mediador cognitivo (Chadwick y Araujo, 1982).

De acuerdo con su postulado el aprendizaje en el entorno social es un sistema que implica al menos cuatro procesos: el de atención, de retención de reproducción y de motivación. Esto quiere decir que desestima el esquema en que el comportamiento es una consecuencia solo de la interacción entre el individuo y el ambiente. Por su parte, añade los elementos autorreguladores, que “filtra”, por así decirlo, la influencia del entorno antes de generar un nuevo conocimiento (Chadwick y Araujo, 1982).

Chadwick y Araujo (1982) explican de qué manera se discierne el aprendizaje por imitación, según factores de interés:

Con respecto al *status* social, en particular, es bien sabido cómo afecta la elección de música, películas, ropas, etc. El prestigio también es un elemento importante del modelo social. Bandura afirma que los atributos del modelo son de gran importancia. (p. 34)

2.3. Definición de términos básicos

- **Red social:** Son estructuras normadas conformadas por seres humanos, en la que interactúan mutuamente y tienen características en común y en la que se establecen subrelaciones y fenómenos sociales de todo tipo. Estas redes sociales han mudado a las plataformas digitales, en las que se desarrollan estos vínculos y, a la vez, se crean escenarios de interacción, comunicación e influencia entre sus miembros (Berlangua, 2011; Durango, 2014).
- **Uso de redes sociales:** Son las maneras en que los miembros de una comunidad virtual interactúan entre ellos y se sirven de las herramientas digitales que ofrecen las distintas plataformas de redes sociales disponibles y vigentes en la internet. Estas características determinan el uso que los miembros hacen de estas redes (Zaldivar, 1991; Semán, 1997).

- **Rendimiento:** Es la capacidad demostrable de un sujeto en determinada actividad relacionada con la habilidad para desempeñar dicha labor (Rodríguez & Gallego, 1992).
- **Rendimiento académico:** Son las destrezas específicas que ha adquirido un alumno dentro de una estructura educativa regulada, como parte del proceso formativo (Navarro R., 2003; Figueroa, 2004).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

H_i: Existe relación directa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes del de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

H₀: No existe relación directa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes del de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

2.4.2. Hipótesis específicas

H₁₁: Existe relación directa entre el uso de redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

H₁₂: Existe relación directa entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

H₁₃: Existe relación directa entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

H₁₄: Existe relación directa entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.

2.5. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala e Instrumento
Uso de redes sociales	Es la utilización de las redes sociales digitales por parte de los miembros de la población (Lozares, 2005).	Para este trabajo, la variable comprende cuatro dimensiones: el uso de las redes sociales más populares, el uso recreativo de estas redes sociales, la satisfacción que los usuarios encuentran en estas redes y la frecuencia con las que las usan.	Uso de redes sociales más populares	Facebook	1	Ordinal cuestionario
				YouTube	2	
				WhatsApp	3	
				Instagram	4	
				Twitter	5	
			Uso recreativo de las redes sociales	Revisar noticias	6	
				Visualizar videos	7	
				Charlar (chat) e interactuar	8	
				Visualizar imágenes	9	
			Satisfacción con el uso de las redes sociales	Autonomía	10	
				Autorrealización	11, 13, 16	
				Afirmación de la identidad	12	
				Aprobación	14	
				Popularidad y reconocimiento	15	
			Frecuencia de uso en redes sociales	Vínculo social	17	
				Habitualidad	18	
				Tiempo de conexión	19	
Rendimiento académico	Es la medición del logro obtenido por el estudiante luego de haber experimentado un proceso de enseñanza-aprendizaje (Navarro R. , 2003).	Esta variable comprende cuatro dimensiones: nivel de inicio, nivel en proceso, nivel esperado y nivel destacado.	Nivel de inicio	0–10		Ordinal Registro de notas
			Nivel en proceso	11-13		
			Nivel esperado	14–17		
			Nivel destacado	18-20		

Capítulo III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Este es un trabajo no experimental, pues no existe variable manipulable ni variable influyente. Por lo contrario, solo se ha observado en su escenario natural los fenómenos y las variables consideradas (Maya, 2014).

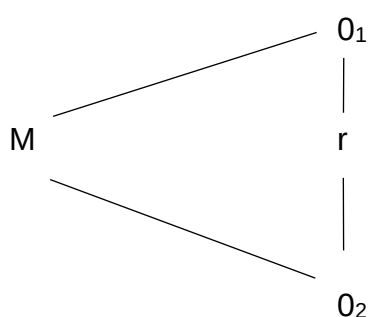
3.2. Método de investigación

De acuerdo con Baena (2017), este trabajo se ajusta al método **analítico-sintético**, pues para obtener las conclusiones se ha pasado a descomponer el problema en sus partes para observarlas y analizarlas, con el propósito de integrar las interpretaciones y evaluarlas como un todo y ofrecer una respuesta.

3.3. Diseño de investigación

Este trabajo es descriptivo-correlacional, debido a que las variables no se manipulan, sino que se describen y, a partir de ello, se busca medir el nivel de relación que existe entre estas. Asimismo, esta investigación es de corte transversal, debido a que las variables se analizan en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Su esquema es el siguiente:



Donde:

M : Muestra

O1: Uso de redes sociales.

O2: Rendimiento académico.

r : Relación entre las variables uso de redes sociales y rendimiento académico.

3.4. Población, muestra y muestreo

3.4.1. Población

La población está conformada por los estudiantes del curso de Fotografía I de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego

matriculados durante el ciclo 2019-2 (49 miembros). Está se conforma de la siguiente manera:

Fotografía I – Ciencias de la Comunicación	N.º de estudiantes
	49

3.4.2. Muestra

Debido a que esta población es demasiado pequeña para extraer una muestra, se ha decidido trabajar con el total de los miembros de la población (población muestral).

3.5. Técnica e instrumento de recojo de datos

3.5.1. Técnica

De acuerdo con Martínez y Rodríguez (2006), para el presente trabajo se adoptaron las siguientes técnicas:

- **La encuesta.** Consiste en la formulación de preguntas a un grupo reducido de usuarios con el propósito de recabar datos concernientes a la variable uso de redes sociales.
- **La observación.** Se limita al uso de los datos obtenidos de los registros de notas de la población para recabar la información que corresponden a la variable rendimiento académico.

3.5.2. Instrumento

Para la variable uso de redes sociales, que comprende cuatro dimensiones, se utilizó el cuestionario, que consiste en un conjunto de preguntas específicas formuladas con base en los indicadores del estudio, con el fin de medir la variable redes sociales (Martínez y Rodríguez, 2006). Este cuestionario se adaptó a la escala de Likert con el objetivo de medir objetivamente respuestas subjetivas en una escala del 1 al 5, siendo el número menor «nunca» y el número mayor «siempre» (Morales, Urosa y Blanco, 2003).

La escala de Likert es una escala ordinal de medida muy usada en la que los entrevistados declaran el grado conformidad con cada una de las premisas formuladas. Por lo general, cada reactivo de la escala tiene cinco niveles de respuesta que varían desde ‘totalmente de acuerdo’ hasta ‘totalmente en

desacuerdo', en grados impares para la mejor adaptación a las curvas de normalidad (Sánchez, 2007).

El cuestionario fue validado por el juicio de 5 expertos y cuantificado con el coeficiente de Aiken, el cual arrojó un nivel excelente, con un 0.99 %. Por otro lado, la confiabilidad fue demostrada con el alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de 0.83, luego de aplicar una prueba piloto a 16 miembros homogéneos a los de la población muestral.

Para la variable rendimiento académico, se utilizó la hoja de registro, que comprende el desempeño de cada uno de los sujetos del presente estudio.

3.6. Técnica de procesamiento y análisis de datos

Los pasos para la aplicación del diseño fueron los siguientes:

- a. Se seleccionaron los estudiantes del curso Fotografía I de la carrera de Ciencias de la Comunicación, 2019-2 (población muestral).
- b. Se les aplicó una escala de 19 preguntas para la variable 1 (uso de redes sociales) y se utilizó el registro de notas del curso para la variable 2 (rendimiento académico).
- c. Se estableció la relación entre ambas variables a partir de los datos obtenidos.

3.7. Ética investigativa

Este trabajo fue realizado respetando los criterios éticos de la investigación científica, como los derechos de los miembros de la población muestral, su anonimato y la confidencialidad de sus datos.

Es importante mencionar que los datos recogidos son veraces y, por lo tanto, confiables para servir de punto de partida de próximas investigaciones.

De incurrir en faltas graves contra la ética, los investigadores asumirán las consecuencias de acuerdo con la normativa vigente de la Universidad Católica de Trujillo.

Capítulo IV: RESULTADOS

4.1. Presentación y análisis de resultados

Tabla 1

Nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Variable 1	Nivel	Escala	N.º	%
Uso de las redes sociales	Bajo	19 - 44	2	4.1
	Medio	45 - 70	23	46.9
	Alto	71 - 95	24	49.0
	Total		49	100
Dimensiones				
Uso de las redes sociales más populares	Bajo	5 - 11	0	0.0
	Medio	12 - 18	33	67.3
	Alto	19 - 25	16	32.7
	Total		49	100
Uso recreativo de las redes sociales	Bajo	4 - 9	0	0.0
	Medio	10 - 15	30	61.2
	Alto	16 - 20	19	38.8
	Total		49	100
Satisfacción con el uso de las redes sociales	Bajo	8 - 18	4	8.2
	Medio	19 - 29	20	40.8
	Alto	30 - 40	25	51.0
	Total		49	100
Frecuencia de uso de las redes sociales	Bajo	2 - 4	3	6.1
	Medio	5 - 7	13	26.5
	Alto	8 - 10	33	67.3
	Total		49	100

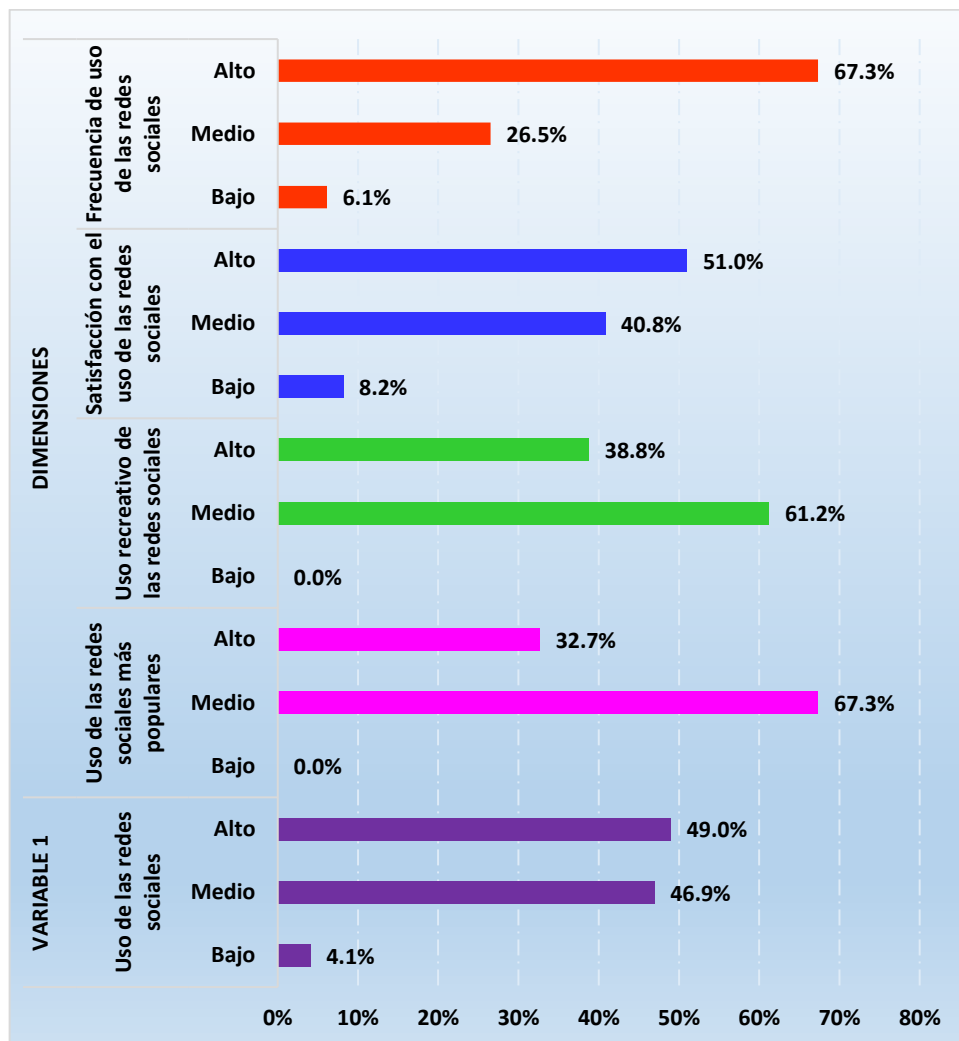
Fuente: Aplicación del cuestionario del uso de las redes sociales, UPAO – 2019.

Descripción:

En la tabla 1 se observa que el 49.0 % de los estudiantes obtienen nivel alto sobre el uso de las redes sociales y que el 46.9 % tienen nivel medio. Con esto se determina que el uso de las redes sociales de los estudiantes del curso de Fotografía I de la carrera de Ciencias de la Comunicación es de nivel alto y medio (95.9 %).

Con respecto a las dimensiones, se tiene que el 67.3 % de los estudiantes obtienen nivel medio sobre el uso de las redes sociales más populares y que el 32.7 % tiene nivel alto. El 61.2 % de los estudiantes obtiene un nivel medio sobre el uso recreativo de las redes sociales y el 38.8 % tiene nivel alto. El 51 % de los estudiantes obtiene nivel alto en la satisfacción con el uso de las redes sociales y el 40.8 % tiene nivel medio. Con respecto a la frecuencia de uso de las redes sociales, el 67.3 % de los estudiantes obtiene un nivel alto y el 26.5 % tiene un nivel medio.

Se determina que las dimensiones de la variable uso de las redes sociales de los estudiantes del curso de Fotografía I de la carrera de Ciencias de la Comunicación es en promedio de nivel alto y medio (96.4 %).



Fuente: Tabla 1.

Figura 1. Nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Tabla 2

Nivel de rendimiento académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

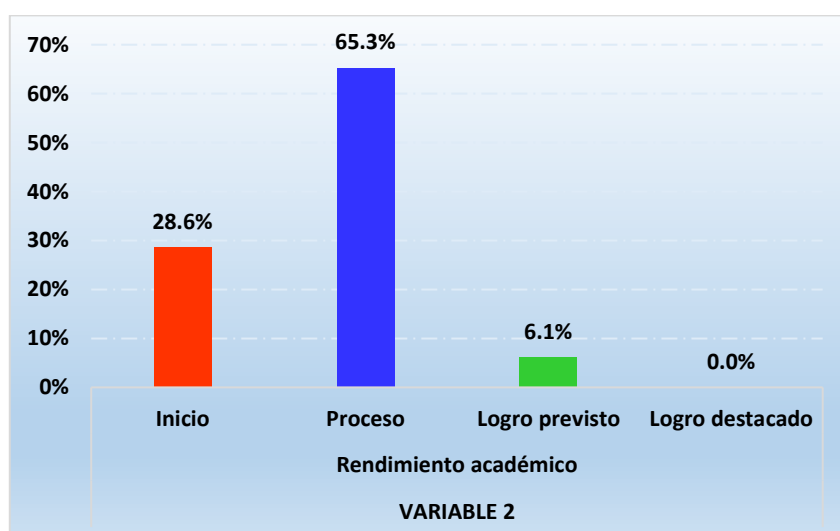
Variable	Nivel	Escala	N.º	%
Rendimiento académico	De inicio	00 - 10	14	28.6
	En proceso	11 - 13	32	65.3
	Esperado	14 - 17	3	6.1
	Destacado	18 - 20	0	0.0
Total			49	100

Fuente: Registro de notas de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, UPAO - 2019.

Descripción:

En la tabla 2 se observa que el 65.3 % de los estudiantes se encuentra en el nivel en proceso de su rendimiento académico, que el 28.6 % de los estudiantes tiene un nivel de inicio y que el 6.1 % de los estudiantes obtiene el nivel de logro previsto del rendimiento académico.

Se determina que el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO está en el nivel en proceso (65.3 %).



Fuente: Tabla 2.

Figura 2. Nivel de rendimiento académico de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

4.2. Prueba de hipótesis

Tabla 3

Uso de las redes sociales más populares y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

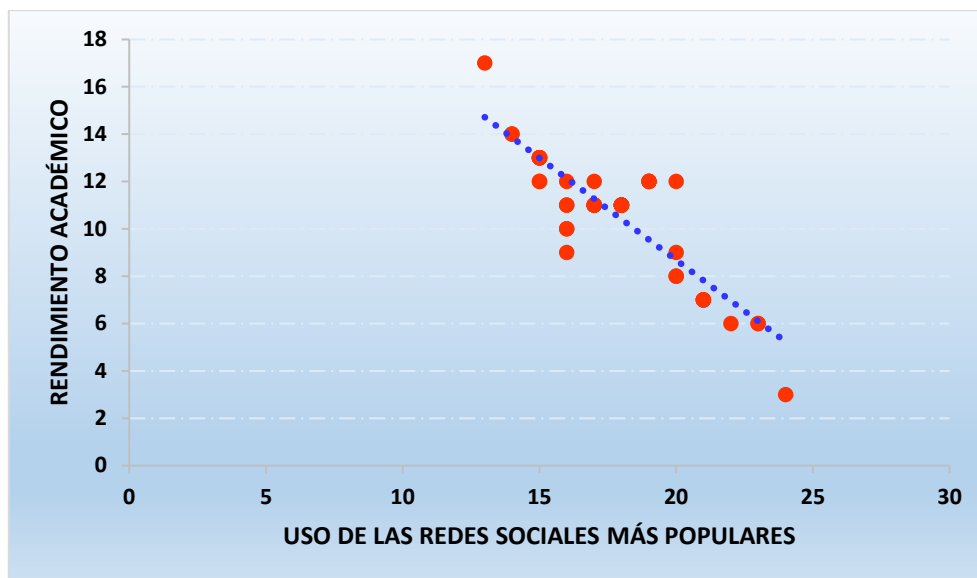
Rho de Spearman		Uso de las redes sociales más populares	Rendimiento académico
Uso de las redes sociales más populares	Coeficiente de correlación	1.000	-0,771**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	49	49
Rendimiento académico	Coeficiente de correlación	-0,771**	1.000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	49	49

Fuente: Cuestionario del uso de redes sociales y registro de notas académicas, UPAO - 2019.

** La relación altamente significativa al 1 % (0.01).

Descripción:

En la tabla 3 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es $R_{ho} = -0.771$ (exhibe una alta relación inversa), con nivel de significancia menor al 1 % ($p < 0.01$). Se acepta, así, la hipótesis alterna; es decir, la dimensión **uso de redes sociales más populares se relaciona de manera inversa y significativa** con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.



Fuente: Tabla 3.

Figura 3. Uso de las redes sociales más populares y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Tabla 4

Uso recreativo de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

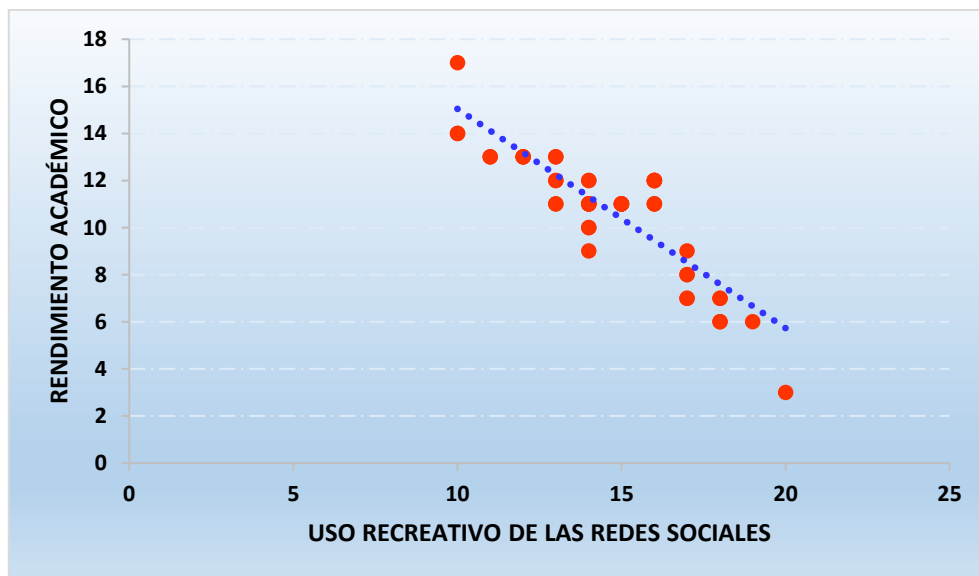
Rho de Spearman		Uso recreativo de las redes sociales	Rendimiento académico
Uso recreativo de las redes sociales	Coefficiente de correlación	1.000	-0,791**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	49	49
Rendimiento académico	Coefficiente de correlación	-0,791**	1.000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	49	49

Fuente: Cuestionario del uso de redes sociales y registro de notas académicas, UPAO - 2019.

** La relación altamente significativa al 1% (0.01).

Descripción:

En la tabla 4 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.791$ (existe una alta relación inversa), con nivel de significancia menor al 1 % ($p < 0.01$). De esta manera, se acepta la hipótesis alterna; es decir, la dimensión **uso recreativo de las redes sociales se relaciona de manera inversa y significativa** con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.



Fuente: Tabla 4.

Figura 4. Uso recreativo de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Tabla 5

Satisfacción con el uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

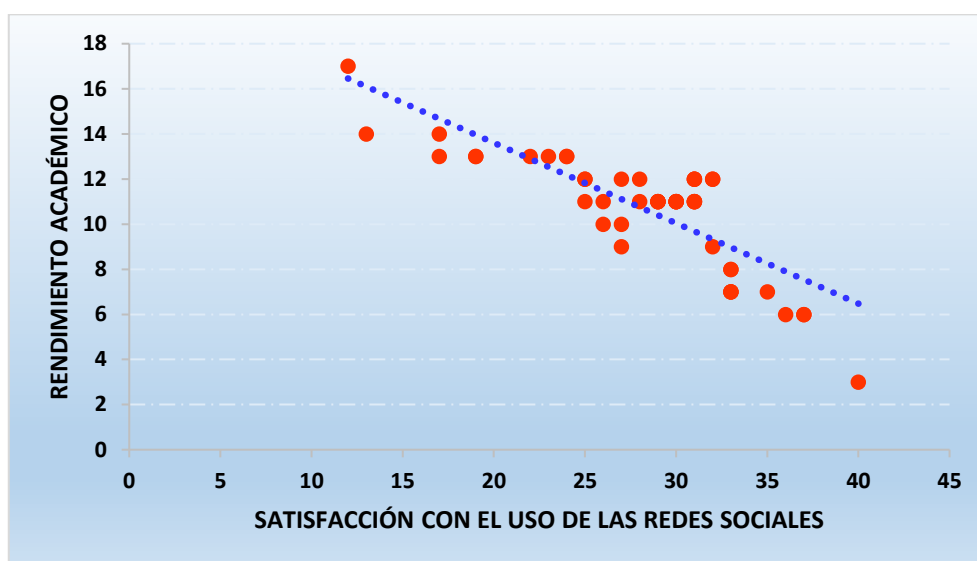
Rho de Spearman		Satisfacción con el uso de las redes sociales	Rendimiento académico
Satisfacción con el uso de las redes sociales	Coeficiente de correlación	1.000	-0,783**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	49	49
Rendimiento académico	Coeficiente de correlación	-0,783**	1.000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	49	49

Fuente: Cuestionario del uso de redes sociales y registro de notas académicas, UPAO - 2019.

** La relación altamente significativa al 1% (0.01).

Descripción:

En la tabla 5 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.783$ (existe una alta relación inversa), con nivel de significancia menor al 1% ($p < 0.01$). Esto permite aceptar la hipótesis alterna; es decir, la dimensión **satisfacción con el uso de las redes sociales se relaciona de manera inversa y significativa** con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.



Fuente: Tabla 5.

Figura 5. Satisfacción con el uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Tabla 6

Frecuencia de uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

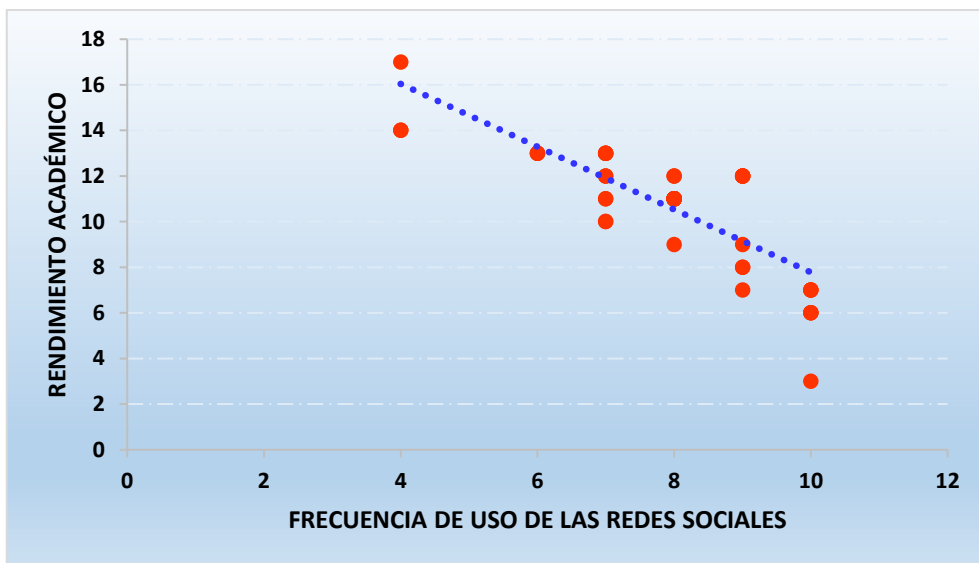
	Rho de Spearman	Frecuencia de uso de las redes sociales	Rendimiento académico
Frecuencia de uso de las redes sociales	Coeficiente de correlación	1.000	-0,727**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	49	49
Rendimiento académico	Coeficiente de correlación	-0,727**	1.000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	49	49

Fuente: Cuestionario del uso de redes sociales y registro de notas académicas, UPAO - 2019.

** La relación altamente significativa al 1% (0.01).

Descripción:

En la tabla 6 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es $R_{ho} = -0.727$ (existiendo una alta relación inversa) con nivel de significancia menor al 1 % ($p < 0.01$). De esta forma, se acepta la hipótesis alterna; es decir, la dimensión **frecuencia de uso de las redes sociales se relaciona de manera inversa y significativa** con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.



Fuente: Tabla 6.

Figura 6. Frecuencia de uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

Tabla 7

Uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

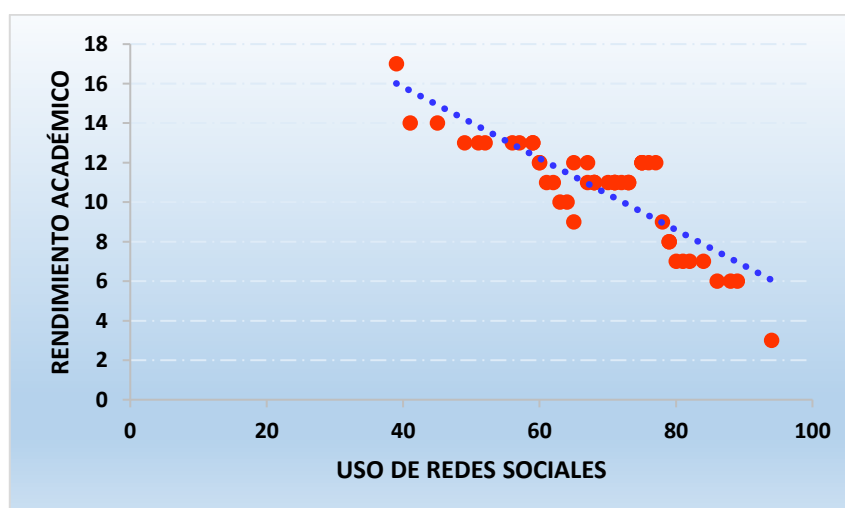
Rho de Spearman		Uso de redes sociales	Rendimiento académico
Uso de redes sociales	Coeficiente de correlación	1.000	-0,778**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	49	49
Rendimiento académico	Coeficiente de correlación	-0,778**	1.000
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	49	49

Fuente: Cuestionario del uso de redes sociales y registro de notas académicas, UPAO - 2019.

** La relación altamente significativa al 1% (0.01).

Descripción:

En la tabla 7 se observa que el coeficiente de correlación de Spearman es $R_{ho} = -0.778$ (existe una alta relación inversa) con nivel de significancia menor al 1 % ($p < 0.01$). Se acepta, así, la hipótesis alterna; es decir, el uso de las redes sociales se relaciona de manera inversa y significativa con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.



Fuente: Tabla 7.

Figura 7. Uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, 2019.

4.3. Discusión de resultados

4.3.1. Con respecto al objetivo general, determinar la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I, de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, en el 2019:

De acuerdo con los resultados de este estudio, sí existe una relación inversa y significativa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes, como se puede observar en la figura 7. Esto coincide con el trabajo de Pavón (2015), quien concluyó en su investigación que «los alumnos que usan las redes en el aula para fines no educativos, tienen rendimientos académicos más bajos que aquellos que no la utilizan». De la misma forma, Paniora (2018) llega a la conclusión equivalente, pues afirma que existe una relación significativa entre las redes sociales y el rendimiento académico en los estudiantes con los que trabajó.

Dávila (2019) llega a conclusiones semejantes: «Los estudiantes consideran que las redes sociales son distractores en su vida académica». Además, afirma que el uso de las redes sociales puede propiciar que los alumnos, sus usuarios, vayan descuidando de forma progresiva su rendimiento estudiantil. También puede vincularse con los resultados del presente trabajo con los de Valencia (2018), quien encuentra una relación favorable y significativa entre el rendimiento académico y el uso de redes sociales, pero restringido a su empleo dentro de un programa experimental pedagógico controlado.

Por su parte, Cortez (2018) expone conclusiones semejantes que merecen ser tomados en cuenta con la discusión de resultados de esta investigación: «Existe una tendencia hacia el uso de las redes sociales que puede afectar el rendimiento académico de los alumnos». En la misma línea se encuentran los resultados de Arab y Díaz (2015), quienes ratifican que el rendimiento del estudiante se ve afectado negativamente por el uso de redes sociales. Asimismo, Arones y Barzola (2018) encuentran que existe una relación directa entre la adicción a las redes sociales y el rendimiento académico, lo que respaldan los resultados del presente estudio con respecto a la relación inversa significativa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico.

4.3.2. Con respecto a la descripción del nivel de uso de redes sociales de los estudiantes de Fotografía I:

Sobre la dimensión “frecuencia del uso de las redes sociales”, más del 67 % de estudiantes mantienen un alto uso de redes sociales, como se puede ver en la figura 1. Esto quiere decir que casi siete de cada diez estudiantes pasan varias horas, todos los días, navegando en redes sociales. Concuerdan los presentes resultados con los de Pavón (2015), quien concluyó que los integrantes de su muestra navegan a diario no menos de tres horas y media en las redes sociales, a través de su teléfono, prioritariamente, y también desde la computadora.

Además, la investigación de Dávila (2019) arroja datos muy parecidos, ya que, según sus conclusiones, seis de cada diez alumnos (62.2 %) se conectan a diario a las redes sociales. Por otro lado, solo un 14 % de su muestra no lo hacen a diario, lo que de alguna manera se relaciona con el 26.5 % de estudiantes que mantiene un uso medio de las redes sociales, según los resultados del presente informe.

Sobre la dimensión “satisfacción en el uso de las redes sociales”, nueve de cada diez estudiantes (91.8 %) sí encuentran satisfacción en el uso de redes sociales, como se puede observar en la figura 1. Este resultado tiene respaldo en los aportes de Katz, Blumler y Gurevitch (1973), quienes afirman que los usuarios usan los distintos medios con propósitos gratificativos específicos, es decir, que tienen una participación en la selección de contenidos. Además, Martínez F. (2011) expone que los usuarios usan las redes sociales para satisfacer necesidades específicas, para la cual establece una tipología basada la naturaleza social del ser humano; es decir la comunicación social es provecho que ofrecen los medios sociales por antonomasia.

Sobre la dimensión “uso recreativo de las redes sociales”, seis de cada diez encuestados (61.2 %) lo hace a un nivel mediano; mientras que cuatro de cada diez (38.8 %) lo hace a un nivel alto (figura 1). Esto coincide con Badia, Mauri y Font (2006), quienes afirman que el ser humano busca elementos distractores o liberadores de trabajo o presión, dado que las características de estos espacios virtuales son la simplicidad y la superficialidad (Berlangu, 2011).

Sobre la dimensión “uso de las redes sociales más populares”, la tercera parte de los estudiantes (32.7 %) las usa a un nivel alto, mientras que el 67.3 % de ellos lo hace a un nivel medio. Cabe precisar que nadie lo usa a un nivel bajo. Todo lo mencionado se puede ver en la figura 1. Esto se puede explicar a través de Zaldivar (1991), quien, citando a Bolleme, explica que todo lo que se populariza en el plano social resulta una respuesta opuesta a lo «científico, racional o erudito». Además, Pavón (2015) afirma que la gran mayoría los estudiantes está afiliada a tres o más cuentas de redes sociales.

Los resultados acá expuestos coincide con las cifras de los estudio vigentes (Statista, 2019) sobre las redes sociales más populares, que son Facebook (2.320 millones), YouTube (1900 millones), WhatsApp (1600 millones), Instagram (mil millones) y Twitter (330 millones).

4.3.3. Con respecto a la descripción del nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I:

De acuerdo con los datos obtenidos, prácticamente siete de cada diez estudiantes (65.3 %) están en el nivel proceso, mientras que ninguno en el nivel destacado (figura 2). Esto coincide con las conclusiones de Cortez (2018), quien identificó que el 67 % de su muestra se encuentran también en un nivel de proceso. Por su parte, Arones y Barzola (2018) también concluye que los estudiantes, en relación con el uso de las redes sociales, se encuentran en un nivel de proceso. Por lo expuesto, el porcentaje de estudiantes que se encuentran en el nivel esperado es bajísimo (6.1 %), mientras que aquellos que están en el nivel de inicio, aunque es bajo, sigue siendo mayo que los del nivel esperado (28.6 %).

Pueden estar emparentados estos resultados con la teoría socioconstructivista de Vygotski, quien afirma que las funciones y procesos del pensamiento y razonamiento van cambiando gracias al contacto con el contexto y los miembros de este (citado por Borgas, 2007).

4.3.4. Con respecto a la relación entre la dimensión uso de redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I:

De acuerdo con la figura 3, la relación entre el uso de las redes sociales más populares y el rendimiento académico es inversa y significativa, puesto que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.771$. Las conclusiones del trabajo de Pavón (2015) respaldan estos datos, puesto que en estas se afirma que la gran mayoría de los encuestados poseen al menos tres cuentas de redes sociales. Más adelante, afirma también que las redes sociales sí influyen negativamente en el rendimiento académico cuando no se utilizan con fines no educativos.

4.3.5. Con respecto a la relación entre la dimensión uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I:

La relación que existe, según los resultados de este estudio, entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico es inversa y significativa (figura 4), dado que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.791$.

Según Pavón (2015), el uso con fines no educativos de las redes sociales en el aula de clases sí influye negativa y significativamente en el rendimiento de los estudiantes. Asimismo, Dávila (2019) concluye que siete de cada diez estudiantes consideran que las redes sociales son espacios destinados a la socialización y que, por lo tanto, sí son distractores de las labores propias de la academia.

4.3.6. Con respecto a la relación entre la dimensión satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I:

La relación entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico es inversa y significativa, de acuerdo con los resultados obtenidos en el presente estudio (tabla 5), dado que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.783$. Esto coincide con Muñoz, Fragueiro y Ayuso (2019), quienes afirman que las redes sociales sí implican un riesgo de adicción, debido a las satisfacciones que ofrece su uso. Recordemos que la motivación que tienen los usuarios de consumir un producto está en función a las gratificaciones que este les ofrece (Katz, Blumler y Gurevitch, 1973).

4.3.7. Con respecto a la dimensión frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I:

Según los resultados de la presente investigación, la frecuencia del uso de las redes sociales y el rendimiento académico están relacionados de manera inversa y significativa, puesto que el coeficiente de correlación de Spearman es $Rho = -0.727$. Pavón (2015), al respecto, afirma que los estudiantes pasan en promedio tres horas y media diarias en las redes sociales, y que el uso de estas sí influye significativamente a nivel estadístico en el rendimiento académico.

Por su lado, Dávila (2019), al momento de describir la frecuencia del uso de las redes sociales de su población, llegó a la conclusión de que al menos seis de cada diez alumnos se conectan diariamente a sus redes sociales y que, por lo tanto, la mayoría de los alumnos está muy al tanto de lo que sucede en estas. A la vez, también concluye que las redes sociales se relacionan con el rendimiento académico, aunque con una relación significativa baja; sin embargo, afirma de igual modo que pueden llevar al estudiante al descuido progresivo de su rendimiento en clases.

En tanto, Cortez (2018) afirma que el 60 % de los estudiantes acceden a las redes sociales al menos dos horas diarias, a la vez que el 67 % de estos «se encuentran en un nivel de proceso en cuanto a su rendimiento académico».

Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1. Conclusiones

- La relación que existe entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es inversa y significativa.
- El nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es de nivel alto y medio. Se entiende de esto que el uso de las redes sociales más populares es de nivel alto y medio, el uso recreativo de las redes sociales es alto y medio, el nivel de satisfacción en el uso de redes sociales es alto y medio y la frecuencia en el uso de las redes sociales es alto y medio.
- El nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 se encuentra predominantemente en la etapa de proceso (nota 11-13).
- La relación entre el uso de las redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es inversa y significativa.
- La relación entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es inversa y significativa.
- La relación entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es inversa y significativa.
- La relación entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019 es inversa y significativa.

5.2. Sugerencias

- A las autoridades académicas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UPAO se les sugiere, sobre la base de las presentes conclusiones, adaptar el uso de las redes sociales con fines educativos a sus estrategias didácticas, con el propósito de que les sirvan como herramientas aliadas y no como distractores o perturbadores en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- A los docentes universitarios se les sugiere adaptar los postulados socioconstructivistas de Vygotski a los entornos virtuales, de tal manera que el aprendizaje sea mucho más enriquecedor y se desplace a escenarios en los que, hoy en día, también se demuestran las competencias profesionales.
- A las autoridades académicas universitarias se les sugiere rediseñar sus mecanismos de medición del rendimiento académico, con el propósito de que reflejen competencias y actitudes desarrolladas en las redes sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arab, E., & Díaz, A. (2015). Impacto en las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 7-13.
- Arévalo, R. (2013). El uso de las redes sociales y su relación con la conducta de los alumnos del quinto grado de secundaria de la IE Glorioso 10 de Octubre SJL, Lima, 2012. (*Tesis de maestría*). Universidad César Vallejo, Lima.
- Arones, D., & Barzola, L. (2018). *Adicción a redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología de la Universidad "Alas Peruanas". Ayacucho, 2018 (tesis de maestría)*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Badia, A., Mauri, T., & Font, C. (2006). *La práctica psicopedagógica en educación no formal Volumen II*. Barcelona: Editoria UOC.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México D. F.: Grupo Editorial Patria.
- Berlanga, I. (2011). Redes sociales y entretenimiento: una apuesta hacia el verdadero ocio peligroso. *Actas II Congreso Internacional Sociedad Digital: espacios para la interactividad y la inmersión*, 984-995. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4130747>
- Borjas, B. (2007). *Lenguaje y pensamiento*. Caracas: IESALC Unesco.
- Cabrera, C. (2017). *Relación del uso de las redes sociales y la inteligencia emocional con el rendimiento académico de los estudiantes de Psicología de la Universidad César Vallejo, 2015 (tesis de doctorado)*. Universidad César Vallejo, Lima.
- Carr, A. (2007). *Psicología positiva. La ciencia de la felicidad*. Barcelona: Paidós.
- Casani, F., Rodríguez, J., & Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: emociones y redes sociales. *Universia Business Review*, 2(4), 48-69.
- Castañeda, H., Cano, V., & Rodríguez, J. (2015). *Los buenos usos de las redes sociales virtuales*. Medellín: Editorial Bonaventuriana.
- Castaño, C., Maíz, I., & Garay, U. (2015). Diseño, motivación y rendimiento en un curso MOOC cooperativo. *Comunicar*, 19-26.
- Céspedes, E. (2003). *Principios y técnicas recreativas para la expresión artística del niño*. San José: Editorial Universitaria Estatal a Distancia.

- Chadwick, C., & Araujo, J. (1982). *Tecnología educacional. Teoría de instrucción* (2.a ed.). Barcelona: Paidós.
- Cortez, A. (2018). *El uso de las redes sociales y su relación con el rendimiento académico de los alumnos del cuarto grado del nivel secundario de la institución educativa n° 88036 Mariano Melgar, 2015 (tesis de licenciatura)*. Universidad Nacional del Santa, Chimbote.
- Crovi, D., López, M., & López, R. (2009). *Redes sociales: análisis y aplicaciones*. Ciudad de México: Plaza y Valdés.
- Dávila, F. (2019). *Redes sociales y rendimiento académico en los estudiantes del quinto año de educación secundaria de la institución educativa Rafael Díaz, Moquegua, 2018 (tesis de maestría)*. Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa.
- De Haro, J. (2010). Redes sociales en educación. *Educación para la comunicación y cooperación social*, 203-216.
- Doleck, T., & Lajoie, S. (2017). Social networking and academic performance: A review. *Education and Information Technologies*.
- Doron, R., & Parot, F. (2008). *Diccionario Akal de Psicología* (3 ed.). Madrid: Ediciones Akal.
- Durango, A. (2014). *Las redes sociales*. California: Createspace Independent Publishing.
- Facebook. (1 de octubre de 2019). *Facebook*. Obtenido de Facebook: https://www.facebook.com/pg/enespanol/about/?ref=page_internal
- Figuerola, C. (2004). *Psicología del aprendizaje*. Buenos Aires: Paidós.
- Fonseca, A. (2014). *Marketing digital en las redes sociales. Lo imprescindible en marketing online en las redes sociales para tu empresa*. Madrid: Edipub.
- García, J., Terol, M., Nieto, M., Lledó, A., Sánchez, S., Martín, M., & Sitges, E. (2008). Uso y abuso de Internet en jóvenes universitarios. *Adicciones*(20), 131-142. Obtenido de <http://www.itesm.ucm.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/277/278>.
- Giménez, A., Maquilón, J., & Arnaiz, P. (2014). Acceso a las tecnologías, rendimiento académico y cyberbullying en escolares de secundaria. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 119-133.
- Giménez, G. (2004). Culturas e identidades. *Revista Mexicana de Sociología*, 77-99.

- Goñi, E., & Fernández, A. (2007). Los dominios social y personal del autoconcepto. *Revista de Psicodidáctica*, 12(2), 179-194.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D. F.: McGraw-Hill.
- Jenkins, R. (2004). *Social Identity*. London: Routledge.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 509-523.
- Loo, L. (2019). *Uso de redes sociales y rendimiento académico en estudiantes de Psicología en la Universidad Continental de Huancayo, 2018 (tesis de maestría)*. Universidad Peruana de Ciencias e Informática, Lima.
- Lozares, C. (2005). Bases sociometodológicas para el análisis de redes sociales. *Empiria Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 9-35. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2971/297123998001.pdf>
- Madariaga, C., Abello, R., & Sierra, O. (2014). *Redes sociales. Infancia, familia y comunidad*. Barranquilla: Uninorte.
- Martínez, F. (2011). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. *II Congreso Internacional de Comunicación 3.0*, 461-474.
- Martínez, R., & Rodríguez, E. (2006). *Manual de metodología de investigaciones*. Obtenido de Infomed Red de Salud de Cuba: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/cielam/manual_de_metodologia_deinvestigaciones._1.pdf
- Mattei, M. (2015). El divismo en los tiempos de #Instagram. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 3(20), 95-107.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. México D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ministerio de Educación del Perú. (2016). *Currículo Nacional de la Educación Básica*. Lima. Obtenido de <http://www.minedu.gob.pe/curriculo/pdf/curriculo-nacional-de-la-educacion-basica.pdf>
- Miserachs, X. (1998). *Criterio fotográfico: notas para un curso de fotografía*. Barcelona: Ediciones Omega.
- Moll, L. (2006). Vygotski, la educación y la cultura en acción. En A. Álvarez, *Hacia un currículo cultural: la vigencia de Vygotski en la educación* (págs. 39-54). Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.

- Morales, P., Urosa, B., & Blanco, A. (2003). *Construcción de escalas de actitudes tipo Likert. Una guía práctica*. Madrid: La Muralla.
- Muñoz, M., Fragueiro, M., & Ayuso, M. (2019). La importancia de las redes sociales en el ámbito educativo. *Escuela Abierta*, 91-104.
- Navarro, L., & Salazar, J. (2007). Análisis de las redes sociales aplicado a redes de investigación en ciencia y tecnología. *Síntesis Tecnológica*, 3(2), 69-86.
- Navarro, R. (2003). El rendimiento académico: concepto, investigación y desarrollo. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1(2).
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/551/55110208.pdf>
- Nicolás, M., & Grandío, M. (2013). *Estrategia de comunicación en redes sociales. Usuarios, aplicaciones y contenidos*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Orteu, X. (2012). *Trabajo y vínculo social*. Barcelona: Editorial UOC.
- Paniora, F. (2018). Redes sociales y rendimiento académico en el área de comunicación, VII Ciclo, I.E. N° 0169, San Juan de Lurigancho, 2016. (*Tesis de maestría*). Universidad César Vallejo, Lima.
- Pavón, M. (2015). *El uso de las redes sociales y sus efectos en el rendimiento académico de los alumnos del Instituto San José, El Progreso, Yoro-Honduras (tesis de maestría)*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.
- Pérez, A., Ramón, J., & Sánchez, J. (2000). *Análisis exploratorio de las variables que con-dicionan el rendimiento académico*. Sevilla: Universidad Pablo de Olavide.
- Pérez, S. (2017). *Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Piaget, J., & Inhelder, B. (2007). *La psicología del niño* (17 ed.). Madrid, Ediciones Morata.
- Ramírez, R. (2016). Posibilidades del uso educativo de YouTube. *Ra Ximhai*, 12(6), 537-546.
- Real Academia Española. (2019). *Frecuencia*. Diccionario de la lengua española.
Obtenido de <https://dle.rae.es/frecuencia?m=form>
- Real Academia Española. (2019). *popular*. En Diccionario de la lengua española (edición del Tricentenario). Obtenido de <https://dle.rae.es/popular?m=form>
- Real Academia Española. (2019). *Uso*. En Diccionario de la lengua española. Obtenido de <https://dle.rae.es/uso?m=form>
- Rice, F. (1999). *Adolescencia: desarrollo, relaciones y cultura* (9 ed.). Madrid: Prentice-Hall.

- Rodríguez, H., & Restrepo, L. (2015). Conocimientos y uso de Twitter por parte de estudiantes de educación superior. *Sophia*, 11(1), 44-52.
- Rodríguez, J., & Gallego, S. (1992). *Lenguaje y rendimiento académico*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Rodríguez, S., Fita, S., & Torrado, M. (2004). El rendimiento académico en la transición secundaria-universidad. *Revista de Educación. Temas actuales de enseñanza*, 334-355.
- Ruano, L., & Maca, J. (2017). Motivación en el uso de redes sociales virtuales. *Investigación Cualitativa en Redes Sociales*, 1982-1991. Obtenido de <https://proceedings.ciai.org/index.php/ciai2017/article/view/1560/1515>
- Ruiz, J. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Revista Signa*, 27, 995-1021.
- Sáenz, J. (2018). *Estilos de aprendizaje y métodos de enseñanza*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Semán, P. (1997). Religión y cultura popular en la ambigua modernidad latinoamericana. *Nueva Sociedad*(149), 130-145.
- Statista. (1 de septiembre de 2019). *Statista*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/>
- Ticona, F. (2016). Influencia de las redes sociales en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios de la macro región sur del Perú, 2016. *Revista de Investigaciones de la Escuela de Posgrado*, 329-336.
- Universidad Privada Antenor Orrego. (2016, 6 de julio). *Reglamento de estudios de pregrado*. www.upao.edu.pe. Obtenido de https://campusvirtual.upao.edu.pe/upload/km/imag/file/UPAO/Reglamento_Estudios.pdf
- Valencia, V. (2018). *Las redes sociales virtuales y su influencia en el rendimiento académico de los estudiantes de Administración del III ciclo en el curso de Contabilidad Financiera, de la Universidad Nacional de Cañete (tesis de doctorado)*. Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima.
- Vygotski, L. (1995). *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires: Ediciones Fausto.
- Vygotski, L. (2003). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Editorial Crítica.

WhatsApp. (1 de septiembre de 2019). *WhatsApp*. Obtenido de WhatsApp:

<https://www.whatsapp.com/about/>

Woolfolk, A. (1999). *Psicología educativa* (Séptima ed.). México D. F.: Pearson.

Zaldivar, L. (1991). El pueblo por escrito: Significados culturales de lo "popular" de Genevieve Bolleme. *Sociología Revista del Departamento de Sociología*, 94-99.

ANEXOS Y/O APÉNDICES



Maestría en Investigación y Docencia Universitaria

Título de proyecto: Uso de las redes sociales y rendimiento académico de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad privada de Trujillo, 2019

Escala sobre el uso de las redes sociales

El propósito de esta escala es conocer cómo usa usted las redes sociales. Por favor, conteste con total honestidad, según la siguiente leyenda:

1	Nunca
2	Rara vez
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Enunciados	1	2	3	4	5
1. ¿Qué tan seguido uso Facebook?					
2. ¿Qué tan seguido uso YouTube?					
3. ¿Qué tan seguido uso WhatsApp?					
4. ¿Qué tan seguido uso Instagram?					
5. ¿Qué tan seguido uso Twitter?					
6. Suelo informarme sobre actualidad y encuentro noticias a través de las redes sociales.					
7. Suelo ver videos de toda clase en las redes sociales.					
8. Suelo interactuar y charlar a través de las redes sociales.					
9. Suelo ver imágenes de toda clase en las redes sociales.					
10. Cuando uso las redes sociales, tengo el control de mis decisiones.					
11. Las redes sociales me ayudan a cumplir mis propósitos de vida.					
12. Cuando uso las redes sociales, reafirmo mi identidad.					
13. Cuando uso las redes sociales, siento satisfacción personal.					
14. Cuando uso las redes sociales, recibo la estima de mis amigos.					
15. Cuando uso las redes sociales, influyo en los demás y/o marco tendencia.					
16. Cuando uso las redes sociales, soy alguien mejor.					
17. Cuando uso las redes sociales, puedo contactarme con cualquier persona que desee.					
18. Suelo conectarme a las redes sociales a diario.					
19. Suelo pasar varias horas en las redes sociales.					



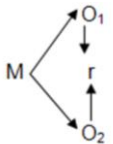
Maestría en Investigación y Docencia Universitaria

Título de proyecto: Uso de las redes sociales y
rendimiento académico de estudiantes de Ciencias de la
Comunicación de una universidad privada de Trujillo, 2019

Ficha técnica del instrumento de medición

Aspecto	Detalle
Denominación	Escala sobre el uso de las redes sociales
Objetivo	El siguiente cuestionario tiene el propósito de medir el uso de las redes sociales de los estudiantes del curso de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego.
Autor	Rensis Likert
Adaptación	Poma, F. y Pérez, R.
Forma de aplicación	Individual
Duración	15 minutos
Población objetivo	Estudiantes de Fotografía I, Ciencias de la Comunicación
Proceso de validación	Juicio de expertos
Confiabilidad	0.83
Ítems	19
Dimensiones medidas	Uso de redes sociales más populares (5 ítems). Uso recreativo de las redes sociales (4 ítems). Satisfacción con el uso de las redes sociales (8 ítems). Frecuencia de uso de las redes sociales (2 ítems).
Conversión de puntuación de escala	Nunca (1) Rara vez (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Matriz de consistencia

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Uso de redes sociales y rendimiento académico de estudiantes de Ciencias de la Comunicación de una universidad privada de trujillo, 2019	Problema general: ¿Qué relación hay entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? Problemas específicos ¿Cuál es el nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? ¿Cuál es el nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? ¿Qué relación existe entre el uso de redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de	Hipótesis general: H₁: Existe relación directa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes del de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. H₀: No existe relación directa entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico del curso Fotografía I de los estudiantes del de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Hipótesis específicas: H₁₁: Existe relación directa entre el uso de redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias	Objetivo general: Determinar la relación entre el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Objetivos específicos: Establecer el nivel de uso de las redes sociales de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Establecer el nivel del rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Establecer la relación entre el uso de las redes sociales más populares y el rendimiento académico de los estudiantes de	Variable 1: Uso de redes sociales Variable 2: Rendimiento académico	-Uso de redes sociales más populares. -Uso recreativo de las redes sociales. -Satisfacción con el uso de las redes sociales. -Frecuencia de uso en redes sociales. - Nivel inicio - Nivel proceso - Nivel esperado - Nivel destacado	Tipo: No experimental. Método: Analítico-sintético. Diseño: Descriptivo-correlacional, de corte transversal  Donde: M = Muestra O₁, Variable 1 O₂, Variable 2 r = relación entre las dos variables. Población muestral: Estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego del 2019-2. En total son 49 estudiantes; debido a que la población es demasiado pequeña para extraer una muestra, se ha decidido trabajar con población muestral. Técnicas e instrumentos de recojo de datos: - Técnica: La encuesta y la observación. - Instrumento: El cuestionario y la hoja de registro. Técnicas de procesamiento y análisis de datos: a. Se seleccionaron los estudiantes del curso Fotografía I de la carrera de Ciencias de la Comunicación, 2019-2 (población muestral). b. Se les aplicó una escala de 19 preguntas para la variable 1 (uso de redes sociales)

	Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? ¿Qué relación existe entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? ¿Qué relación existe entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019? ¿Qué relación existe entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019?	de la Comunicación de la UPAO en el 2019. H₁₂: Existe relación directa entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. H₁₃: Existe relación directa entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. H₁₄: Existe relación directa entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019.	Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Establecer la relación entre el uso recreativo de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I de Ciencias de la Comunicación de la UPAO en el 2019. Establecer la relación entre la satisfacción con el uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I, de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, en el 2019. Establecer la relación entre la frecuencia de uso de las redes sociales y el rendimiento académico de los estudiantes de Fotografía I, de Ciencias de la Comunicación de la UPAO, en el 2019.			y se utilizó el registro de notas del curso para la variable 2 (rendimiento académico). c. Se estableció la relación entre ambas variables a partir de los datos obtenidos.
--	---	---	---	--	--	---

Base de datos

N°	Redes sociales más usadas							Utilidad de uso de las redes sociales						Motivación de uso de las redes sociales										Frecuencia de uso de las redes sociales				Uso de redes sociales		Rendimiento académico	
	1	2	3	4	5	V1D1	Nivel V1D1	6	7	8	9	V1D2	Nivel V1D2	10	11	12	13	14	15	16	17	V1D3	Nivel V1D3	18	19	V1D4	Nivel V1D4	Total V1	Nivel V1	Nota	Nivel V2
1	3	4	4	4	2	17	Medio	4	5	3	2	14	Medio	4	3	4	3	4	3	3	4	28	Medio	4	4	8	Alto	67	Medio	11	En proceso
2	5	4	5	5	5	24	Alto	5	5	5	5	20	Alto	5	5	5	5	5	5	5	5	40	Alto	5	5	10	Alto	94	Alto	3	Inicio
3	2	5	4	3	1	15	Medio	3	4	3	3	13	Medio	4	3	3	3	3	3	2	4	25	Medio	3	4	7	Medio	60	Medio	12	En proceso
4	1	5	5	3	1	15	Medio	2	5	3	3	13	Medio	4	3	3	3	3	3	2	4	25	Medio	3	4	7	Medio	60	Medio	12	En proceso
5	2	4	5	5	5	21	Alto	4	5	5	3	17	Alto	4	4	4	5	5	4	2	5	33	Alto	5	4	9	Alto	80	Alto	7	Inicio
6	4	5	5	3	2	19	Alto	4	5	4	3	16	Alto	5	5	3	3	4	3	3	5	31	Alto	5	4	9	Alto	75	Alto	12	En proceso
7	1	5	5	4	1	16	Medio	3	5	4	2	14	Medio	4	3	4	4	4	2	2	4	27	Medio	5	3	8	Alto	65	Medio	9	Inicio
8	2	4	4	2	1	13	Medio	2	3	3	2	10	Medio	3	2	1	1	1	1	1	2	12	Bajo	3	1	4	Bajo	39	Bajo	17	Logro previsto
9	3	5	5	1	1	15	Medio	2	3	3	3	11	Medio	4	1	1	2	3	3	1	2	17	Bajo	3	3	6	Medio	49	Medio	13	En proceso
10	1	5	4	5	1	16	Medio	4	4	3	3	14	Medio	3	4	3	3	4	1	4	4	26	Medio	4	3	7	Medio	63	Medio	10	Inicio
11	5	5	5	5	2	22	Alto	3	5	5	5	18	Alto	5	5	3	4	5	4	5	5	36	Alto	5	5	10	Alto	86	Alto	6	Inicio
12	5	4	5	4	1	19	Alto	4	4	5	3	16	Alto	4	3	3	3	4	5	4	5	31	Alto	5	4	9	Alto	75	Alto	12	En proceso
13	4	4	5	5	3	21	Alto	4	5	4	4	17	Alto	5	4	5	4	5	4	2	4	33	Alto	5	5	10	Alto	81	Alto	7	Inicio
14	4	4	4	1	1	14	Medio	3	2	3	2	10	Medio	2	2	1	1	1	2	1	3	13	Bajo	3	1	4	Bajo	41	Bajo	14	Logro previsto
15	3	4	5	4	1	17	Medio	3	4	4	3	14	Medio	3	3	4	3	3	4	5	4	29	Medio	4	4	8	Alto	68	Medio	11	En proceso
16	3	5	5	5	1	19	Alto	4	4	5	3	16	Alto	4	3	4	5	4	4	3	4	31	Alto	5	4	9	Alto	75	Alto	12	En proceso
17	4	3	5	4	1	17	Medio	3	2	5	4	14	Medio	3	3	4	3	3	4	5	4	29	Medio	4	4	8	Alto	68	Medio	11	En proceso
18	5	5	5	4	2	21	Alto	4	5	5	4	18	Alto	4	4	4	5	5	4	2	5	33	Alto	5	5	10	Alto	82	Alto	7	Inicio
19	1	5	5	3	1	15	Medio	2	3	3	3	11	Medio	1	3	4	2	3	2	2	2	19	Medio	3	3	6	Medio	51	Medio	13	En proceso
20	2	5	4	3	1	15	Medio	4	4	3	1	12	Medio	5	2	2	1	2	1	1	5	19	Medio	3	3	6	Medio	52	Medio	13	En proceso
21	3	5	5	5	2	20	Alto	3	5	5	4	17	Alto	5	3	3	4	3	5	5	5	33	Alto	5	4	9	Alto	79	Alto	8	Inicio
22	4	3	5	4	1	17	Medio	3	4	4	3	14	Medio	3	3	4	3	3	4	5	4	29	Medio	4	4	8	Alto	68	Medio	11	En proceso
23	4	3	4	3	1	15	Medio	3	5	2	2	12	Medio	3	2	2	2	3	2	4	4	22	Medio	4	3	7	Medio	56	Medio	13	En proceso
24	2	5	5	5	2	19	Alto	4	4	5	3	16	Alto	5	4	4	4	3	3	4	5	32	Alto	5	4	9	Alto	76	Alto	12	En proceso
25	1	5	5	5	1	17	Medio	4	4	3	3	14	Medio	3	3	4	3	3	4	5	4	29	Medio	4	4	8	Alto	68	Medio	11	En proceso
26	1	5	3	5	1	15	Medio	3	5	2	2	12	Medio	5	2	2	2	3	3	2	4	23	Medio	3	4	7	Medio	57	Medio	13	En proceso

27	3	4	4	4	2	17	Medio	2	3	5	5	15	Medio	3	4	4	4	3	4	4	4	30	Alto	5	3	8	Alto	70	Medio	11	En proceso
28	3	4	5	5	1	18	Medio	3	4	4	4	15	Medio	3	4	3	4	4	3	4	5	30	Alto	5	3	8	Alto	71	Alto	11	En proceso
29	5	2	5	4	2	18	Medio	3	4	4	4	15	Medio	4	4	3	4	4	4	4	3	30	Alto	5	3	8	Alto	71	Alto	11	En proceso
30	5	3	5	5	5	23	Alto	3	5	5	5	18	Alto	5	4	4	5	4	5	5	5	37	Alto	5	5	10	Alto	88	Alto	6	Inicio
31	3	2	5	5	1	16	Medio	3	4	4	3	14	Medio	4	3	4	5	5	3	1	2	27	Medio	3	4	7	Medio	64	Medio	10	Inicio
32	4	3	5	5	1	18	Medio	4	4	4	3	15	Medio	5	3	4	4	4	3	2	5	30	Alto	4	4	8	Alto	71	Alto	11	En proceso
33	3	4	5	5	1	18	Medio	3	4	4	4	15	Medio	5	3	4	4	4	4	3	3	30	Alto	5	3	8	Alto	71	Alto	11	En proceso
34	3	4	5	5	1	18	Medio	3	4	4	4	15	Medio	4	3	4	5	4	4	3	4	31	Alto	4	4	8	Alto	72	Alto	11	En proceso
35	5	4	5	5	1	20	Alto	4	4	5	3	16	Alto	5	4	3	4	4	3	5	4	32	Alto	5	4	9	Alto	77	Alto	12	En proceso
36	5	5	5	4	1	20	Alto	4	4	4	5	17	Alto	5	4	5	5	4	3	2	5	33	Alto	5	4	9	Alto	79	Alto	8	Inicio
37	3	5	5	5	5	23	Alto	4	5	5	5	19	Alto	5	4	5	4	5	5	5	4	37	Alto	5	5	10	Alto	89	Alto	6	Inicio
38	3	3	5	4	1	16	Medio	3	4	4	3	14	Medio	5	2	5	4	5	1	1	4	27	Medio	4	4	8	Alto	65	Medio	12	En proceso
39	3	4	5	5	1	18	Medio	4	4	5	3	16	Alto	4	3	4	4	4	4	4	4	31	Alto	4	4	8	Alto	73	Alto	11	En proceso
40	3	4	3	3	2	15	Medio	3	4	4	2	13	Medio	5	1	1	3	3	1	5	5	24	Medio	4	3	7	Medio	59	Medio	13	En proceso
41	5	2	5	4	2	18	Medio	4	4	5	3	16	Alto	4	4	3	4	4	4	4	4	31	Alto	4	4	8	Alto	73	Alto	11	En proceso
42	3	4	5	5	1	18	Medio	3	5	4	4	16	Alto	5	3	3	4	4	5	3	4	31	Alto	4	4	8	Alto	73	Alto	11	En proceso
43	3	3	5	4	1	16	Medio	3	4	4	2	13	Medio	4	3	3	3	3	3	2	4	25	Medio	3	4	7	Medio	61	Medio	11	En proceso
44	5	5	5	1	1	17	Medio	4	5	4	1	14	Medio	4	3	4	3	4	3	3	4	28	Medio	5	3	8	Alto	67	Medio	12	En proceso
45	5	5	5	4	2	21	Alto	3	5	5	5	18	Alto	3	5	5	5	5	5	3	4	35	Alto	5	5	10	Alto	84	Alto	7	Inicio
46	5	5	5	4	1	20	Alto	4	5	4	4	17	Alto	4	4	3	3	4	5	5	4	32	Alto	5	4	9	Alto	78	Alto	9	Inicio
47	4	4	4	3	1	16	Medio	3	4	3	3	13	Medio	4	1	4	3	3	3	5	3	26	Medio	3	4	7	Medio	62	Medio	11	En proceso
48	4	4	4	1	1	14	Medio	2	3	3	2	10	Medio	5	1	2	3	1	1	1	3	17	Bajo	3	1	4	Bajo	45	Medio	14	Logro previsto
49	4	3	4	3	1	15	Medio	3	4	3	3	13	Medio	4	2	3	3	3	3	2	4	24	Medio	4	3	7	Medio	59	Medio	13	En proceso

Prueba de normalidad

Pruebas de normalidad			
Variables / Dimensiones	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Uso de redes sociales	0.984	49	0.744
Uso de las redes sociales más populares	0.956	49	0.064
Uso recreativo de las redes sociales	0.975	49	0.379
Satisfacción con el uso de las redes sociales	0.940	49	0.015
Frecuencia de uso de las redes sociales	0.894	49	0.000
Rendimiento académico	0.911	49	0.001

Prueba de confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach basada en		
Alfa de Cronbach	elementos estandarizados	N.º de elementos
0.830	0.842	19

Se muestra que la fiabilidad del instrumento es de 0.83, lo que indica que el cuestionario es confiable para ser aplicado en la población muestral del trabajo de investigación.

Validación del instrumento

El cuestionario fue validado por el juicio de 5 expertos y cuantificado con el coeficiente de Aiken de la siguiente manera:

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

Donde:

V: coeficiente de Aiken

S: suma de puntuaciones de los expertos

n: cantidad de expertos

c: número de respuesta de cada criterio, calificadas con 0 (no) y 1 (sí)

La calidad del criterio se evalúa sobre la base del siguiente baremo:

Coeficiente	Validez
0-0.53	Nula
0.54-0.59	Baja
0.6-0.65	Media
0.66-0.71	Alta
0.72-0.99	Excelente
1	Perfecta

De acuerdo con los resultados obtenidos, el resultado arroja un nivel de excelente:

Criterio/dimensión	Uso de redes sociales populares	Uso recreativo de las redes sociales	Satisfacción con el uso de las redes sociales	Frecuencia de uso en redes sociales
Redacción	0.95	0.95	0.95	0.95
Contenido	1.00	1.00	1.00	1.00
Congruencia	1.00	1.00	1.00	1.00
Coherencia	1.00	1.00	1.00	1.00
Total	0.99	0.99	0.99	0.99

Se muestra que la validación del instrumento es de 0.99, lo que indica que el cuestionario es confiable para ser aplicado en la población muestral del trabajo de investigación.