UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

Influencia del Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P Lambayeque, 2022

Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Investigadora: Medina, Santa Cruz, Hilda Jhoana

Asesora: Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Lambayeque- Perú

2024

Influencia del Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P Lambayeque, 2022

Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Medina, Santa Cruz, Hilda Jhoana

Investigadora

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

Dra. María del Pilar Fernández Celis

Presidente

Dra. Raquel Yovana Tello Flores

Secretario

Dr. Daniel Edgar Alvarado León

Vocal

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N° 189-2024

Siendo las 9:30 horas, del día **Viernes 31 de mayo de 2024** en los Ambientes de la FACHSE: Laboratorio 4 SL01 LA143, por mandato de la **Resolución Nº 0592-2024-D-FACHSE** de fecha **24 de mayo de 2024** que autoriza la sustentación, se reunieron los miembros del Jurado designado según **Resolución Nº 1550-2022-V-D-FACHSE** de fecha **24 de agosto de 2022**; Jurado integrado por los siguientes miembros:

Presidente(a)	: **Dra. María del Pilar Fernández Celis**
Secretario(a)	: **Dra. Raquel Yovana Tello Flores**
Vocal	: **Dr. Daniel Edgar Alvarado León**
Asesor(es)	: **Dra. Rosario del Milagro Wong Chung**
	:

Con la finalidad de evaluar la(el) Tesis titulada(o): **INFLUENCIA DEL FACEBOOK EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ADOLESCENTES DE 4TO AÑO DE SECUNDARIA DE LA I.E.P LAMBAYEQUE, 2022** Presentada por **MEDINA SANTA CRUZ HILDA JHOANA** para obtener el **Licenciado(a) en Ciencias de la Comunicación.**

Leída la resolución de autorización, se inicia el acto sustentación, al término del cual y de conformidad con el Reglamento General de Investigación de la UNPRG (Res. N° 184-2023-CU de fecha 24 de abril de 2023) y el Reglamento de Grados y Títulos de la UNPRG (Res. N° 267-2023-CU de fecha 20 de junio de 2023), los miembros del jurado realizaron la evaluación respectiva, haciendo las preguntas, observaciones y recomendaciones al/los sustentante(s), quien(es) respondió(eron) las interrogantes planteadas.

Dada la deliberación correspondiente por parte del jurado, se sucedió la valoración, **obteniendo el calificativo de** 18 **en la escala vigesimal, que equivale a la mención de** Muy Bueno. Siendo las 10:30 horas del mismo día, se dio por concluido el acto académico, con la lectura del acta y la firma de los miembros del jurado.

Dra. María del Pilar Fernández Celis PRESIDENTE(A)	Dra. Raquel Yovana Tello Flores SECRETARIO(A)	Dr. Daniel Edgar Alvarado León VOCAL

OBSERVACIONES: _____

El presente acto académico se sustenta en el Reglamento General de Investigación de la UNPRG (Res. N° 184-2023-CU de fecha 24 de abril de 2023) los artículos 20º, 33º, 46º, 54º o 66º del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (aprobado con Resolución N° 267-2023-CU de fecha 20 de junio del 2023 y su modificatoria aprobada por Resolución N° 385-2023-CU de fecha 11 de diciembre del 2023) y por la Resolución N° 403-2023-CU de fecha 27 de diciembre de 2023, ésta última que amplia el límite de las fechas de sustentación de proyectos aprobados del 2017 al 2020.

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Medina, Santa Cruz, Hilda Jhoana, investigadora principal, y Dra. Rosario del Milagro Wong Chung**,** asesor, del trabajo de investigación "**Influencia del Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P Lambayeque, 2022**", declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrará lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este Informe y, por ende, el proceso administrativo a que hubiera lugar, que pueda conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este Informe.

Lambayeque, 02 de febrero del 2023

Medina, Santa Cruz, Hilda Jhoana

Investigadora

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a toda mi familia. Especialmente, a mis padres por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y de mi vida. Gracias por enseñarme afrontar la vida y ayudar a superar las dificultades.

A todas las personas que han sido parte de este largo camino académico que me han apoyado, han hecho que el trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos.

De la misma vez agradecerle a mi tutora de especialidad, Rosario Wong, por su dedicación, experiencia y paciencia en el trabajo de investigación.

Consecuentemente, agradecer a mi tutor metodológico, Gustavo Ventura, por las enseñanzas aprendidas en el tema práctico del presente estudio.

Finalmente, a todas las personas que colaboraron en la indagación.

ÍNDICE

ACTA DE SUSTENTACIÓN 2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD 3
DEDICATORIA 4
AGRADECIMIENTO 5
ÍNDICE 6
ÍNDICE DE TABLAS 7
ÍNDICE DE FIGURAS 8
RESUMEN 9
ABSTRACT 10
INTRODUCCIÓN 12
CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO 14
1.1. Antecedentes de la investigación 15
1.2. Bases teóricas 17
Enfoque teórico de la variable Facebook 17
Dimensiones de la variable Facebook 21
Otras bases teóricas 22
Teoría del comportamiento humano. 30
Dimensiones del comportamiento humano 30
Otras teorías del comportamiento humano 31
CAPÍTULO II. MÉTODOS Y MATERIALES 39
2.1. Tipo de investigación 40
2.2. Diseño de la Investigación 40
2.3.Población, muestra. 41
2.4. Técnicas, instrumentos, equipos y materiales 41
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 42
3.1. Resultados de los objetivos de la investigación 43
3.2. Discusión de resultados 76
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 79
4.1.Conclusiones 80
4.2.Recomendaciones 81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sexo del encuestado 43
Tabla 2 Mejor interración con los contactos de facebook que los de su entorno 44
Tabla 3 Transmisiónes en vivo desde el Facebook de algún acontecimiento que pasa el colegio para lograr la aceptación de mis compañeros 45
Tabla 4 Empleo diario del Facebook para contactar a los amigos o compañeros del colegio y ser de uso exclusivo para fines académicos 46
Tabla 5 Nivel de interacción de los adolescentes en Facebook 47
Tabla 6 Contenido de las visualizaciones en Facebook no ayudan en la formación escolar 48
Tabla 7 Facebook y formación escolar 49
Tabla 8. Facebook y la expresión de emociones 50
Tabla 9. Facebook y los aspectos personales 51
Tabla 10. Nivel de información referente al uso del Facebook 52
Tabla 11. Facebook y la conexión con el entorno que rodea al adolescente 53
Tabla 12. Percepción de la entrada al facebook 54
Tabla 13. Soluciones por medio del facebook 55
Tabla 14. Nivel de comunicación mediante el Facebook 56
Tabla 15. Nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes 57
Tabla 16. Reacciones violentas 58
Tabla 17. Problemas en el hogar por el uso del facebook 59
Tabla 18. Cambios originados por facebook 60
Tabla 19. Nivel de agresividad de los adolescentes 61
Tabla 20. La comprensión de los adolescentes con los demás por facebook 62
Tabla 21. El facebook y el respeto con los demás 63
Tabla 22. El uso del facebook y el sentimiento de pertecencia de un colectivo 64
Tabla 23. Identificación con un colectivo 65
Tabla 24. Nivel de asertividad de los adolescentes 66
Ilustración 25Facebook y la expresión de ideas 67
Tabla 26. Facebook y la comunicaciòn de los adolescentes 68
Tabla 27. Facebook y la cooperación con los demás 69
Tabla 28. Facebook y la actitud en cada y los demás 70
Tabla 29. Nivel de pasividad de los adolescentes 71

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 Sexo del encuestado 43
Ilustración 2 Interacción en el Fcebook..... 44
Ilustración 3 Percepción de las transmisiones por Facebook 45
Ilustración 4 Contactos con amigos..... 46
Ilustración 5 Nivel de interacción de los adolescentes en Facebook..... 47
Ilustración 6 Percepción del contenido que visualiza en el Facebook 48
Ilustración 7 Percepción de la visualización de noticias por Facebook 49
Ilustración 8 Facebook y la expresión de emociones 50
Ilustración 9 Facebook y los aspectos personales 51
Ilustración 10 Nivel de información sobre el uso del Facebook 52
Ilustración 11Facebook y conexión con el entorno que rodea al adolescente..... 53
Ilustración 12 Percepción de la entrada al facebook 54
Ilustración 13 Soluciones por medio del facebook..... 55
Ilustración 14 Nivel de comunicación mediante el Facebook..... 56
Ilustración 15 Nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes..... 57
Ilustración 16 Reacciones violentas 58
Ilustración 17 Problemas en el hogar por el uso del facebook 59
Ilustración 18 Cambios originados por facebook..... 60
Ilustración 19 Nivel de agresividad de los adolescentes 61
Ilustración 20 La comprensión de los adolescentes con los demás por facebook..... 62
Ilustración 21 El facebook y el respeto con los demás..... 63
Ilustración 22 Empleo del facebook y el sentimiento de pertenencia de un colectivo..... 64
Ilustración 23 Identificación con un colectivo 65
Ilustración 24 Nivel de asertividad de los adolescentes 66
Ilustración 25 Facebook y la expresión de ideas 67
Ilustración 26 Facebook y la comunicación de los adolescentes..... 68
Ilustración 27Facebook y cooperaciòn con los demás 69
Ilustración 28 Facebook y la actitud con el entorno..... 70
Ilustración 29 Nivel de pasividad de los adolescentes 71

RESUMEN

El presente estudio denominado “La influencia de la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021” en el cual se tuvo como objeto determinar la ascendencia que tiene nen los adolescentes la I.E.P. mencionada, para lo cual se empleó un tipo de investigación básica, de diseño no experimental-correlacional, causal, de corte transversal y de paradigma cuantitativo. Respecto a las técnicas e instrumentos, se empleó la encuesta y el cuestionario respectivamente, los cuales se ejecutó uno para cada variable de estudio, siendo contestados por una población total de 47 alumnos del referido año.

Se tuvo como principal resultado que hay una influencia positiva, muy directa y significativa del Facebook con el comportamiento de la muestra, infiriendo que mientras se emplee de manera inadecuada dicha red social, su conducta se verá perjudicada.

Palabras claves: Facebook, conducta, adolescente.

ABSTRACT

The present study entitled "The influence of the social network Facebook on the behaviour of adolescents in the 4th year of secondary school at the I.E.P. Lambayeque, 2021" was carried out to determine the influence of the social network Facebook on the behaviour of adolescents in the 4th year of secondary school at the I.E.P. Lambayeque, 2021. For this purpose, a basic type of research was used, with a non-experimental-correlational, causal, cross-sectional and quantitative paradigm design. With respect to the techniques and instruments, the survey and the questionnaire were used respectively, which were executed one for each variable of study, being answered by a total population of 47 students of 4th year of secondary school of the I.E.P. Lambayeque. The main result was that there is a positive, very direct and significant influence (r=0.975) on the variable facebook with the behaviour of the adolescents, inferring that while this social network is used in an inactive way, their behaviour will be harmed.is used in an inactive way, their behavior will be harmed.

Keywords: Facebook, behaviour, adolescent.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, según Arab y Díaz (2015), se ha determinado que las redes sociales son una herramienta que ha venido impactando en la conducta del ser humano, indican que un 95% de adolescentes emplea redes digitales como Facebook, un 68% usan WSP, un 59% instagram y más del 70% otras plataformas, asimismo que los jóvenes que oscilan entre 15-30 años pasan más de 8 horas en dichas redes, lo que origina que sus acciones de comportamiento se vean perjudicada con el entorno que los rodea.

En el contexto nacional, la red social Facebook, según el diario La República (2021), es la más popular en su utilización, por los jóvenes menores de 25 años, ascendiendo a una cantidad de más del millón de usuarios, estableciendo su protagonismo e influencia en la época actual, todo ello a producto de su fácil acceso para emplearla, no obstante, la población adolescente muchas veces no logra distinguir el correcto empleo de la red social en mención, puesto que ha tenido impactos psicológicos negativos, perjudicando su actuar en la familia y la sociedad que convive.

En la institución educativa privada “Lambayeque”, se ha evidenciado una práctica cotidiana y problemática respecto al empleo del Facebook por parte de los alumnos de 4to año de secundaria, ya que en opinión de los padres de familia, sus hijos pasan más de 10 horas en el uso de la red, así mismos al llamarle la atención muestran una conducta compulsiva y agresiva, muy pocas veces se emplea para interactuar con compañeros o docentes en la parte académica, impactando de manera negativa en su actuar, lo cual refleja la problemática en desarrollo.

Ante lo descrito, se planteó como fundamentos de investigación: Objetivo General: determinar la influencia de la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021.

Objetivos específicos: determinar el nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021 - Analizar el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021 - determinar la relación de la variable Facebook con las dimensiones de la variable comportamiento en los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021.

Por su parte, el trabajo se subdividió en IV capítulos:

En el capítulo I, se generó el marco teórico, basado en los antecedentes o trabajos previos y teorías relevantes al tema de estudio.

En el apartado II, se detalló el marco metodológico, describiendo el tipo, diseño y aspectos metódicos.

Respecto al punto III, se describió los resultados de la investigación, así como su discusión.

En el capítulo IV, se establecieron las conclusiones y recomendaciones respectivamente.

Se determinó que hay una influencia positiva y muy directa de la variable Facebook sobre la variable comportamiento de los adolescentes, infiriendo que mientras se emplee de manera inadecuada dicha red social, su conducta se verá perjudicada.

CAPÍTULO I. DISEÑO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes Internacionales

Arias (2020) en su investigación “La red social Facebook y su influencia en el comportamiento de los adolescentes del centro educativo las orquídeas de la ciudad de Guayaquil”, tuvo como finalidad en su estudio analizar la influencia de esta red social en la conducta de los jóvenes del contexto descrito. De la misma manera, se utilizó una metodología de tipo explicativo, de diseño no experimental y corte transaccional. Se usó el instrumento como herramienta de recolección de datos, quien fue desarrollado por un total de 200 encuestados. Se tuvo como conclusión general que existe una influencia del Facebook en la conducta de los adolescentes, la cual se caracteriza como positiva y directa.

Montecé (2018) en su investigación “Análisis comunicológico de la influencia de la red social Facebook en el comportamiento de jóvenes de 15 a 17 años de la ciudadela El Mamey, Cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos, periodo 2017” tuvo como primer objetivo en su trabajo científico determinar la influencia del Facebook en el proceder de los adolescentes de la territorialidad antes detallada. Se utilizó una metodología de tipo descriptivo-explicativo, de diseño no experimental, enfoque cuantitativo y corte trasversal. Se empleó el cuestionario como instrumento de recolección de información, el cual fue aplicado a un total de 184 jóvenes. Se concluyó que existe una influencia positiva y significativa entre las variables de estudio analizadas por el investigador.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Castillo (2017) en su indagación “Nivel de influencia del uso de la red social Facebook en el comportamiento de los alumnos de Quinto año de secundaria de la IEP Jesús Maestro, Nuevo Chimbote, 2017”, planteó como fin determinar la influencia del Facebook en el comportamiento de los estudiantes de la institución antes referenciada. Se usó un tipo de investigación descriptiva-explicativa, de corte transversal y diseño no experimental. Se utilizó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento, quien fue resuelto por una muestra total de 71 jóvenes. Se tuvo como resultados generales que existe una incidencia de la primera variable sobre la otra, además que un 67% de estudiantes emplean la red digital, que más del 50% de estudiantes presentan un comportamiento negativo, consecuentemente que existe una relación entre el Facebook con las dimensiones comportamiento agresivo, asertivo y pasivo respectivamente.

Quispe (2022) en su indagación “Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los estudiantes del 5to grado de la institución educativa secundaria JEC "Pedro Vilcapaza Alarcón" 2018”, tuvo como finalidad en su estudio analizar la influencia de las redes sociales en el comportamiento de los estudiantes de la institución antes detallada. Se utilizó un tipo de indagación explicativa, de enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Se usó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, quien fue desarrollado por una muestra de 151 alumnos. Se tuvo como hallazgos principales que hay una incidencia entre las variables de estudios con un resultado de r=23,258 según la prueba del Chi2, además que un 65% de estudiantes utilizan en gran medida el Facebook, que un 32% de estudiantes presentan un

comportamiento no asertivo, finalmente que existe una relación entre la variable redes sociales con las dimensiones comportamiento agresivo, asertivo y pasivo respectivamente.

1.2. Bases teóricas

Enfoque teórico de la variable Facebook

La presente variable se fundamenta en el aspecto teórico de Llaguno y López (2011), quien mediante la teoría de usos y gratificaciones del Facebook, resalta la búsqueda de la respuesta a la interrogante ¿qué hacen las redes sociales con nosotros?, entre las cuales refiere que, muy aparte de las condiciones y clases sociales de un ser humano, las redes tienden a satisfacer las necesidades que padece un sujeto, entre las cuales destaca la interacción, búsqueda de la información, comunicación, la percepción y el comportamiento del ser humano.

En base a la descripción propia de la teoría, el Facebook se muestra como una herramienta tecnológica que contribuye a la comunicación efectiva a larga y corta distancia, gracias a esta respuestas se puede compartir y relevar contenidos que entretienen al ser humano, por lo que abarca mucho en lo emocional de una persona, en ese sentido, marca un aspecto importante, una audiencia activa y la gratificación de su uso por ser factible, determinando así el impacto en la conducta de una determinada persona (Dan y Zarella, 2011).

En ese orden de ideas, el Facebook se ha convertido en la red social que abarca una cantidad considerable de la población a nivel mundial, siendo los adolescentes la población que más hace uso de esta plataforma, y a causa de esta incidencia,

Facebook se ha convertido en el centro de críticas e investigaciones (Kenneth y Guercio, 2013).

Las últimas investigaciones han explanado que dicha red social es la causante de modificaciones en la sociedad, siendo la principal el uso reincidente y permanente de los adolescentes lo mismo que ha traído como consecuencia una dependencia en un grado exagerado. Así mismo las estadísticas señalan que la población joven se sitúa como los que más hacen uso de esta plataforma, ante la preferencia en las diversas encuestas aplicadas (Rodríguez, 2012). De esta manera al estar más inmersos en Facebook, les ha traído como consecuencias modificaciones en la conducta y el comportamiento interviniendo hasta en la forma en cómo se expresan.

Como señala Martínez (2012), al ser la comunicación una de las habilidades innatas e inherentes del hombre sirviéndole como medio para expresar sus ideas, emociones, conocimientos y sentimientos, es imposible apartarlo de su naturaleza, pero se ha hecho evidente en la coyuntura actual que la comunicación ha sido adaptada a diferentes modelos y formas de expresión. Con el pasar de los años, el ser humano a creado diferentes herramientas para facilitar la transmisión de información acompañado del ahorro del tiempo, lo que denominó medios de comunicación, ya para hoy y con el avance de la ciencia y la tecnología, tales medios han evolucionado en nuevas estructuras totalmente modernas que se distinguen por sus actualización, diversidad e interactividad, designadas como Tecnología de la Información y Comunicación, mejor conocidas como TICs (Martínez, 2012).

De acuerdo con Rodríguez (2012) señala que el internet es el quinto paso más revolucionario que la humanidad ha creado, que ha transformado las vías de comunicación entre las personas a través de las plataformas web, en las cuales

adquieren aún más relevancia. Ante la necesidad de comunicación y la presente aparición de las TICs, se han abierto nuevas posibilidades para que las personas intercambien información como por ejemplo los dispositivos móviles, el internet, las redes sociales, etc.

Los grandes avances como el internet y los servicios que este ofrece, facilitan el acceso a las redes sociales en las cuales los usuarios, crean una identidad que se hará pública y con la cual interactúan con otros individuos que presenten o tengan preferencias en común. Así mismo facilitan la comunicación continua de los círculos sociales de trabajo o estudio, y el intercambio de información multimedia como videos, fotos, música, entre otros, permitiendo visualizar y estar al tanto de lo que otros usuarios comparten de su vida diaria (Carrillo et al. 2017).

Además, también es importante recalcar que la tecnología la sintetizado y corregido deficiencias a lo largo de los años, como el caso de las cabinas que posteriormente se transfirió a una computadora en casa y posteriormente la inserción del internet en los teléfonos móviles, permitiendo el acceso a los individuos en todo momento, tiempo y lugar.

Los pasos agigantados de la tecnología han permitido que la evolución de las redes sociales se dé en un tiempo muy corto, causando un impacto en la población más joven, implantando un nuevo estilo de comunicación de toda una generación. Ante ello Fernández (2015) expone que el reincidente uso de las plataformas virtuales origina en los individuos cambios en su comportamiento y a nivel psicológico debido a que la gran mayoría de internautas intenta imitar lo que observan en tales plataformas para poder estar a la “moda” o en “tendencia”.

Entre las diversas redes que se utilizan actualmente, destaca Facebook por los conocidos servicios que brinda, por lo cual un individuo se entera de lo que hacen, en donde se encuentra con quienes o incluso lo que hacen sus “amigos”a en tiempo real. Debido a la característica pública que ofrece la aplicación Facebook, y tomando en cuenta que los adolescentes se encuentran en una etapa hormonal con diversos cambios tanto físicos como emocionales, y al estar inmersos en esta red se vuelven propensos a imitar y plantear sus expectativas en base a lo que encuentran en la red (Granados, 2018).

Según esta variable, el avance de la tecnología brinda ventajas y ciertas desventajas de esta red social debido a que su excesivo uso acarrea consecuencias como vicios, comportamientos aislantes u obsesivos por ser como lo que observan, que muchas veces debido a la corta e inexperta edad que poseen no prevén. Y al primer intento de frenar tales comportamientos puede ocasionar reacciones violentas, presentando actos de rebeldía, disminuyendo el rendimiento educativo, salidas y encuentros con personas desconocidas que en ciertas ocasiones termina favoreciendo la comisión de delitos.

De acuerdo con Habermas (1981), también se ha vuelto muy común observar a poblaciones estudiantiles hacer uso de los móviles bajo ninguna supervisión por parte de un adulto, lo que trae un uso descontrolado durante todo el día, convirtiéndose posteriormente en una adicción. Tales comportamientos han traído como medida preventiva la prohibición del uso de tales dispositivos durante las horas académicas.

De acuerdo con La Rosa (2016) varias investigaciones han revelado que los adolescentes presentan una preferencia hacia estas plataformas debido a que mediante

ellas se pueden expresar sin la necesidad de relacionarse directamente con otras personas.

López y Ciuffoli (2012) señalan que actualmente Facebook se ha convertido en la red más importante con un alcance a nivel global, con una gran incidencia en uso y aceptación por parte de la población, a causa de las facilidades de interacción que presenta permitiendo la comunicación activa entre los usuarios e intercambio de información constantemente.

Dimensiones de la variable Facebook

Interacción: es todo tipo de acción que se desarrolla entre dos personas por medio de diferentes medios de comunicación. La interacción en Facebook también se hace referencia a todo tipo de publicación o número total de acciones que los dujeros ejecutan en asociación con los anuncios en Facebook (Llaguno y López, 2011).

Información: La información fue todo tipo de documentación o datos que se genera por medio de Facebook que se proporciona de manera pública, entre ellos destaca el perfil, edad, idioma u algunos elementos. Tambien la información es todo tipo de noticia que se suele difundir por medio de esta red social, impactando en la conducta del sujeto (Llaguno y López, 2011).

Comunicación: La comunicación es todo tipo de proceso donde se emiten mensajes entre emisor y receptor, por lo que, dentro de este medio virtual, se comparten mensajes visuales, manuales, sonoros, etc (Llaguno y López, 2011).

Otras bases teóricas

El Facebook como Social media:

De acuerdo con López et al. (2019) señalan que es el conjunto de medios vía online que facilita el contacto con otros usuarios dentro de la plataforma, convirtiéndose así en una herramienta comunicativa de interacción. Se trata del uso de tecnologías modernas y dispositivos móviles que posean acceso a tal plataforma con el fin de mantener una interacción activa entre los usuarios.

El Facebook tiene como objetivo principal el compartir información a través de fotos, vídeos, textos o de manera personalizada entre los internautas activos, también presenta la característica de una comunicación atractiva e información resumida que evita el aburrimiento en los usuarios, por el contrario, atrae más. Este punto posee tres aspectos resaltantes: el primero es la evolución, debido a la manera en cómo interaccionan los internautas, el segundo es la revolución por el acceso a contenido con alcance mundial y por último la contribución que hace al permitir el intercambio de información y el desarrollo de una de las habilidades innatas del ser humano (López et al., 2019)

Modelo de comunicación de Abraham Moles

El sociólogo y filósofo francés, Abraham Moles a través de su libro Sociodinámica de la cultura, publicado en el año 1967, explana que las plataformas comunicativas poseen un papel de bastante relevancia en la comunicación entre los individuos, influyendo de manera auditiva, visual y gráfica que son vías para la transmisión de información a las poblaciones teniendo como principal característica

ser una herramienta informativa fundamental para la población moderna. Así mismo conceptualizó al proceso comunicativo como una actividad dinámica de tipo social, pues se encuentra mezclado con otros elementos que poseen más complejidad que cada emisor se encarga de decodificar.

Este modelo se encuentra fundamentado en dos momentos importantes que ocurren con temporalidades diferentes, en el primero se transmite la información por los medios de manera masiva a la población por lo que posee un corto plazo, el segundo a diferencia del anterior este es de largo plazo este posee un enfoque sociocultural, en donde hay un transmisor que emite información la cual atraviesa los micro y medios masivos teniendo como destino final la población, este momento posee cierta confidencialidad ya que michas veces no toda la información emitida se da a conocer (Merodio, 2016).

Moles también señala que la comunicación se da producto de la intersección entre los medios comunicativos, las personas y su característica comunicativa, sumada de los códigos de lenguaje, espacio social, etc. (Merodio, 2016).

La teoría de la aldea global

Sabrina y Hofer (2020) indican que los avances tecnológicos poseen cierto crecimiento y rapidez por lo que compara todo ello a una aldea, así mismo los avances en la tecnología facilitan que los individuos establezcan conexiones con otros de manera rápida e inmediata. Es por ello que Powers señala que la comunicación en el punto central para el desarrollo de la misma, satisfaciendo sus necesidades y transmitiendo sus deseos, teniendo en cuenta que en la coyuntura actual toda persona se encuentra expuesta a tales medios por los cuales se comunican rápidamente, siendo la principal red para ello, Facebook.

Teoría de usos y gratificaciones:

Esta teoría fue propuesta por Katz y Blumler en el año 1974, la misma que cuestiona la necesidad de explicar el uso que se le da a los medios de comunicación, las conductas de uso y los diversos factores influyentes en el comportamiento del individuo.

Sopuruchi y Obiageli (2020) señalan que esta teoría está direccionada a la audiencia, estableciendo a los medios de comunicación como una herramienta para satisfacer las necesidades comunicativas de una población. El principal objeto de estudio de dicha teoría es la razón del uso de los medios y que consiguen mediante tal uso. Respondiendo a la interrogante ¿cuál es el efecto que ocasionan los usuarios en los medios comunicativos? Es decir, el punto central del estudio es averiguar como las personas seleccionan de manera intencional lo medios que cubren sus necesidades comunicativas, les brinden entretenimiento y a su vez que les permitan comunicarse.

Sopuruchi y Obiageli (2020) también indican que mediante esta comprobación se logra convencer de que los oyentes poseen el control del contenido que consumen y la manera en cómo lo integran a su vida y los individuos no son consumidores pasivos. A diferencia de otras bases teóricas, la teoría del uso y gratificaciones indica que son los mismos consumidores los responsables de la elección de contenidos en relación con sus necesidades para llegar a una gratificación personal, además se establece que los medios comunicativos hacen uso de otros con el fin de suplir las necesidades de los receptores.

Uso y consumo de Facebook

Es de gran importancia establecer la diferencia entre el uso y el consumo, muchas veces definidos como iguales, ambos términos son intrínsecos debido a que el primero se encuentra inmerso en el segundo.

De acuerdo con Faerman (2009), dentro de la comunicación y en un proceso sociocultural, el uso y consumo se diferencian en que un uso meramente instrumental es la acción de comunicación que lleva a cabo uno o más individuos por medio de la red social Facebook, mientras que la interacción con otros individuos e intercambio de información y navegación en la red vendría a ser el consumo. Faerman (2009) también señala que el uso nace ante una necesidad por lo que se trata de la utilidad que se le brinda a Facebook para comunicarse con otros individuos o para recepcionar información.

Desde un punto de vista económico Gonzales (2014) explana que el consumo es un proceso de carácter social pero que también posee relación a lo cultural, de esta manera si se afirma el consumo de Facebook, se trata de un proceso por el cual se hace uso del carácter tanto social como cultural en donde debe darse una predisposición de uso, que conllevará posteriormente a un uso recurrente hasta convertirse en permanente, como si se tratase del uso social de un bien material e inmaterial, que deben posees elementos como símbolos, lenguajes, códigos que a su vez forman parte de un sistema simbólico estructurado y socialmente compartido que no es meramente comunicacional.

A consecuencia de la evolución informática y de los TICs la tecnología se ha ido perfeccionando y modificando con el fin de formar parte de la sociedad y servir de herramientas para facilitarle la vida a los individuos. Parte de estos avances se encuentra la denominada red de redes y base de la informática, el internet herramienta

considerada la más importante y trascendental que facilita la comunicación, transferencia, intercambio o búsqueda de información, contrarrestando obstáculos de distancia o tiempo. A tal facilidad que ha brindado el internet se le ha asignado como comunicación virtual la misma que permite la interacción en la sociedad (Gonzàlez, 2014).

Robles (2014) afirma que el mayor uso dentro del internet está direccionado a las redes sociales, pues se han constituido como un complemento comunicativo a la interacción directa y presencial, constituyendo una gran cantidad de usuarios agregados de acuerdo a la red de contactos previamente tenida, formando así parte indispensable y clave de las relaciones entre los seres humanos.

En la coyuntura actual, las redes sociales debido a sus uso y consumo han obtenido un alto grado de importancia, pues le brinda a sus usuarios no solo interacción sino también entretenimiento, noticias inmediatas, contenido de interés personal e incluso ubicar a familiares lejanos.

El término red proviene etimológicamente del latín *rete* y se traduce como una estructura que posee un patrón definido. Así mismo hay diferentes tipos de redes: sociales, informáticas y eléctricas. Por lo que una red social se define como una plataforma donde los individuos pueden construir relaciones de índole laboral, sentimental o amical.

De acuerdo con Carballar (2012), conceptualiza a la red social como un grupo de personas que se encuentran relacionados entre sí. Así mismo Carballar (2012) señala que la red social es un servicio a nivel de web cuya finalidad es la construcción de agrupaciones virtuales, a través de las conexiones personales que se les facilitan a los internautas, los cuales tienen a su disposición la creación de un perfil el cual les

contribuye a asociarse con otros con intereses en común para compartir, intercambiar o visualizar videos, fotos u otros contenidos que admite subir la plataforma. Es así que se formas las comunidades o agrupaciones que permiten la emisión de ideas dentro de un margen de interés común traspasando fronteras, tiempos, espacios, distancias y horarios.

Ante ello Carballar (2012) describe cómo funciona una red social:

En la plataforma existen sitios donde una persona agrega a más individuos para establecer una interacción online, pero está en la decisión de los invitados de aceptar y pasar a formar parte de la lista de contactos de la persona que los invitó.

Los nuevos contactos agregados hacen lo mismo que hizo la primera persona, entendiendo invitaciones a amistades o conocidos incrementando la extensión de los contactos

Luego de haberse formado la red de contactos las personas intercambian información o contenido de interés que posean en común entre ellos, dependiendo del tipo de red social que se trate.

La teoría del Facebook según Mark Zuckerberg

De acuerdo con lo señalado por el creador y dueño, Mark Zuckerberg, esta plataforma tuvo como objetivo inicial poder compartir y lograr que el mundo sea un lugar interactivo y abierto donde se podría conocer lugares que físicamente sería imposible o improbable llegar. Para la actualidad se ha convertido en una de las plataformas más empleadas por el ser humano, la cual presenta un grupo de servicios y herramientas que permiten a los usuarios interactuar con círculos sociales, familiares y educativos (Cobo, 2012).

La plataforma como señala su creador fue lanzada al mercado en el año 2004 por unos estudiantes de la reconocida universidad de Harvard, EEUU, cuyo objetivo era intentar ingresar a la red universitaria en ese tiempo. Es así que fue creada como principal fuente de interacción a nivel universitario. Ya posteriormente se extendió hasta los niveles escolares, profesionales y usuarios particulares.

Es por ello que Flores (2013) denomina a Facebook como el libro del rostro, siendo ahora la red con más usuarios en el mundo ofreciendo a los navegadores posibilidades casi infinitas de contenidos e información de millones de personas que también navegan al mismo tiempo en diferentes lugares por todo el mundo

Son las múltiples utilidades y acciones que le dan a la plataforma web los usuarios, quienes a través de las diversas aplicaciones que engloba la misma le dan un uso determinado. De acuerdo con Flores (2013) Facebook se ha configurado como la red social más importante a nivel mundial por la gran cantidad de personas que hacen uso de ella, debido a la diversidad de herramientas internas y elementos que presenta.

Su implementación en la vida cotidiana de las personas puede traer ciertas ventajas como consecuencias negativas. Ante ello Fresnos et al. (2013) indica que el uso permanente de una red social como Facebook genera una dependencia y aislamiento de actividades con personas físicas directas.

Facebook y los adolescentes

Desde la creación de esta red social, Facebook ha contraído una cantidad enorme de usuarios que día a día se incrementan. Una investigación llevada a cabo por ComScore, explana que hay más de 126 millones de latinoamericanos entre la edad de 15 y 19 años que han tenido acceso a una red social desde algún dispositivo

móvil en el año 2014, con un promedio aproximado de 7 a 8 horas consumidas mensualmente, representando así al 96% de la población virtual (Fresnos et al., 2013)

En el Perú, esta red social es propensa al uso de los adolescentes, puesto que son los más propensos a estar en un uso constante de las TICs, a tal nivel que viven prácticamente entre pantallas, y esto se incrementa aún más ante la innovación constante de las empresas productoras de tecnología como celulares, computadoras, tabletas e incluso relojes dotados de facilidades para el acceso a dichas plataformas. Además, se afirma que el mayor uso dado a las redes es de interacción, seguido de difusión de ideas y comentarios.

Los adolescentes en la actualidad poseen un conocimiento muy amplio del uso de las redes debido a la frecuencia de uso que le dan, y más aún con la fase de pandemia que atravesó el país, donde estas plataformas alcanzaron un alto nivel de popularidad, la cual han convertido en un requisito que forma parte de su vida diaria para comunicarse con amigos, conocidos, compañeros de estudios, de trabajo entre otras personas que presenten intereses en común sin la necesidad de acudir a un lugar para reunirse físicamente.

De la misma manera Fresnos et al. (2013) sustentan que Facebook es para la actualidad un instrumento comunicativo que, aunque ha facilitado tal comunicación muchas veces no es la adecuada o recomendable, debido a que como requisitos para la creación de un perfil no necesariamente pide datos válidos o corroborados, esto expone a la población joven a caer en mentiras de perfiles falsos de personas que buscan cometer actos delictivos, a los mismos que al compartir información ya sea mediante estados, publicaciones o por mensaje directo se exponen al peligro.

Teoría del comportamiento humano.

La base teórica del comportamiento humano, en referencia a lo manifestado por Domínguez (2003) indica que está relacionada con los roles sociales y las experiencias que definen a un ser humano, así mismo se refleja bajo la práctica en el entorno que lo rodea. En la línea del autor citado, el comportamiento del ser humano se ve influenciado tanto en lo social como en el aspecto tecnológicos, de la misma manera refiere que las TIC's y las redes sociales han dominado el actuar del sujeto, evidenciado todo lo descrito en una personalidad pasiva, explosiva o por el contrario asertiva, en ese aspecto, la presente teoría estudia la conducta y los estímulos que están asociados al entorno virtual del sujeto, por lo que es significativo analizar sus actitudes emociones, valores, entre otros aspectos importantes.

Bandura (1969) quien conceptualiza al comportamiento como la forma en que un individuo lleva a cabo un conjunto de acciones con el fin de adaptarse y pertenecer a un entorno, es decir un reflejo ante un estímulo externo que pone en actividad factores motrices, psicológicos y fisiológicos.

Por otro lado, se define al comportamiento como la diversidad de acciones que una persona muestra a la sociedad, las cuales están determinadas por factores como la cultura, actitudes, valores, emociones, autoridad y cargo, el entorno mismo, la genética y la moral.

Dimensiones del comportamiento humano

Siendo el comportamiento la forma de proceder de los individuos en relación al entorno en el que se encuentren, Domínguez (2003) explana tres tipos de comportamientos:

- Comportamiento agresivo: la persona obtiene lo que desea, pero sin tener en consideración a los demás, manifestando sus sentimientos, pensamientos y necesidades menospreciando o imponiendo orden en los demás, vulnerando totalmente sus derechos (Domínguez, 2003)
- Comportamiento asertivo: la persona es segura de sí misma, expresa sus opiniones, pensamientos, sentimientos y necesidades, pero a diferencia del individuo agresivo, no impone lo que transmite, sino que se mantiene en un margen de respeto, poseen un alto grado de empatía con el medio social que los rodea (Domínguez, 2003).
- Comportamiento pasivo: el actuar de este individuo es pasiva, es decir tranquila, se mantienen en un margen neutro evitando emitir sus necesidades, emociones, pensamientos u opiniones, no tienen una valoración de sí mismos por lo que permiten que otros ejerzan sus derechos sobre los suyos (Domínguez, 2003).

Otras teorías del comportamiento humano

Muchas veces cuando se habla de comportamiento aparecen términos muy recurrentes como conducta y actitud, debido a que el ser humano es un punto de estímulos el cual va adquiriendo cierto conocimiento y experiencia los cuales aplica para poder interactuar y comunicarse con su entorno. Ambos se configuran como acciones personales que se relacionan con el contexto pero que no son sinónimos, por lo que es de gran relevancia diferenciarlos para la presente investigación (Arellano, 2017).

a) Conducta: de acuerdo con la literatura de la psicología, este término posee su origen en el latín conductus, traducido al español como conducir. Refiriéndose así a la manera de desenvolvimiento de un individuo en particular o un grupo en relación con otros dentro de un contexto determinado. Se debe tener en cuenta que la conducta es una acción que acarrea ciertas consecuencias debido que la persona tiene pleno conocimiento al momento de actuar por lo que se deduce que también lo que puede causar con dicha conducta si se realiza de manera continua (Arellano, 2017).

b) Comportamiento: De acuerdo con (Arellano, 2017) es la manera en que cada persona actúa frente a los diferentes estímulos que recibe de su entorno, así mismo señala que dicho comportamiento está bajo la influencia cultural que cada individuo ha recibido de acuerdo con las normas y creencias que le fueron inculcadas y a partir de las cuales se realiza en reflejo a las situaciones que se le presenten.

c) Actitud: Es la disposición previa de actuar, estructurada por un grupo de opiniones y creencias, es de gran importancia recalcar este concepto debido a que la actitud es la que muchas veces ocasiona los cambios de comportamiento que puede presentar cierto individuo o grupo de personas (Arellano, 2017).

d) Carácter: es un reflejo de las cualidades internas que posee cada individuo, así como pueden tener rasgos o actitudes similares cada persona posee una cierta particularidad y patrón propio.

Esteban (2014), explana dos teorías desarrolladas en la psicología en relación con el comportamiento.

Teoría del aprendizaje: desarrollada por Jean Piaget, quien es denominado el padre de la epistemología genésica, mediante esta teoría Piaget afirma que el comportamiento es obtenido como producto de las experiencias personales de cada ser humano, y por consecuente la conducta que adquiere se forma en base a tales experiencias.

Teoría sociocultural: desarrollada por el destacado psicólogo teórico del desarrollo, Lev Vygotsky que mediante esta teoría establece que las personas estructuran su propia personalidad en la primera edad y que de acuerdo a como se vayan relacionando con otros individuos del entorno adquiere y copia ideas y comportamientos de otros.

Gómez (2014) señala que el comportamiento es la manera de ser de una persona y las acciones que lleva a cabo con el objetivo de adecuarse a su entorno, en respuesta a un estímulo en el que involucra elementos motrices, fisiológicos y psicológicos. También se debe considerar que tal comportamiento se ve motivado por el contexto social de cada individuo, generando análisis desde diversos puntos de vista, como formativo, social, familiar y emocional.

Gómez (2014) señala que partiendo desde el punto de vista histórico se describe que el ser humano siempre tiene una inclinación a averiguar sus raíces, el comportamiento y la causa o motivo de su existencia. A lo largo del tiempo se han dado una infinidad de respuestas a dichas interrogantes las cuales han variado de acuerdo a los contextos en que se explanen y de acuerdo a ellas el ser humano ha llenado ese vacío de saber con lo que él mismo dijo. Por otro lado, desde el punto de vista sociológico, los estudiosos indican que las experiencias y vida cotidiana van influyendo poco a poco en el comportamiento humano. Así mismo sostienen que el

comportamiento posee un carácter social, aun cuando su manifestación es de manera personal por cada individuo.

A través de la psicología también se plantea que el comportamiento humano se puede modificar aplicando ciertas teorías de la conducta. Es por ello que Harrisson (2015) sustenta que el comportamiento humano es susceptible de modificación por medio de dos medios de estimulación que se dan en momentos diferentes: el primero denominada conducta involuntaria, que a su vez puede ser provocada o simplemente por instinto humano, y el segundo denominada conducta voluntaria es decir todos aquellos comportamientos que lleva a cabo un ser humano de manera planeada y no solo por naturaleza.

Factores que influyen en el comportamiento humano:

Harrisson (2015) selecciona a los factores del comportamiento en dos grandes grupos.

a) Factores específicos: es adquirido personalmente que es implementado por el carácter personal de cada individuo.
b) Factores comunes: se encuentran con relación al espacio y contexto social debido a la gran influencia que poseen en cualquier comportamiento del ser humano.

Características del comportamiento humano:

Harrisson (2015) expresa las siguientes características:

Motivado: el individuo se desenvuelve motivado por los estímulos, preferencias e intereses, conllevándolo a actuar conforme a su forma de ser.

Complejo: debido a que el individuo está propenso a cambios biológicos los cambios psíquicos se vuelven diversos.

Singular: cada ser humano es único por lo que el comportamiento se refleja del carácter, el temperamento y la personalidad que ha sido formada o adaptada.

-Estable: debido a la continuidad de los cambios psíquicos, la forma en como un individuo se identifica y diferencia le proporciona una singularidad en su manera de hacer y actuar.

El comportamiento en la adolescencia

Ubicada dentro de las etapas de vida de un ser humano entre la infancia y el comienzo de la vida adulta, es un periodo donde el individuo se desarrolla a nivel social, biológico y psicológico preparándose así para afrontar responsabilidades más grandes.

De acuerdo con Arias (2020) el término adolescencia posee un origen en el latín *ad* que significa a o hacia y *olescere* que se traduce como crecer. Por lo que se interpreta como aquella condición que se da en el proceso de crecimiento humano y no solo a nivel físico, sino también mental. Por lo que se afirma que la adolescencia no es solo simple desarrollo biológico, sino también psicológico y social.

La Organización Mundial de la Salud conceptualiza a la adolescencia como aquel lapso del crecimiento y desarrollo humano que empieza posteriormente a la niñez, pero previamente a la adultez, con una edad aproximada de 10 a 19 años, debido a los cambios que produce es considerada una de las etapas transitorias con más importancia en la vida del ser humano, caracterizado principalmente por cambios repentinos y crecimiento acelerado.

La adolescencia también es la etapa donde un individuo aumenta su madurez emocional que posteriormente le permite tomar decisiones como de independizarse o adquirir otras responsabilidades.

Montecé (2018) sostiene en su libro "Educación para la ciudadanía y convivencia" que un adolescente debe tener autonomía emocional, es decir la capacidad de autorregularse, tomar decisiones, sentir, pensar y desenvolverse. Así mismo refiere que para la edificación correcta de la autonomía emocional, un adolescente debe haber recibido cariño, amor y confianza de su entorno familiar, ya que ello le permitirá poseer la confianza suficiente de hacer una introspección conocerse a sí mismo y a los demás, siendo capaz de entender las emociones que atraviesa o siente, así como las de los demás.

Debido a la edad que atraviesan y a los cambios acelerados que están expuestos, los adolescentes suelen ser tímidos y estar pendientes de cada cambio que atraviesan lo que muchas veces les conlleva a momentos incómodos o a acomplejarse. Se empiezan a mostrar más independientes y a pesar de haber tenido una relación estrecha con sus padres en la infancia, se alejan en un cierto grado con el fin de tomar sus propias decisiones y empezar a construir su identidad. En algunos contextos familiares tal aislamiento se da sin inconvenientes, pero en otros casos se presenta como rebeldía lo que pueden traer conflictos pues los padres tratan de mantener el control como lo hacían en la infancia.

En esta etapa los lazos amicales pasan a primer plano, debido a que entre ellos comparten sus aficiones, gustos o ideas que adquieren con el fin de construir su identidad. La relación de tales grupos es tanta que se han denominado, clubes, bandas o incluso pandillas, cuya característica principal es vestirse o hablar de manera similar

tener códigos o señales personales y únicas inmiscuyéndose en actividades de índole similar. Posteriormente esto se presta para agregar amistades de índole amoroso. Y es por ello que existe el riesgo constante que los adolescentes adquieran o imiten comportamientos erróneos y dañinos.

Facebook y comportamiento en los adolescentes

Mouduchowicz (2012) señala que los adolescentes hoy en día consideran de gran importancia a tres objetos: el teléfono móvil, la televisión y la computadora. Y a ello vale añadir el acceso a internet el cual es de vital importancia para el funcionamiento e ingreso a las plataformas sociales. En donde los jóvenes se dedican a intercambiar mensajes con aplicativos instantáneos de mensajería.

Así mismo mediante esta red social los individuos pueden compartir información acerca de sus gustos, preferencias o lugares que visitan, como también fotos con su familia o entorno social, establecer una foto de presentación, comentar como se siente en el día o realizar comentarios a publicaciones de otros. De esta manera Facebook se ha configurado como un lugar común para que múltiples individuos entablen conversaciones e interactúen entre sí, pero como se mencionó previamente tal comunicación ha sido modificada en la forma del lenguaje, espacio y tiempo.

Mediante Facebook lamentablemente la edad joven es la más vulnerable en ambos lados, tanto por parte de usuarios con perfiles falsos que buscan hacer daño o cometer conductas delictivas y tienen como víctimas a los adolescentes, como por el lado del gran tiempo que pasa un joven frente a los dispositivos navegando en dicha red, que posteriormente puede llegar a tornarse en un vicio, adaptando un

comportamiento indiferente con los que le rodean pero siendo interactivo con los usuarios de la plataforma (Montecé, 2018).

Diversos autores señalas que el uso abusivo de Facebook puede acarrear problemas mentales y psicológicos, reflejándose en un comportamiento antisocial que ante el intento de restringir al adolescente el acceso a la plataforma puede tornarse agresivo

Eso sin mencionar los múltiples fenómenos que han tenido parte gracias a la plataforma como el sexting, el grooming, el ciberbullying, entrada a terceras páginas con contenidos ilícitos o inapropiados e incluso estafas o virus hackers, entre muchos otros. Ante tales fenómenos se ha presentado una latente preocupación por parte de la población adulta, es especial los padres y apoderados de los adolescentes, debido a que el extenuante tiempo que pasan en las redes los conlleva a descuidar labores básico de ayuda en casa sin mencionar la gran afectación negativa en el contexto educativo.

CAPÍTULO II. MÉTODOS Y MATERIALES

2.1. Tipo de investigación

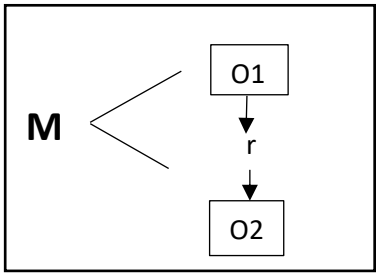
En referencia al tipo de investigación, fue básica, ya que la autora solamente ahondó en el tema de estudio seleccionado, sin la necesidad de proponer acciones y plasmarlas en la realidad del problema científico (Hernández et al. 2018)

2.2. Diseño de la Investigación

La indagadora empleó el diseño no experimental, puesto que tuvo como principal objetivo ahondar el conocimiento de un tema sin la necesidad de manipular las variables respectivas. De la misma manera fue correlacional causal, puesto que tuvo como finalidad medir la influencia de una variable independiente sobre la dependiente (Hernández et al. 2018).

Figura 1

Esquema del diseño correlacional causal



M: Muestra de estudio (Estudiantes).

O1: variable 1 (Influencia de Facebook).

O2: variable 2 (Comportamiento de adolescentes).

R: Correlación causal.

2.3. Población, muestra.

Población:

La investigadora ha considerado tomar como población a todos los alumnos del cuarto año de secundaria de la I.E.P. “Lambayeque”, los cuales, respecto a sus edades abarcan de 15 y 17 años, y suman un total de 47 alumnos.

Muestra:

Para determinar la muestra en estudio, se desarrolló el muestreo no probabilístico por conveniente ya que se escogía bajo la decisión propia de la autora y acorde al acceso para evaluar su opinión del encuestado.

En ese sentido, se empleó la población total como muestra, es decir, los 47 alumnos del cuarto año de secundaria de la I.E.P. “Lambayeque”.

2.4. Técnicas, instrumentos, equipos y materiales

Respecto a las técnicas de investigación fue necesario hacer uso de la encuesta para la obtención de información específica.

En referencia al instrumento de investigación, se utilizó el cuestionario, el cual estuvo compuesto por ítems y bajo la escala de Likert.

Equipos y materiales

EQUIPOS	UNIDADES	Financiamiento
Pc	1	s/2500.00
USB	2	s/. 40.00
MATERIALES		
Lapiceros	4	s/.2.00
Hojas Bond	100	s/.20.00
Total		s/.2562.00

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de los objetivos de la investigación

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021

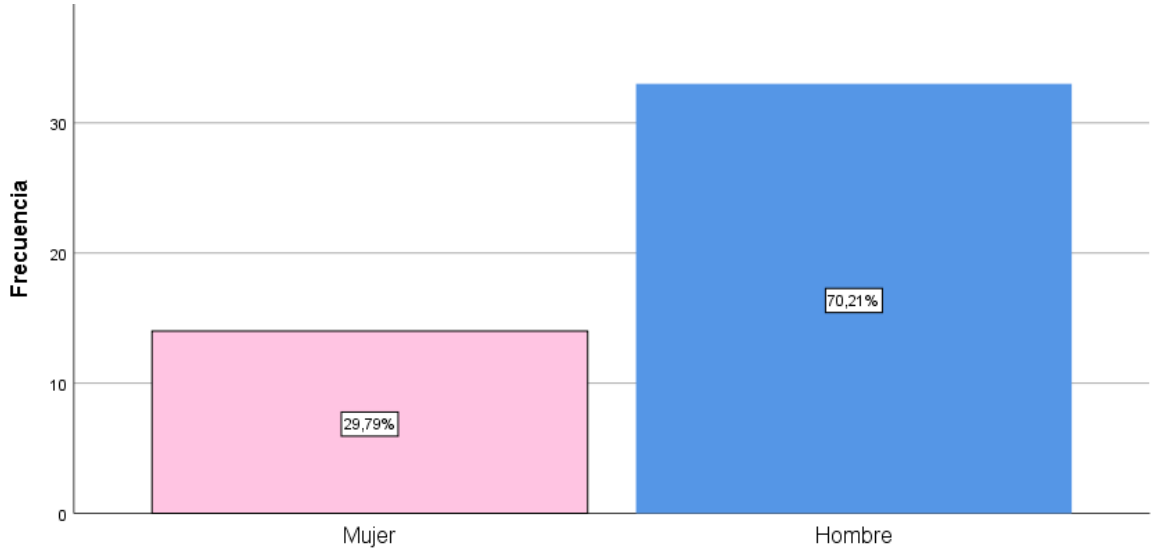
Tabla 1

Sexo del encuestado

SEXO	N	Porcentaje
Femenino	14	56,0%
Masculino	33	44,0%
Total	47	100.00%

Ilustración 1

Sexo del encuestado



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 1, se determina que, del total de encuestados, el 70.21% son del sexo masculino y el 29.79% pertenecen al sexo femenino respectivamente.

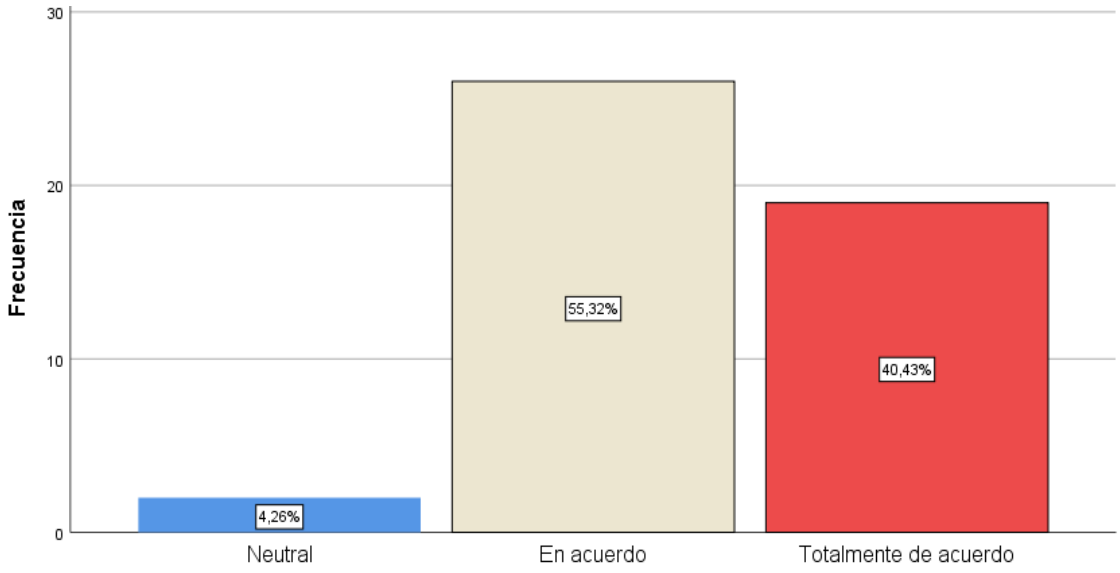
Tabla 2

Mejor interacción con los contactos de Facebook que los de su entorno

ITEM 1	N	Porcentaje
Neutral	2	4,26%
En acuerdo	26	55,32%
Totalmente de acuerdo	19	40,43%
Total	47	100.00%

Ilustración 2

Interacción en el Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 2, se determina que, del total de encuestados, el 55.32% refiere estar totalmente en acuerdo en afirmar que es mejor interactuar con los contactos de su Facebook que los de tu entorno, un 40.43% indica que está totalmente de acuerdo y un 4.26% no opina a la interrogante.

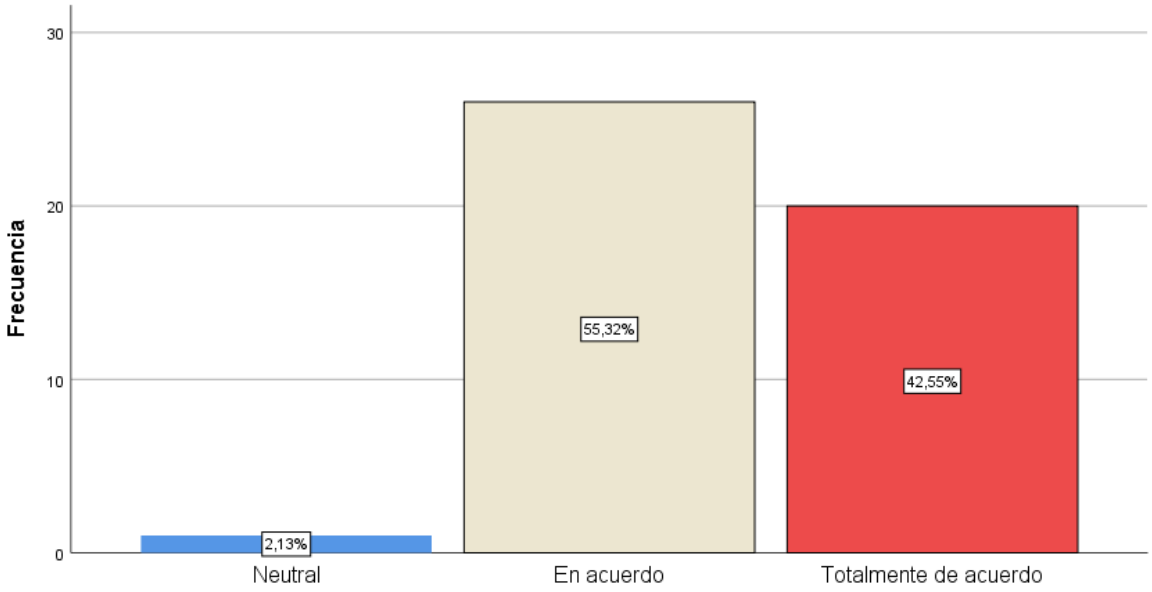
Tabla 3

Transmisiones en vivo desde el Facebook de algún acontecimiento que pasa el colegio para lograr la aceptación de mis compañeros

ITEM 1	N	Porcentaje
Neutral	1	2,13%
En acuerdo	26	55,32%
Totalmente de acuerdo	20	42,55%
Total	47	100.00%

Ilustración 3

Percepción de las trasmisiones por Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 3, se determina que, del total de encuestados, el 55.32% refiere estar totalmente en acuerdo en afirmar que disfruta hacer transmisiones en vivo desde Facebook de algún acontecimiento que pasa en el colegio para lograr la aceptación de sus compañeros, un 40.55% indica que está totalmente de acuerdo y un 2.13% no opina a la interrogante.

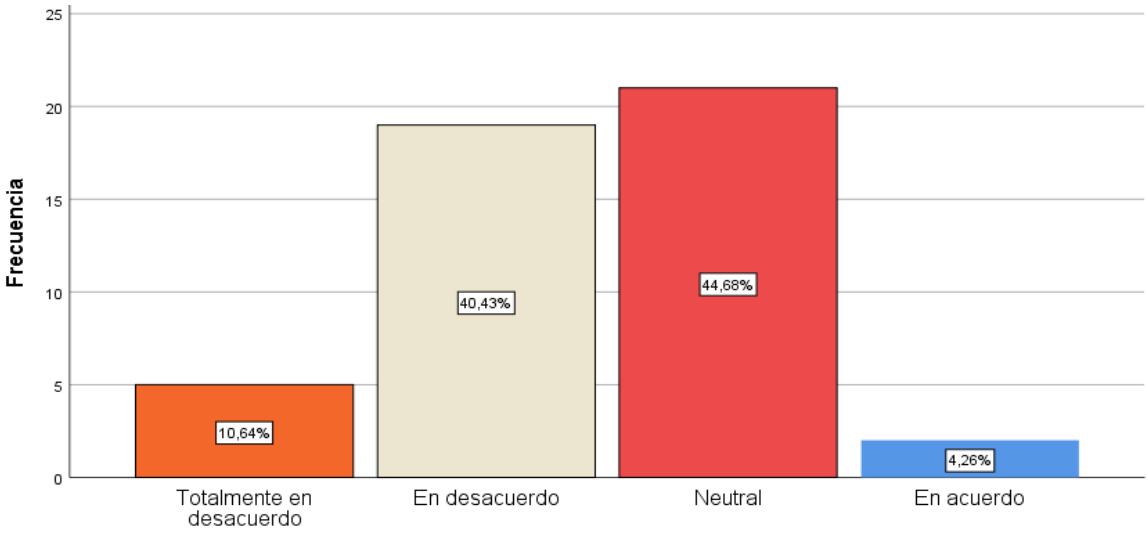
Tabla 4

Empleo diario del Facebook para contactar a los amigos o compañeros del colegio y ser de uso exclusivo para fines académicos

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	19	40,43%
Neutral o a veces	21	44,68%
En acuerdo	2	4,26%
Total	47	100.00%

Ilustración 4

Contactos con amigos



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 4, se determina que, del total de encuestados, el 44.68% indica que a veces utiliza Facebook todos los días para contactar a los amigos o compañeros del colegio y lo emplea para fines académicos, un 40.43% indica que está totalmente de acuerdo, un 10.64% está totalmente en desacuerdo y un 4.26% está en acuerdo.

Totalidad de la dimensión interacción

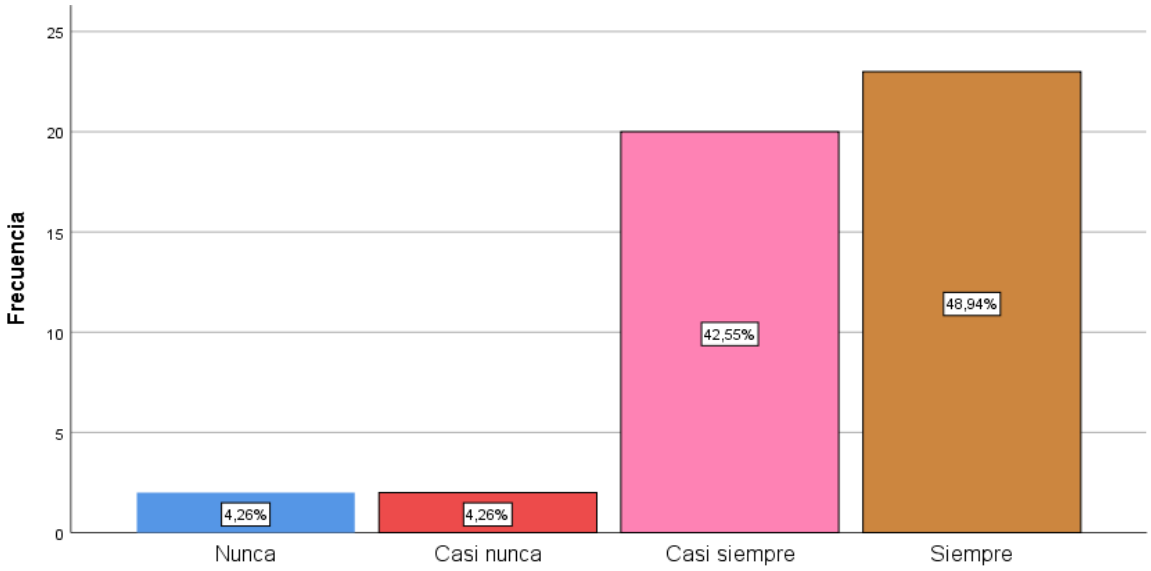
Tabla 5

Nivel de interacción de los adolescentes en Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	2	10,64%
Casi nunca	2	40,43%
Casi siempre	20	44,68%
Siempre	23	4,26%
Total	47	100.00%

Ilustración 5

Nivel de interacción de los adolecentes en Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 5, se determina que, del total de encuestados, el 48.94% indica que siempre los adolescentes tienden a interactuar en Facebook y en mayor medida, de la misma manera un 42.55% indica que casi siempre. En contraste un 4.26% indica que nunca y casi nunca lo emplea.

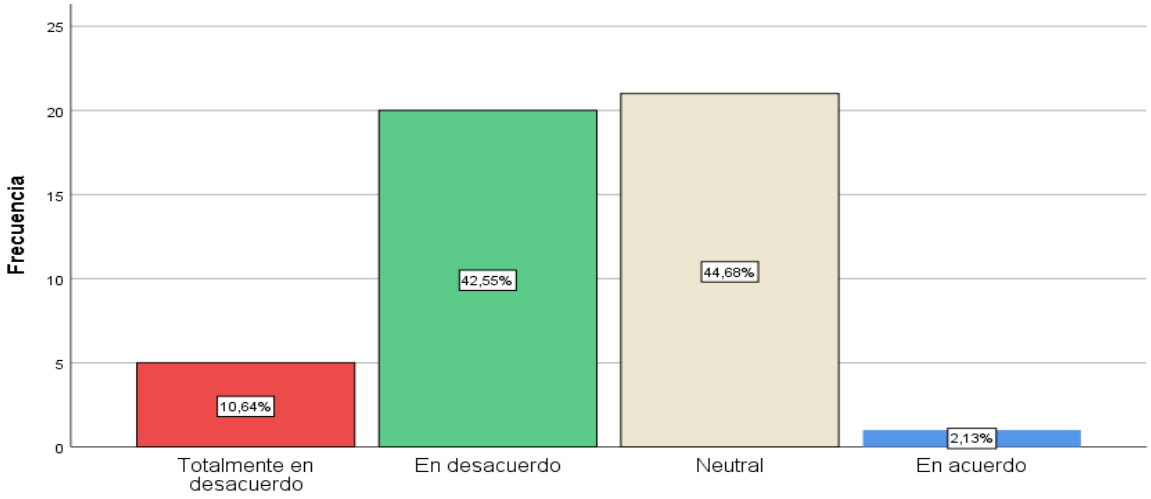
Tabla 6

Contenido de las visualizaciones en Facebook no ayudan en la formación escolar

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	20	42,55%
Neutral o a veces	21	44,68%
En acuerdo	1	2,13%
Total	47	100.00%

Ilustración 6

Percepción del contenido que visualiza en el Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 6, se determina que, del total de encuestados, el 44.68% no respondió respecto a la interrogante en estudio. De la misma forma un 42.55% indica estar en desacuerdo en afirmar que el contenido que visualizas en el Facebook no le ayuda en tu formación escolar, de la misma manera, un 10.64% está totalmente en desacuerdo. En contraste un 2.13% está en acuerdo.

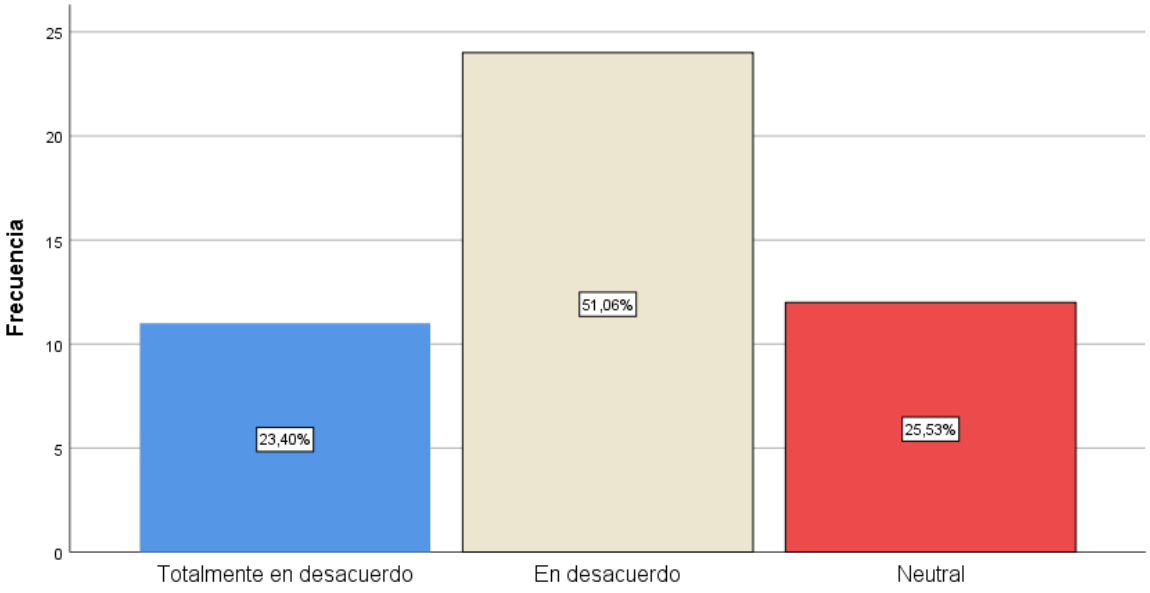
Tabla 7

Facebook y formación escolar

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	23,40%
En desacuerdo	24	51,06%
Neutral	12	25,53%
Total	47	100.00%

Ilustración 7

Percepción de la visualización de noticias por facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 7, se determina que, del total de encuestados, el 51.06% está en desacuerdo en afirmar que las noticias que visualizas en el Facebook no le ayudan en su formación escolar, un 23.40 está totalmente en desacuerdo y finalmente un 25.53% es neutral.

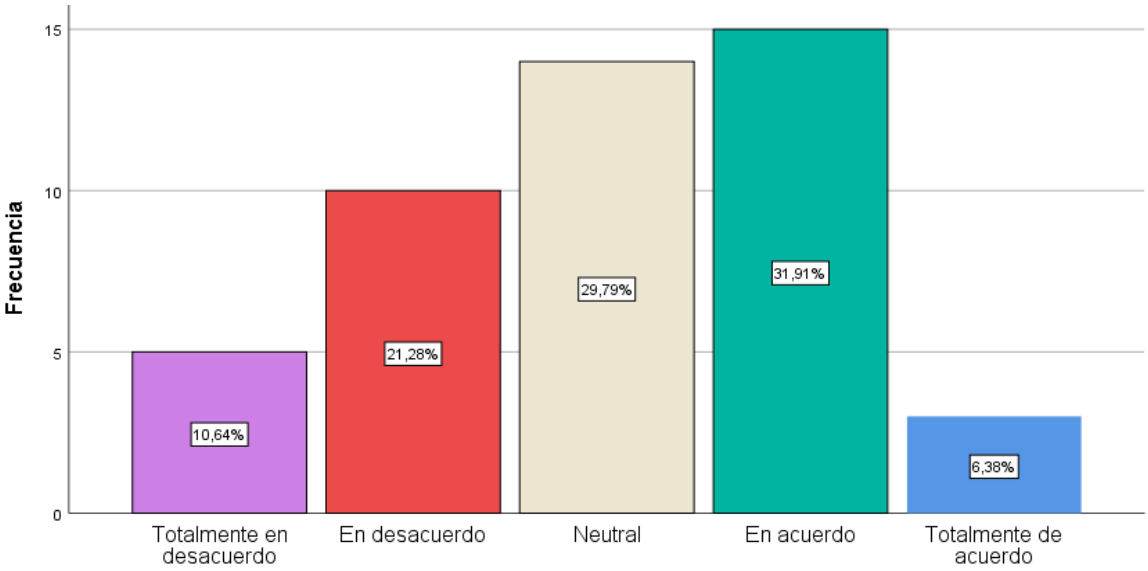
Tabla 8

Facebook y la expresión de emociones

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	10	21,28%
Neutral	14	29,79%
En acuerdo	15	31,91%
Totalmente de acuerdo	3	6,38%
Total	47	100.00%

Ilustración 8

Facebook y la expresión de emociones



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 8, se determina que, del total de encuestados, el 31.91% está en acuerdo en afirmar que el Facebook le ayudado a expresar emociones en tu formación escolar y personal, un 29.79% tiene una posición neutral, y un 6.38% está totalmente de acuerdo. En contraste un 21.28% está en desacuerdo y un 10.64% está totalmente en desacuerdo.

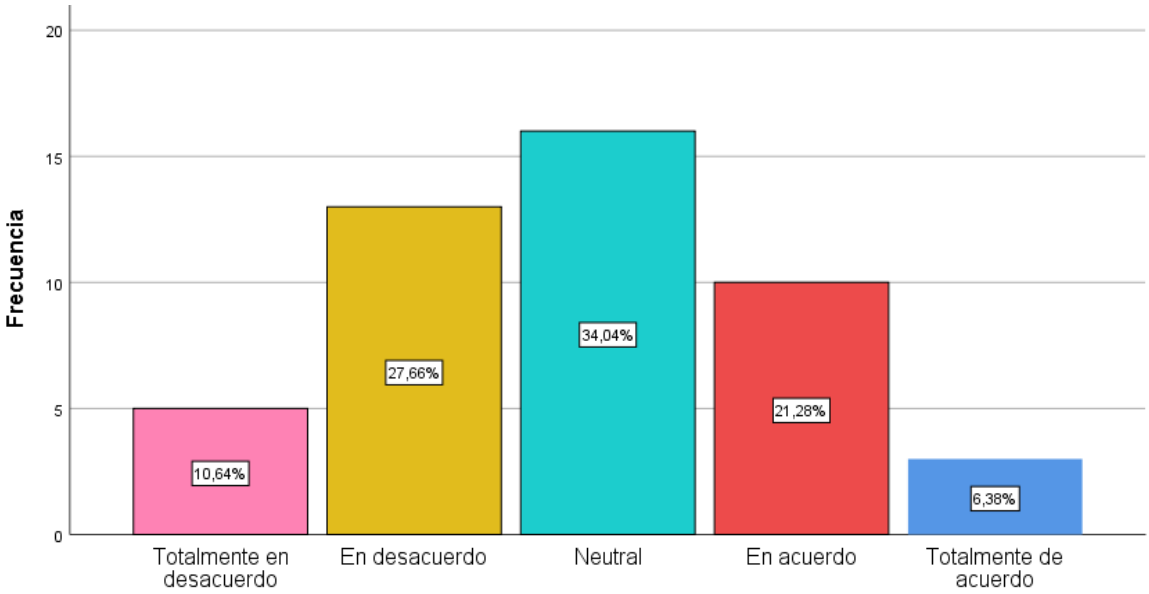
Tabla 9

Facebook y los aspectos personales

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	13	27,66%
Neutral	16	30,04%
En acuerdo	10	21,28%
Totalmente de acuerdo	3	6,38%
Total	47	100.00%

Ilustración 9

Facebook y los aspectos personales



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 9, se determina que, del total de encuestados, el 34.04% tiene una posición neutral respecto afirmar que el Facebook ha cambiado aspectos personales e informativos en su persona, un 27.66% está en desacuerdo y un 1036 % está totalmente en desacuerdo. En contraste un 21.28% está en acuerdo y un 6.38%% está totalmente en de acuerdo.

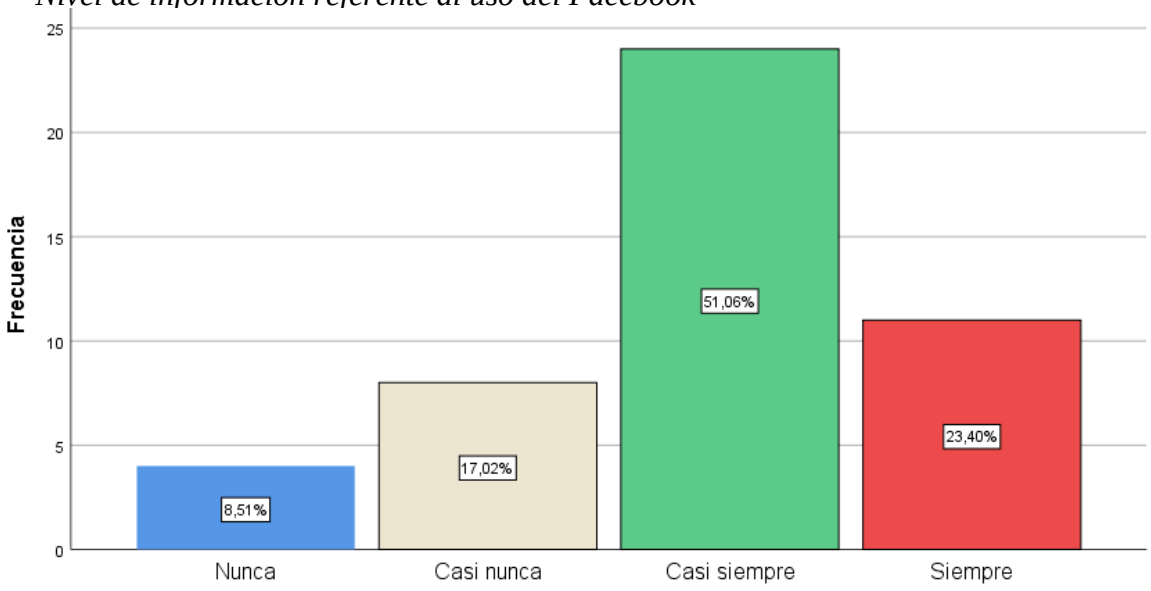
Tabla 10

Nivel de información referente al uso del Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	4	8,51%
Casi nunca	8	17,02%
Casi siempre	24	51,06%
Siempre	11	23,40%
Total	47	100.00%

Ilustración 10

Nivel de información referente al uso del Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 10, se determina que, del total de encuestados, el 51.06% indica que casi siempre los adolescentes tienden a informarse en Facebook y en mayor medida, de la misma manera un 23.40% indica que siempre. En contraste un 17.02% indica que caso nunca y finalmente un 8.51% refiere que nunca lo emplea.

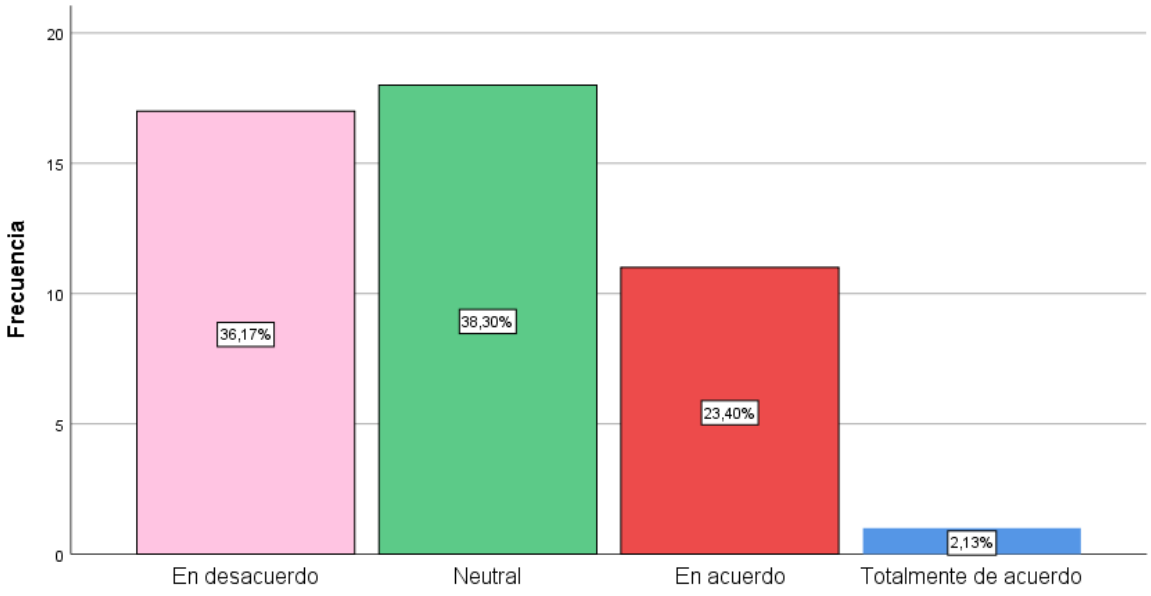
Tabla 11

Facebook y la conexión con el entorno que rodea al adolescente

ITEM 1	N	Porcentaje
En desacuerdo	17	36,17%
Neutral	18	38,30%
En acuerdo	11	23,40%
Totalmente de acuerdo	1	2,13%
Total	47	100.00%

Ilustración 11

Facebook y la conexión con el entorno que rodea al adolescente



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 11, se determina que, del total de encuestados, el 38.30% tiene una posición neutral respecto afirmar que el Facebook le ha perjudicado en tener una mejor conexión con el entorno que los rodea, un 36.17% está en desacuerdo. En contraste un 23.40% está en acuerdo y un 2.13% está totalmente en de acuerdo.

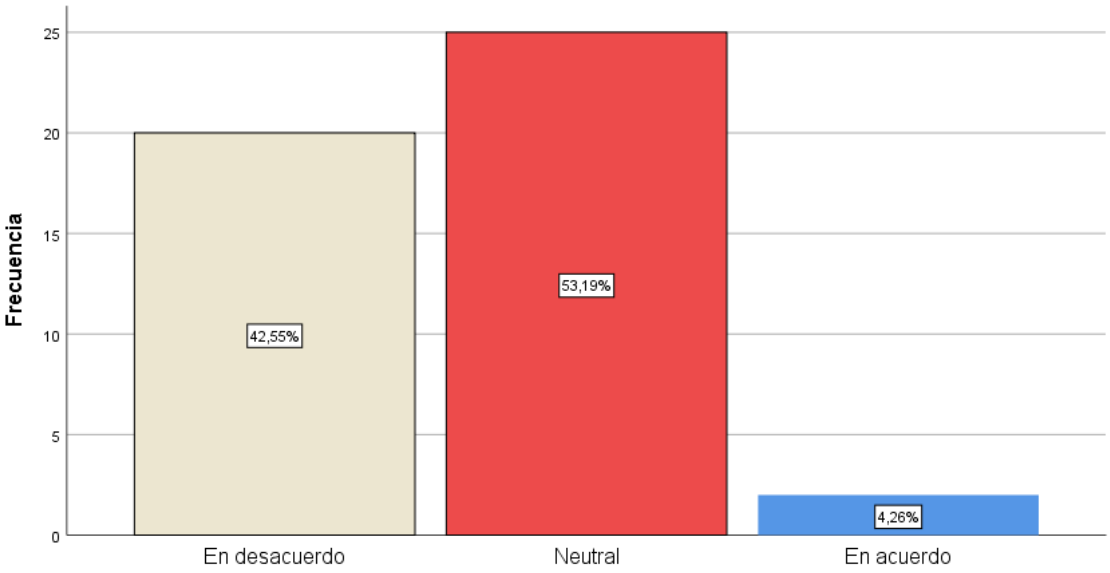
Tabla 12

Percepción de la entrada al Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en Desacuerdo	20	33,2%
En desacuerdo	25	4,1%
Neutral	2	20,9%
Total	47	100.00%

Ilustración 12

Percepciòn de la entrada al facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 12, se determina que, del total de encuestados, el 33.20% tiene una posición neutral respecto a determinar que no es indispensable entrar al Facebook de manera diaria, un 42.55% está en desacuerdo. En contraste un 4.26% está en acuerdo.

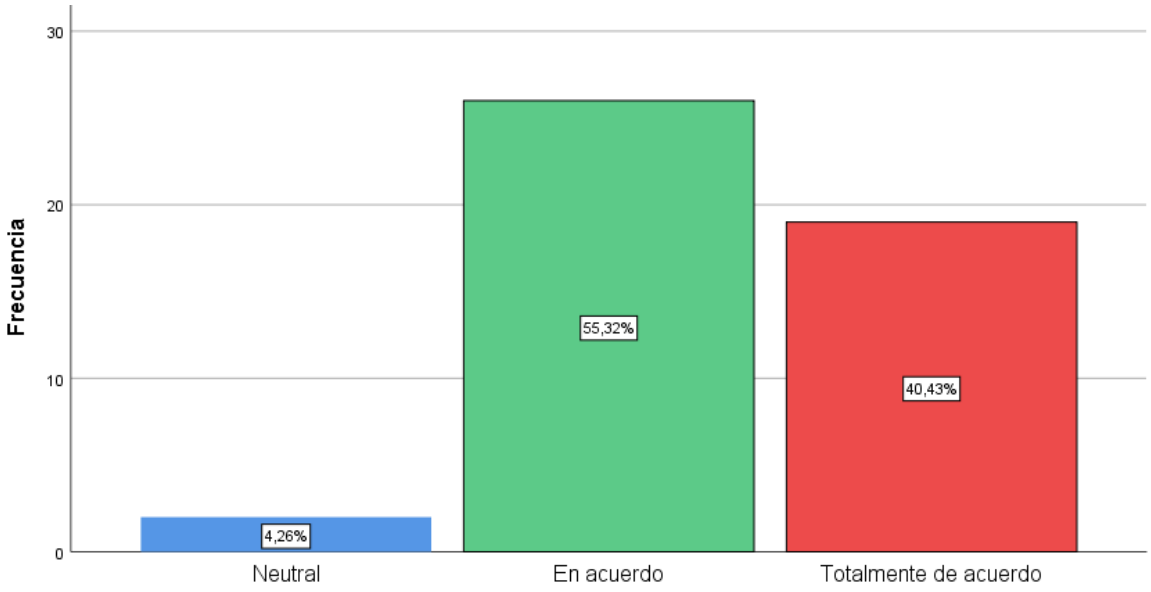
Tabla 13

Soluciones por medio del Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Neutral	2	20,9%
En acuerdo	26	29,5%
Totalmente de acuerdo	19	12,3%
Total	47	100.00%

Ilustración 13

Soluciones por medio del facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 13, se determina que, del total de encuestados, el 52.32% tiene una posición en acuerdo respecto afirmar que el Facebook soluciona diversos problemas que se te presenta de manera rápida y efectiva, un 40.43% está de acuerdo. En contraste un 4.26% tiene una posición neutral.

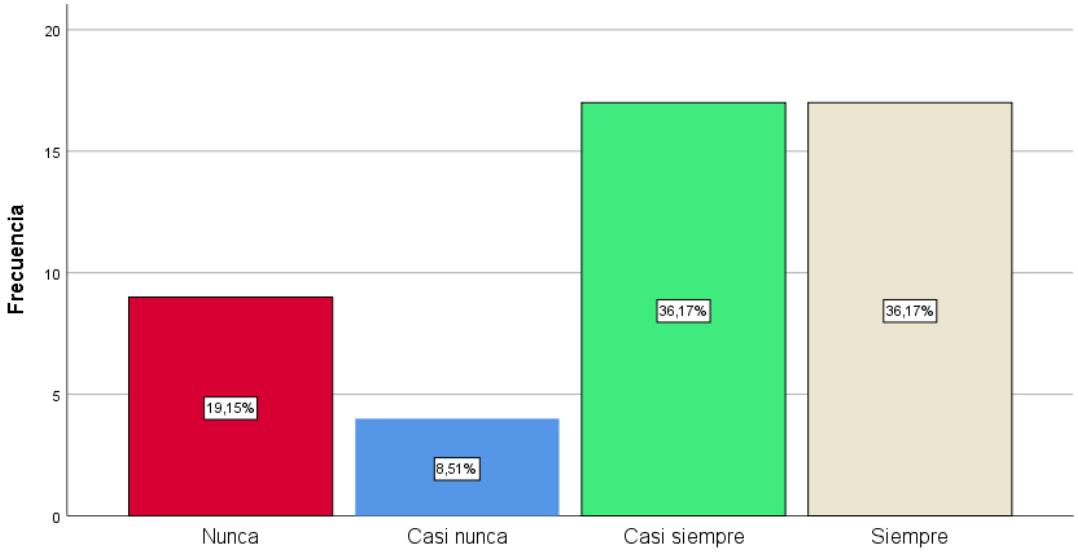
Tabla 14

Nivel de comunicación mediante el Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	9	8,51%
Casi nunca	4	17,02%
Casi siempre	17	51,06%
Siempre	17	23,40%
Total	47	100.00%

Ilustración 14

Nivel de comunicación mediante el Facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 14, se determina que, del total de encuestados, el 36.17% indica que casi siempre y siempre los adolescentes tienden a comunicarse en Facebook y en mayor medida. En contraste un 19.15% indica que nunca y finalmente un 8.51% refiere que nunca lo emplea para dicho fin.

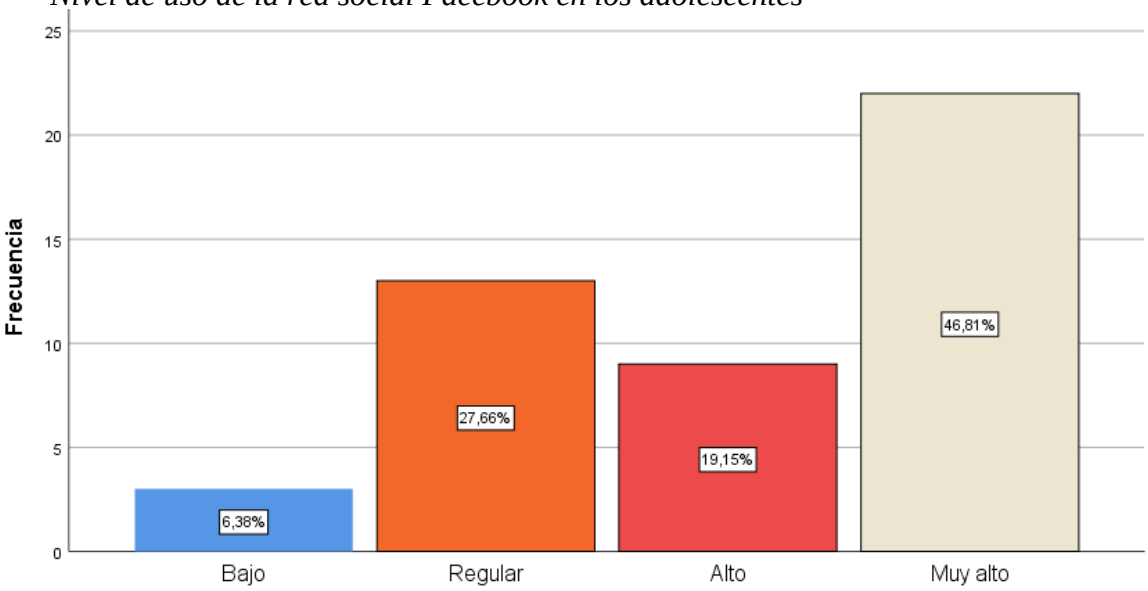
Tabla 15

Nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes

ITEM 1	N	Porcentaje
Bajo	3	8,51%
Regular	13	17,02%
Alto	9	51,06%
Muy alto	22	23,40%
Total	47	100.00%

Ilustración 15

Nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 15, se determina que, del total de encuestados, el 46.81% emplea en una medida muy alta el Facebook, de la misma manera un 19.15% lo usa en una medida alta, un 27.66% regular y un 6.38% lo utiliza en una medida baja.

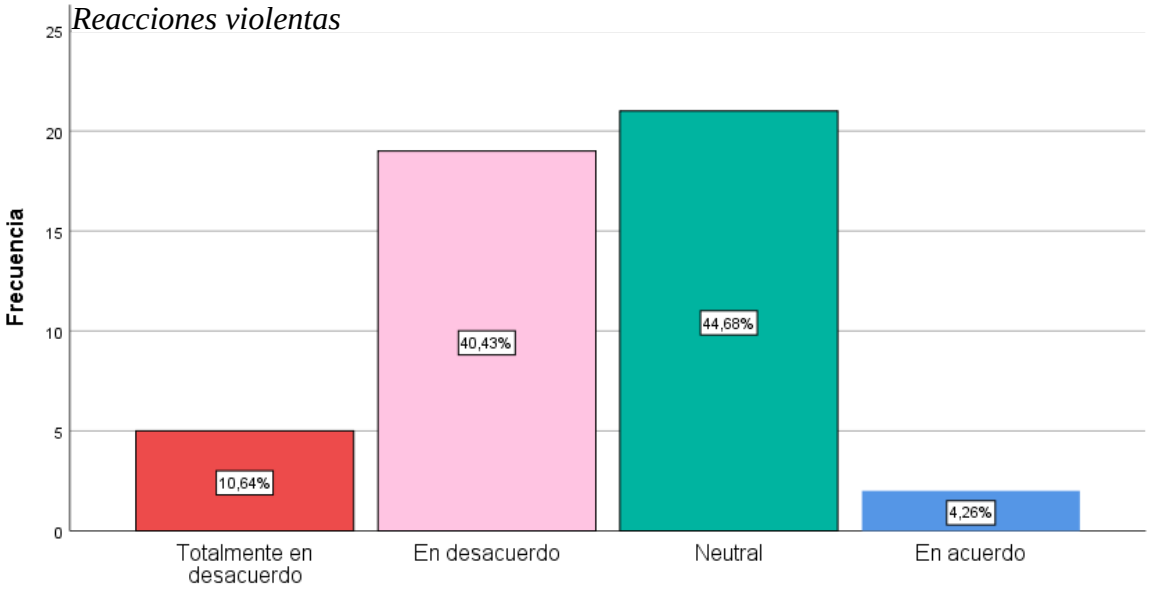
Objetivo específico 2: Analizar el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021

Tabla 16

Reacciones violentas

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	19	40,43%
Neutral	21	44,68%
En acuerdo	2	4,26%
Total	47	100.00%

Ilustración 16



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 16, se determina que, del total de encuestados, el 44.68% tiene una posición neutral respecto a establecer que no tienen reacciones violentas cuando te han interrumpido al emplear Facebook, un 40.43% está en desacuerdo y un 10.64% está totalmente en desacuerdo. En contraste un 4.26% está en acuerdo

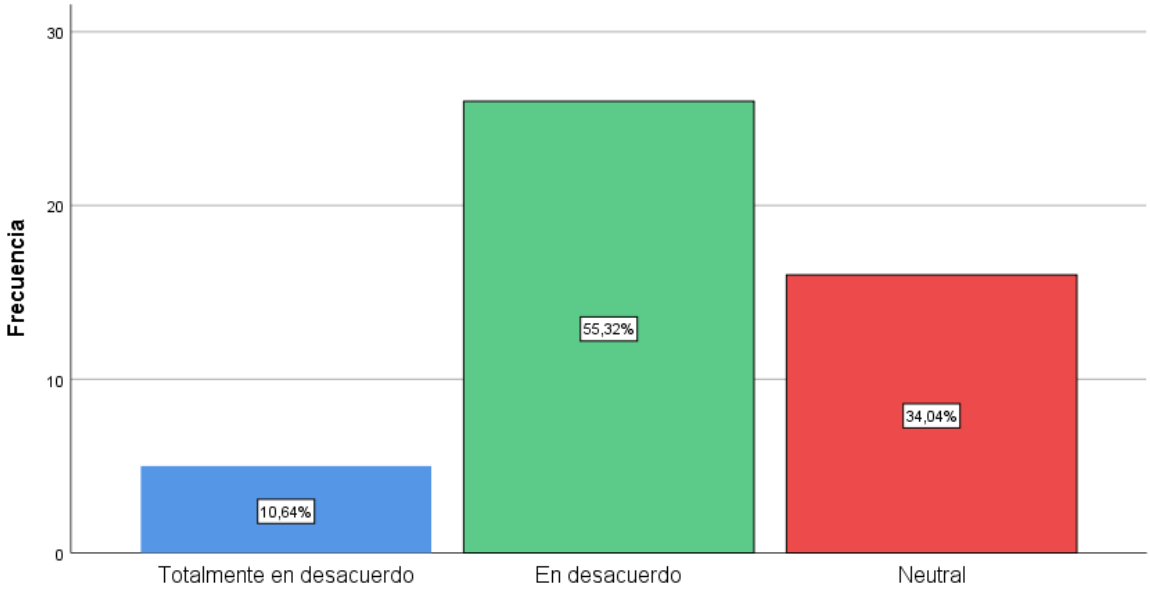
Tabla 17

Problemas en el hogar por el uso del Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	26	55,32%
Neutral	16	34,04 %
Total	47	100.00%

Ilustración 17

Problemas en el hogar por el uso del facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 17, se determina que, del total de encuestados, el 55.32% está en desacuerdo respecto a establecer que no ha tenido problemas en casa por utilizar solamente tú la computadora para conectarte a la red social Facebook, un 10.64% está totalmente en desacuerdo. En contraste un 34.04% tiene una respuesta neutral.

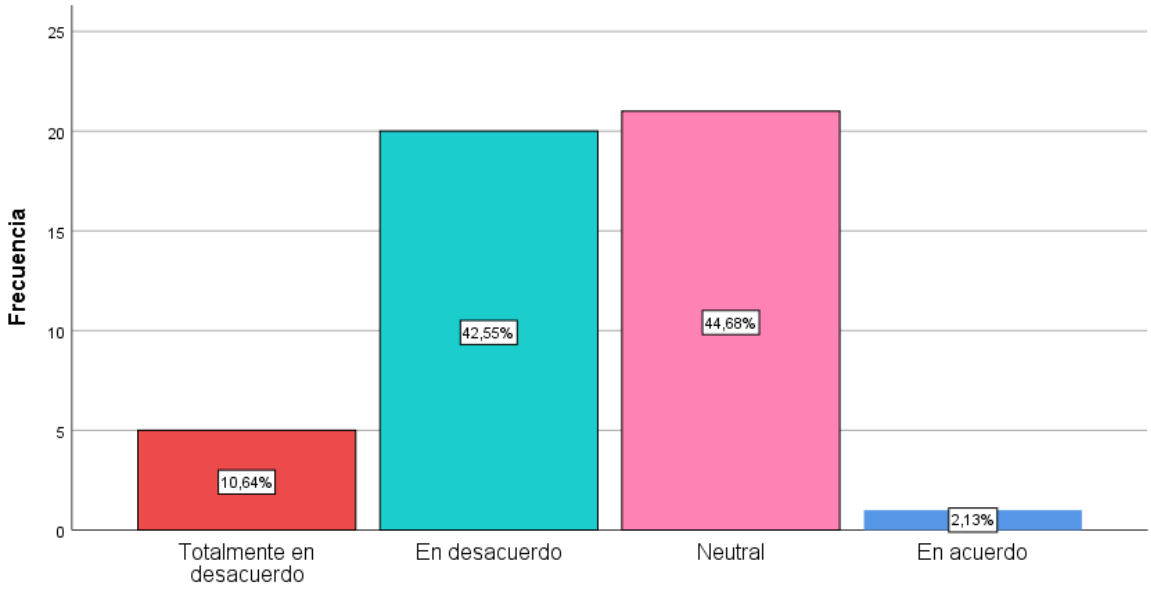
Tabla 18

Cambios originados por Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	20	42,55%
Neutral	21	44,68 %
En acuerdo	1	2,13%
Total	47	100.00%

Ilustración 18

Cambios originados por facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 18, se determina que, del total de encuestados, el 44.66% tiene una posición neutral respecto a establecer que el no utilizar Facebook origina cambios positivos en tu comportamiento, un 42.55% está en desacuerdo y un 10.64% está totalmente en desacuerdo. En contraste un 2.13% está en acuerdo

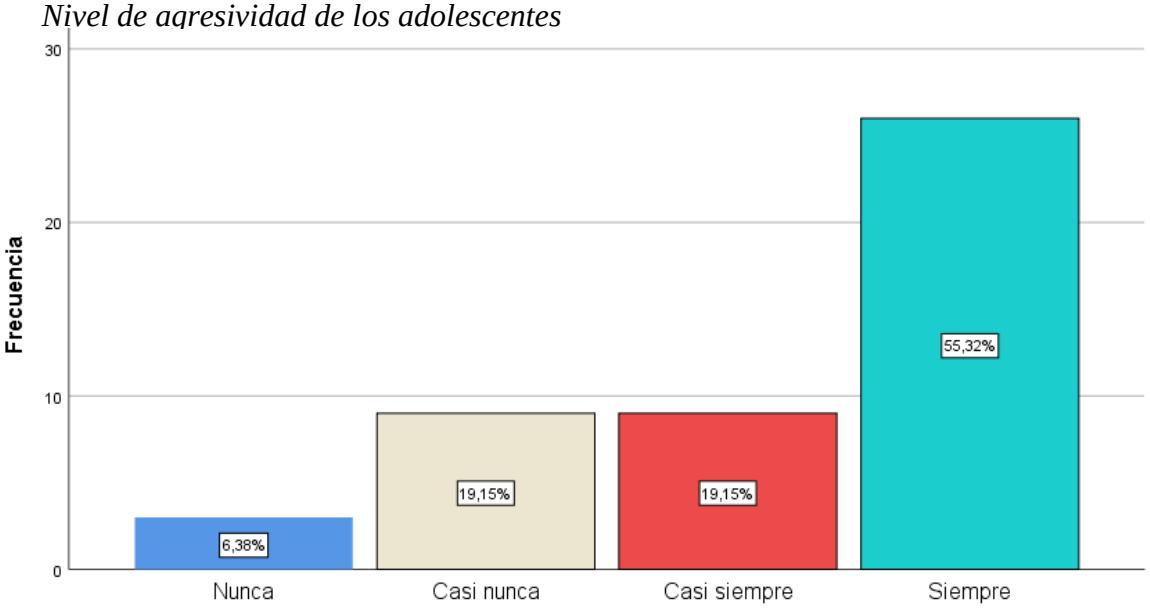
Tabla 19

Nivel de agresividad de los adolescentes

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	3	8,51%
Casi nunca	9	17,02%
Casi siempre	9	51,06%
Siempre	26	23,40%
Total	47	100.00%

Ilustración 19

Nivel de agresividad de los adolescentes



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 19, se determina que, del total de encuestados, el 52.32% indica que siempre los adolescentes tienden a tener un nivel de agresividad alto, de la misma manera un 19.15% indica que casi siempre. En contraste un 19.15% indica que nunca y finalmente un 6.38% refiere que nunca es agresivo.

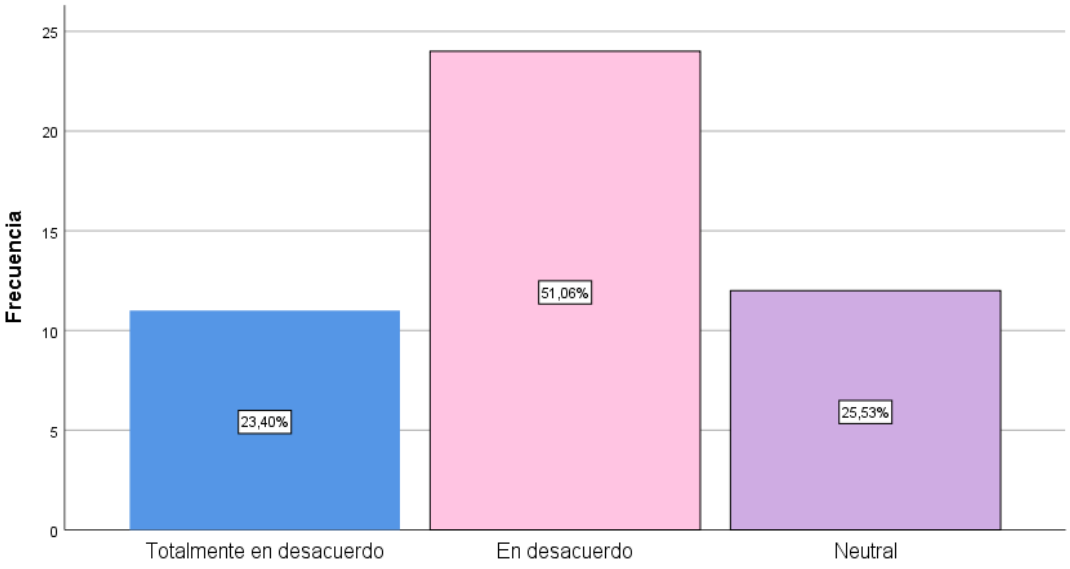
Tabla 20

La comprensión de los adolescentes con los demás por Facebook

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	23,40%
En desacuerdo	24	51,06%
Neutral	12	23,53%
Total	47	100.00%

Ilustración 20

La comprensión de los adolescentes con los demás por facebook



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 20, se determina que, del total de encuestados, el 51.06% está en desacuerdo respecto a establecer que el Facebook le ayudado a comprender a los demás, un 25.53% tiene una posición neutral y un 23.40% está totalmente en desacuerdo en determinar dicha afirmación.

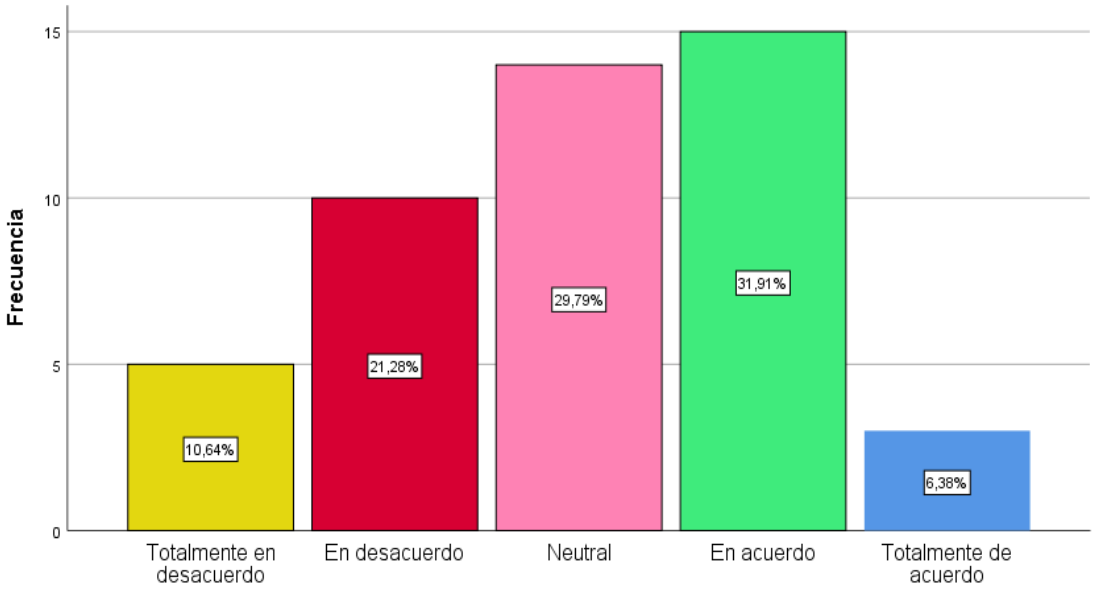
Tabla 21

El Facebook y el respeto con los demás

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	10	21,28%
Neutral	14	29,79%
En acuerdo	15	31,91%
Totalmente de acuerdo	3	6,38%
Total	47	100.00%

Ilustración 21

El facebook y el respeto con los demás



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 21, se determina que, del total de encuestados, el 31.91% está en acuerdo en afirmar que el utilizar Facebook le ayudado a respetar y ser amable con los demás, un 6.38% está totalmente de acuerdo y un 29.79% tiene una posición neutral. En contraste un 21.28% está en desacuerdo y un 6.38% está totalmente en desacuerdo.

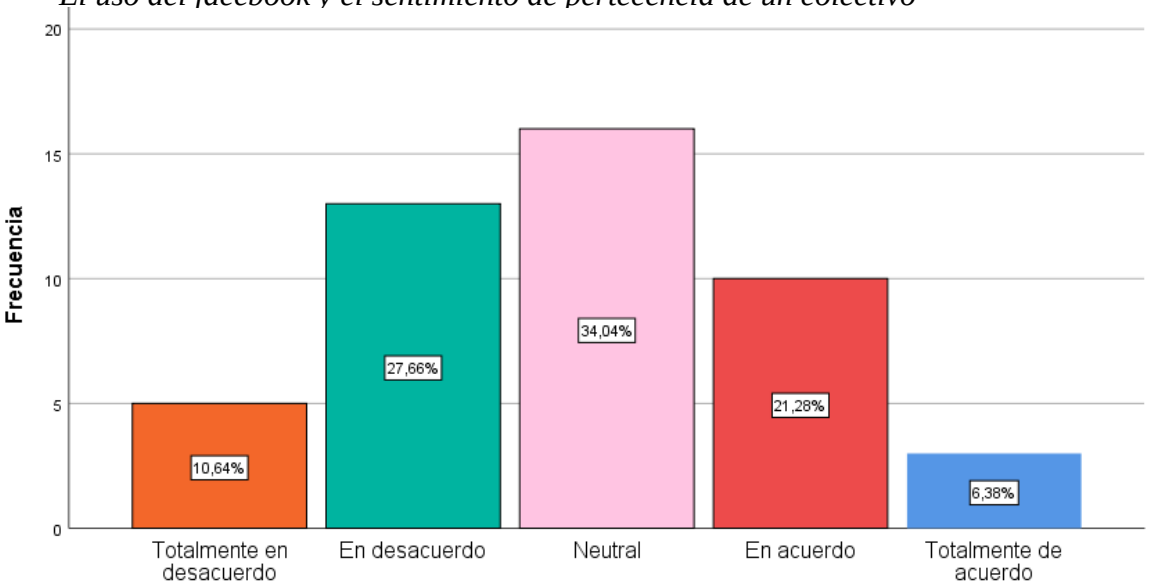
Tabla 22

El uso del Facebook y el sentimiento de pertenencia de un colectivo

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	10,64%
En desacuerdo	13	27,66%
Neutral	16	34,04%
En acuerdo	10	21,28%
Totalmente de acuerdo	3	6,38%
Total	47	100.00%

Ilustración 22

El uso del facebook y el sentimiento de pertecencia de un colectivo



Interpretación:

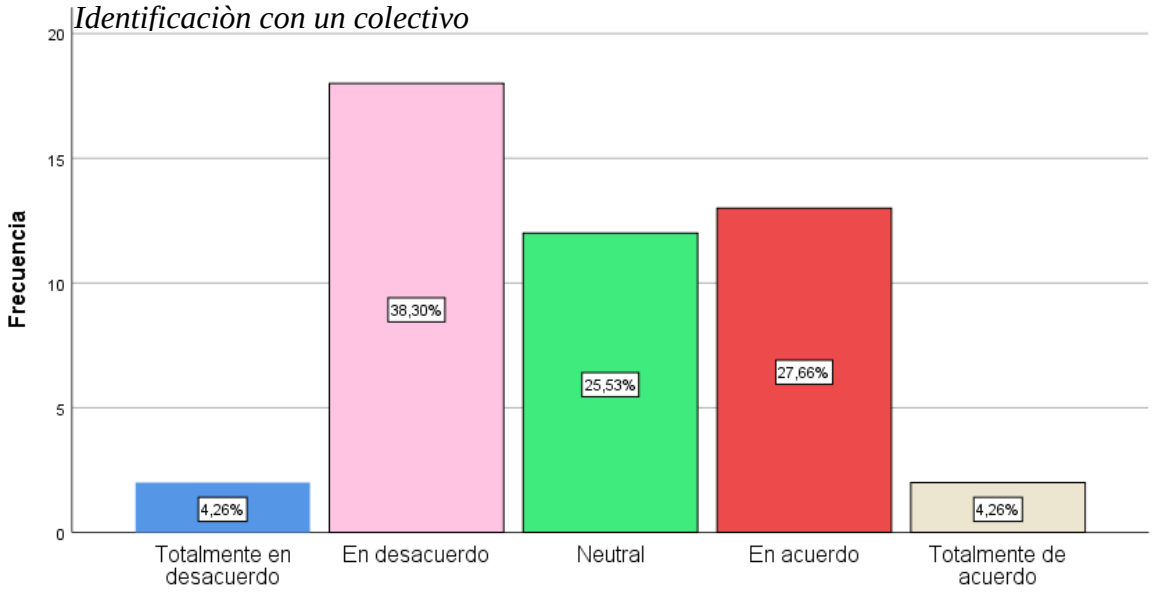
De la tabulación e ilustración 22, se determina que, del total de encuestados, el 34.04% tiene una posición neutral respecto a sentir que el utilizar Facebook forma partes de un colectivo, un 27.66% está totalmente en desacuerdo seguido de un10.64% totalmente en desacuerdo. En contraste el 21.28% se encuentra de acuerdo y un 6.38% está totalmente de acuerdo.

Tabla 23

Identificación con un colectivo

ITEM 1	N	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	4,26%
En desacuerdo	18	38,30%
Neutral	12	25,53%
En acuerdo	13	27,66%
Totalmente de acuerdo	2	4,26%
Total	47	100.00%

Ilustración 23



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 23, se determina que, del total de encuestados, el 38.30% está en desacuerdo en afirmar que se sienten identificados con un colectivo al emplear en gran medida el Facebook, un 4.26% está totalmente en desacuerdo y un 25.53% tiene una posición neutral. En contraste un 27.66% está en acuerdo y un 4.26% está totalmente de acuerdo.

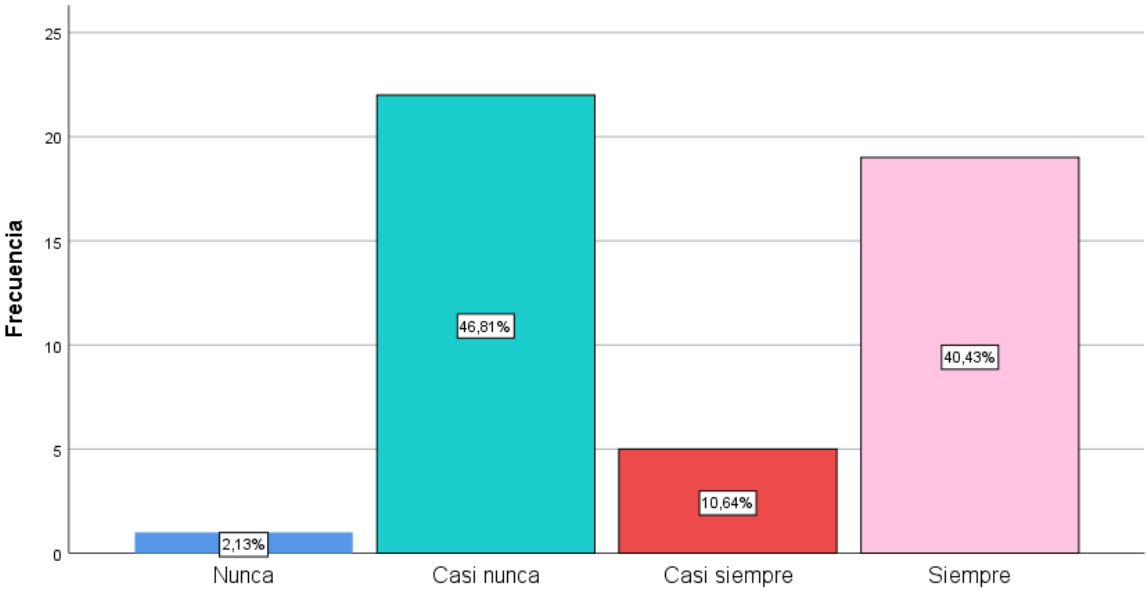
Tabla 24

Nivel de asertividad de los adolescentes

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	1	2,13%
Casi nunca	22	48,81%
Casi siempre	5	10,64%
Siempre	19	40,43%
Total	47	100.00%

Ilustración 24

Nivel de asertividad de los adolescentes



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 24, se determina que, del total de encuestados, el 40.43% indica que siempre los adolescentes tienden a tener un nivel de asertividad alto, de la misma manera un 10.64% indica que casi siempre. En contraste un 46.81% indica que casi nunca y finalmente un 2.13% refiere que nunca es asertivo.

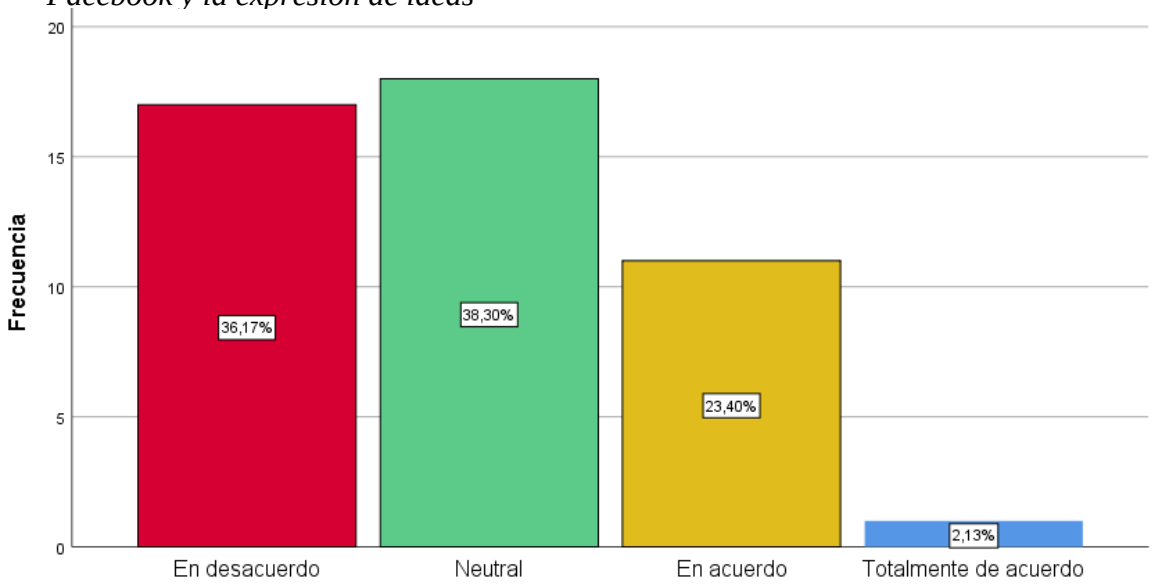
Tabla 25

Facebook y la expresión de idea

ITEM 1	N	Porcentaje
En desacuerdo	17	36,17%
Neutral	18	38,30%
En acuerdo	11	23,40%
Totalmente de acuerdo	1	2,13%
Total	47	100.00%

Ilustración 25

Facebook y la expresión de ideas



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 25, se determina que, del total de encuestados, el 38.30% tiene una posición neutral referente en afirmar que el utilizar Facebook te ayudado a expresar tus ideas con los demás, un 36.17% está en desacuerdo. En contraste un 25.40% está en acuerdo y un 2.13% está totalmente de acuerdo.

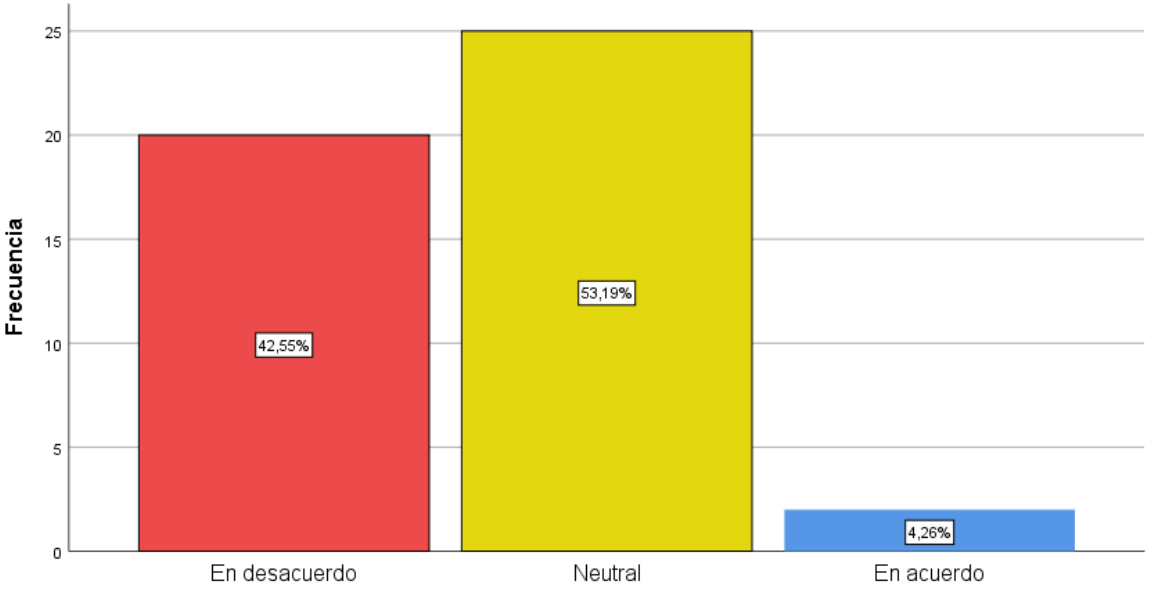
Tabla 26

Facebook y la comunicación de los adolescentes

ITEM 1	N	Porcentaje
En desacuerdo	20	42,55%
Neutral	25	53,19%
En acuerdo	2	4,26%
Total	47	100.00%

Ilustración 26

Facebook y la comunicación de los adolescentes



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 26, se determina que, del total de encuestados, el 53.19% tiene una posición neutral referente en afirmar que el utilizar Facebook no te ayudado comunicarte de manera efectiva con los demás, un 42.55% está en desacuerdo. En contraste un 4.25% está de acuerdo.

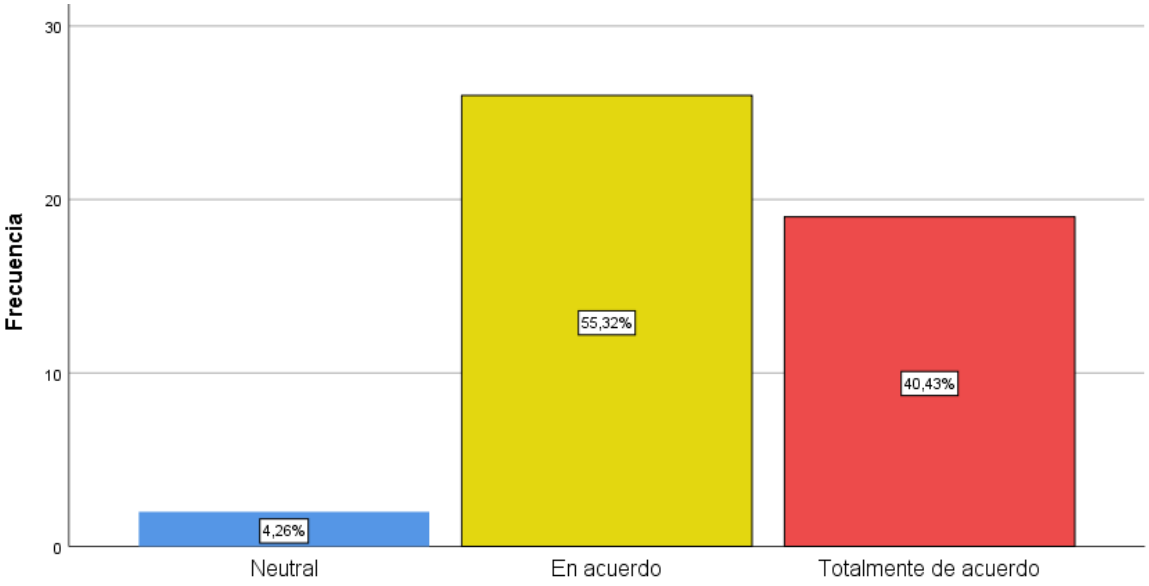
Tabla 27

Facebook y la cooperación con los demás

ITEM 1	N	Porcentaje
Neutral	2	4,26%
En acuerdo	26	55,32%
Totalmente de acuerdo	19	40,43%
Total	47	100.00%

Ilustración 27

Facebook y la cooperación con los demás



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 27, se determina que, del total de encuestados, el 55.32% indica que tiene una posición en acuerdo en afirmar que el utilizar Facebook le ayudado a ser cooperativo con los demás, un 40.43% está totalmente de acuerdo. En contraste un 4.26% tiene una posición neutral.

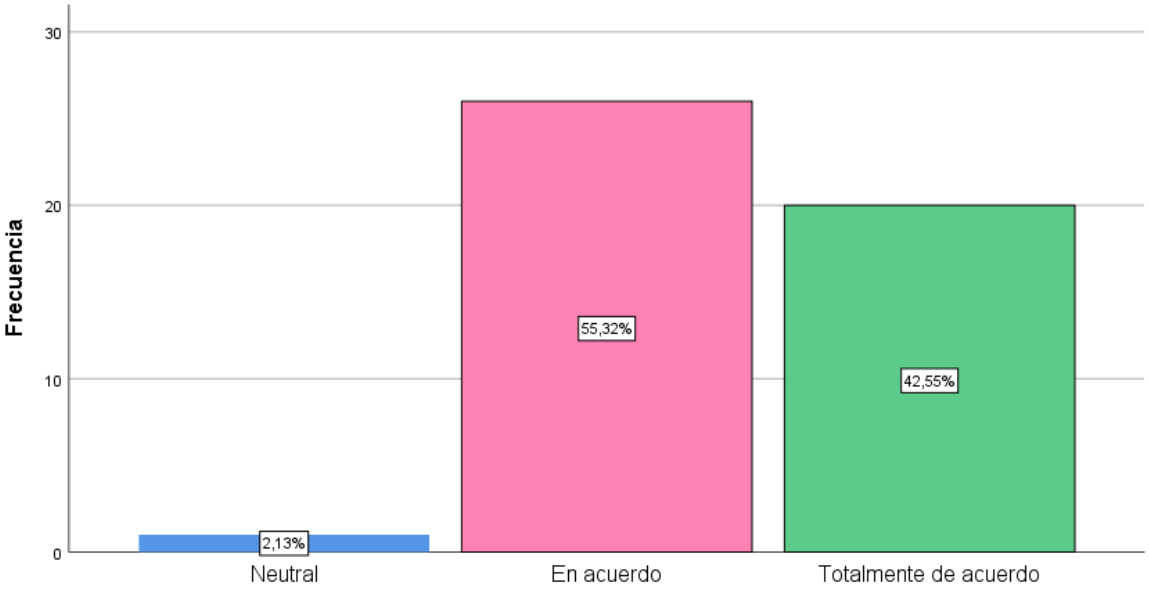
Tabla 28

Facebook y la actitud en cada y los demás

ITEM 1	N	Porcentaje
Neutral	1	2,13%
En acuerdo	26	55,32%
Totalmente de acuerdo	20	42,55%
Total	47	100.00%

Ilustración 28

Facebook y la actitud en cada y los demás



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 28, se determina que, del total de encuestados, el 55.32% indica que tiene una posición neutral en afirmar que el utilizar Facebook ha cambiado tu actitud en casa y con los demás, un 42.55% está totalmente de acuerdo. En contraste un 2.13% tiene una posición neutral.

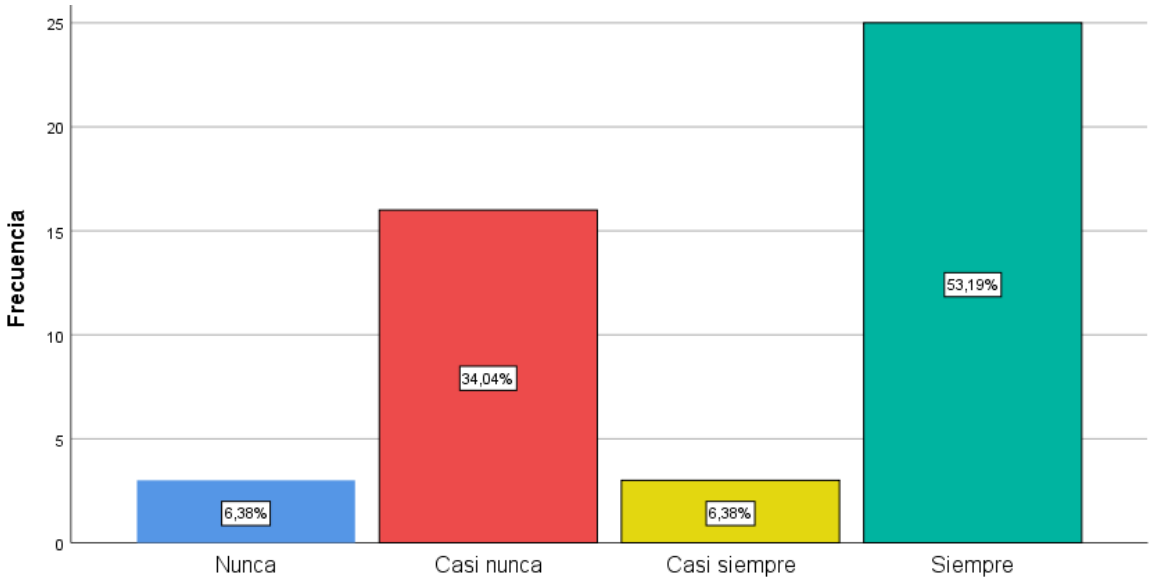
Tabla 29

Nivel de pasividad de los adolescentes

ITEM 1	N	Porcentaje
Nunca	3	6,38%
Casi nunca	16	34,04%
Casi siempre	3	6,38%
Siempre	25	53,19%
Total	47	100.00%

Ilustración 29

Nivel de pasividad de los adolescentes



Interpretación:

De la tabulación e ilustración 29, se determina que, del total de encuestados, el 59.19% indica que siempre los adolescentes tienden a tener un nivel de pasividad alto, de la misma manera un 6.38% indica que casi siempre. En contraste un 34.04% tiene una posición de casi nunca y finalmente un 6.38% refiere que nunca es pasivo.

Objetivo específico 3: Determinar la relación de la variable Facebook con las dimensiones de la variable comportamiento en los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021

Tabla 30

Relación entre el Facebook y el comportamiento agresivo

			Facebook	Comportamiento agresivo
Rho de Spearman	Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,743*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Comportamiento agresivo	Coeficiente de correlación	,743*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

*. Nivel de significación bilateral < 0.005

En la tabulación número 30, se puede establecer que hay un nexo entre la variable Facebook y la dimensión comportamiento agresivo, todo ello bajo el resultado del proceso estadístico de Spearman (r=0.743), calificándose como directa, positiva y significativa.

Tabla 31

Relación entre el Facebook y el comportamiento asertivo

			Facebook	Comportamiento asertivo
Rho de Spearman	Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,743*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Comportamiento asertivo	Coeficiente de correlación	,743*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

*. Nivel de significación bilateral < 0.005

En la tabulación número 31, se puede establecer que hay un nexo entre la variable Facebook y la dimensión comportamiento asertivo, todo ello bajo el resultado del proceso estadístico de Spearman (r=0.508), calificándose como directa, media y significativa.

Tabla 32

Relación entre el Facebook y el comportamiento pasivo

			Facebook	Comportamiento pasivo
Rho de Spearman	Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,780*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Comportamiento pasivo	Coeficiente de correlación	,780*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

*. Nivel de significación bilateral < 0.005

En la tabulación número 32, se puede establecer que hay un nexo entre la variable Facebook y la dimensión comportamiento pasivo, todo ello bajo el resultado del proceso estadístico de Spearman (r=0.780), calificándose como directa, positiva y significativa.

Objetivo general: Determinar la influencia de la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021

Tabla 33

Influencia del Facebook en el comportamiento adolescente

			Facebook	Comportamiento adolescente
Rho de Spearman	Facebook	Coeficiente de correlación	1,000	,975*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Comportamiento adolescente	Coeficiente de correlación	,975*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

*. Nivel de significación bilateral < 0.005

En la tabulación número 33, se puede establecer que hay una influencia positiva, muy directa y significativa (r=0.975) sobre la variable comportamiento adolescente, todo ello bajo el resultado del proceso estadístico de Spearman, infiriendo que existe una causa-efecto entre las variables analizadas a lo largo del estudio científico.

3.2. Discusión de resultados

En base a los hallazgos encontrados, tras el desarrollo del aspecto tanto descriptivo como del diseño correlacional-causal, vinculados a la hipótesis de investigación, se determinó que el nivel de influencia de la red social Facebook es positivo en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021, permitiéndose constatar con los resultados antes descritos.

Por otra parte, respecto al primer objetivo de la investigación, determinar el nivel de uso de la red social Facebook en los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021; se determinó que un 46.81% utiliza esta red social en una medida muy alta, asì mismo un 19.15% lo usa en una dimensión alta, en constraste, un 27.66% lo emplea de manera regular y un 6.38% no siempre lo utiliza.

Estos resultados guardan una relación con el estudio de Castillo (2017), quien en su análisis determinó que un 67% de estudiantes emplean la red digital en gran medida, por lo que su uso es significativo en la edad, no obstante, ha causado diversos problemas por su utilidad de manera equivocada.

En ese orden de ideas, los hallazgos se fundamentan en la parte teórica de Llaguno y López (2011), quien mediante la teoría de usos y gratificaciones del Facebook, resalta que, muy aparte de las condiciones y clases sociales de un ser humano, las redes tienden a satisfacer las necesidades que padece un sujeto, entre las cuales destaca la interacción, búsqueda de la información, comunicación y la percepción del ser humano, no obstante su mal manejo podría repercutir en la conducta del mismo.

En base al segundo objetivo específico, analizar el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021; se determinó que un 52.32% de encuestados indica que siempre tienden a tener un nivel de agresividad alto, de la misma manera un 19.15% indica que casi siempre. En contraste un 19.15% indica que nunca y finalmente un 6.38% refiere que nunca es agresivo. De la misma manera, un 40.43% indica que siempre tienden a tener un nivel de asertividad alto, de la misma manera un 10.64% indica que casi siempre. En contraste un 46.81% indica que casi nunca y finalmente un 2.13% refiere que nunca es asertivo. Finalmente, se determinó que un 59.19% tienden a tener un nivel de pasividad alto, de la misma manera un 6.38% indica que casi siempre. En contraste un 34.04% tiene una posición de casi nunca y finalmente un 6.38% refiere que nunca es pasivo.

Los resultados descritos en el párrafo anterior se relacionan con el estudio científico de Quispe (2022) quien determinó que un 65% de estudiantes utilizan en gran medida el Facebook y que un 32% de estudiantes presentan un comportamiento o conducta adecuada, ya que se presentan diversos tipos de comportamiento siendo negativos respectivamente.

Estos resultados se fundamentan en la base teórica de Domínguez (2003), quien indica que la conducta está relacionada con los roles sociales y las experiencias que definen a un ser humano, así mismo se refleja bajo la práctica en el entorno que lo rodea. En la línea del autor citado, el comportamiento del ser humano se ve influenciado tanto en lo social como en el aspecto tecnológicos, de la misma manera refiere que las TIC's y las redes sociales han dominado el actuar del sujeto.

En relación con el objetivo específico 3: Determinar la relación de la variable Facebook con las dimensiones de la variable comportamiento en los adolescentes de

4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021, se tuvo como resultados que hay un nexo entre la variable Facebook y la dimensión comportamiento agresivo (r=0.743), comportamiento asertivo (r=0.508) y comportamiento pasivo (r=0.780), siendo directo, positivo y significativo.

Estos hallazgos tienen una asociación con el estudio de Quispe (2022), quien encontró tambien una asociación directiva, positiva y significativa entre las dimensiones del comportamiento del adolescente (asertivo, agresivo y pasivo) con la variable facebook respectivamente.

Los hallazgos se asocian con la base teórica de Domínguez (2003) quien refiere que el comportamiento debe entenderse como la diversidad de acciones que una persona muestra a la sociedad, las cuales están determinadas por factores como la cultura, valores o aspectos tecnológicos respectivamente.

En base al objetivo general, determinar la influencia de la red social Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P. Lambayeque, 2021, se determinó que hay una influencia positiva, muy directa y significativa (r=0.975) sobre la variable Facebook con el comportamiento adolescente.

Estos resultados se asocian con el trabajo de Arias (2020) quien referenció en su estudio que existe una influencia del Facebook en la conducta de los adolescentes, la cual se caracteriza como positiva y directa, de la misma forma se tiene una relación con el análisis científico de Montecé (2018), quien referenciò que hay una influencia de la red social Facebook en el comportamiento de jóvenes correspondientemente.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1.Conclusiones

1. Se determinó que hay una influencia positiva, muy directa y significativa de la variable Facebook sobre el comportamiento adolescente, infiriendo que mientras se emplee de manera inadecuada dicha red social, su conducta se verá perjudicada, corroborando el objetivo general de la tesis.
2. Se determinó que un 46.81% de adolescentes utiliza esta red social en una medida muy alta, asimismo un 19.15% lo usa en una dimensiòn alta, en constraste, un 27.66% lo emplea de manera regular y un 6.38% no siempre lo utiliza, lo que significa que muchos de los menores padecen de un autocontrol sobre el manejo de esta red social, generando perjuicios en la parte conductual.
3. Según los resultados, se evidenció que un 52.32% posee un nivel agresividad alto, un 40.43% lo posee en un nivel medio y un 59.19% tienden a poseer un nivel de pasividad alto, lo que indica que dicha red social incide directamente en el cambio de conducta del menor.
4. Se tuvo como hallazgos que hay una relación entre la variable Facebook y las dimensiones comportamiento agresivo, comportamiento asertivo y comportamiento pasivo, siendo directa, positiva y significativa, corroborando el tercer objetivo específico.

4.2. Recomendaciones

1. Se recomienda a los directivos de la institución sostener reuniones con los padres de familia y los mismos alumnos para tomar medidas correctivas y evitar conflictos de adicción respecto al empleo del Facebook, siempre con la propuesta de ser usada esta red social para fines académicos respectivamente.
2. Se recomienda a los profesores, tutores o directivos de la institución, plantear estrategias internas dentro de la institución, sobre todo en relación a las normas de convivencia en aula, específicamente en la parte integrativa y de relaciones interpersonales, ya que se ha evidenciado ciertos rasgos negativos de conducta en gran parte de ellos.
3. Se recomienda a los padres de familia llevar talleres de apego y confianza familiar, ya que se ha evidenciado cierta relaciòn entre el uso de esta red social con el comportamiento agresivo, asertivo y pasivo, incidiendo en la reducciòn de los problemas que se tiene a consecuencia de ello y sobre todo reitegrar al menor en el aspecto social y educativo.
4. Finalmente, se recomienda a los directivos de la institución establecer políticas de comunicación, mediante spots publicitarios en medios de comunicación, dando a conocer las consecuencias de la adicción del uso de esta red social e impacto en la conducta del adolescente correspondientemente.

BIBLIOGRAFÍA

Arab, L. E. & Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. Obtenido de https://n9.cl/qw7v8

Arellano. (2017). Comportamiento del consumidor y marketing aplicaciones prácticas para América Latina. México: Industria Editorial Mexicana.

Arias, A. (2020). La red social Facebook y su influencia comunicacional en los adolescentes de la cdla. las orquídeas de la ciudad de Guayaquil.[tesis de posgrado, Universidad de Guayaquil]. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49355.

Bandura, A. (1969, p. 49). Aprendizaje Social y desarrollo de la personalidad. Madrid - España.: Alianza.

Carballar, J. (2012). Social Media: Marketing personal y profesional. RC libros: UOC

Carrillo, J., Hamit, A., Benjumea, D., y Segura, M. (2017). Conceptualización de la Interacción comunicativa y su caracterización. Revista Med, 25(2), 105 - 116. https://www.redalyc.org/jatsRepo/910/91054722010/html/index.html

Castillo, E. (2017). Nivel de influencia del uso de la red social Facebook en el comportamiento de los alumnos de Quinto año de secundaria de la IEP Jesús Maestro, Nuevo Chimbote, 2017. [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Universidad César Vallejo.

Cobo, S. (2012). Internet para periodistas kit de supervivencia para la era digital. Barcelona: UOC

Dan, Z. y Zarella, A. (2011) Marketing con Facebook, (1ª. ed.) Grupo Anaya, s.a.

Diario La República (2021). Facebook logró mantenerse como la red social más popular en el año 2021. Recuperado de: https://larepublica.pe/tecnologia/2022/01/06/facebook-logro-mantenerse-como-la-red-social-mas-popular-en-el-ano-2021/

Domínguez, M. (2003). El origen del comportamiento humano. Madrid, España. Editorial T.S.P.

Esteban, A. e. (2014). Principios del Marketing. Madrid: ESIC.

Faerman, J. (2009). Faceboom. Buenos Aires. Argentina. Eds. Argentina S.A.

Fernández, A. (2015). Interactividad y Redes Sociales. ACCI.

Flores, J. (2013). Contenido y servicios periodísticos en las redes sociales. Madrid: Fragua

Fresnos,M., Marquez, P., Paunero, D (2014). Conectados por redes sociales: Introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Barcelona: UOC

Gómez, J. (2014). El Maravilloso Mundo del marketing. Santiago: Universidad Sergio Arboleda.

Gonzales, L. (2014).Psicología de Facebook. México DF. México. [s.n]

Granados, C. (2018). Uso del Facebook y el comportamiento de los estudiantes de la IP Politécnico Tupac Amaru - Chilca. [Tesis de Licenciatura, Universidad 39 Nacional del centro del Perú, Huancayo] http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/4791

Habermas, J. (1981). Teoría de la Acción Comunicativa. Taurus Humanidades. https://pics.unison.mx/doctorado/wp-content/uploads/2020/05/Teoriade_la_accion_comunicativa-Habermas-Jurgen.pdf

Harrisson T. (2015) Estrategias de comunicación. Técnicas de Marketing (pp.41). Lima: Editorial El Comercio.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. d., Méndez, S., y Mendoza, C. (2018). 6ta edición Metodología de la Investigación. McGraw-hill/Interamericana Editores, S.A.

Kenneth C. y Guercio, C. (2013). E-commerce, Negocios, Teconología, Sociedad; (9ª. ed.); Pearson

Kotler y Armstrong (2013) Fundamentos de marketing, (11. ed.), Pearson

La Rosa, A. (2016). Una mirada a la interacción en las redes sociales. Universidad Femenina del Sagrado Corazón, 24(1), 51-57. Consultado el 08 de 04 de 2021. http://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/143

Llaguno, M., & López, E. (2011). Facebook y la teoría de usos y gratificaciones. Obtenido por https://n9.cl/uxb1z

López, G., y Ciuffoli, c. (2012). Facebook es el mensaje, oralidad, escritura y después. La cruija. https://taller4g.files.wordpress.com/2013/06/fb_mensaje.pdf

López, M., Martínez, E., y García, B. (2019). Nuevas Estrategias de Mediación parental en el uso de las Redes Sociales por adolescentes. El Profesional de la Información, 28(5), 1-11. https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.23

Martínez P., C. (2012). Quiero ser un Community Manager. (1.a ed.). Madrid: Esic Editorial

Merodio, J. (2016). Estrategia y táctica empresarial en redes sociales. Ediciones de la U.

Montecé, J. (2018). Análisis comunicológico de la influencia de la red social Facebook en el comportamiento de jóvenes de 15 a 17 años de la ciudadela El Mamey, Cantón Babahoyo, provincia de Los Ríos, periodo 2017. [tesis de posgrado, Universidad de Guayaquil]. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27010.

Quispe, G. (2022). Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los estudiantes del 5to grado de la institución educativa secundaria JEC "Pedro Vilcapaza Alarcón" 2018. [tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/18362/Quispe_Machaca_Gary_Jessica.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Robles, P. (2014) ventajas y desventajas del Facebook. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=sUlsTs2ljaE

Rodríguez F. (2012) Facebook, Aplicaciones profesionales y de empresa, (1ª. ed.) Grupo Anaya, s.a.

Rogers, C. (1981). La persona como centro. California Estados Unidos. Pp. 17 - 19.

Sabrina, S., y Hofer, D. (2020). La susceptibilidad a la influencia social predice el comportamiento en facebook. PLOS ONE, 3 - 5. doi:https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229337

Sopuruchi, A., y Obiageli, C. (2020). Interacciones en Facebook y Twitter desde la perspectiva de la acción comunicativa. Teoría y práctica en estudios del lenguaje, 10(11), 13-1358. doi:DOI: http://dx.doi.org/10.17507/tpls.1011.02

Anexos

I. CUESTIONARIO

ITEM	VARIABLE 1: FACEBOOK PREGUNTAS	Totalmente en	En desacuerd	Neutral	En acuerdo	Totalmente de
N°	**DIMENSIÓN 1. INTERACCIÓN**					
1	¿Consideras que es mejor interactuar con tus contactos de tu Facebook que los de tu entorno?					
2	¿Disfruto hacer transmisiones en vivo desde Facebook de algún acontecimiento que pasa en el colegio para lograr la aceptación de mis compañeros?					
3	¿Utiliza Facebook todos los días para contactar a los amigos o compañeros del colegio?					
4	¿crees que el uso de Facebook se está utilizando como medio publicitario para impulsar algún negocio?					
N°	**DIMENSIÓN 2. INFORMACIÓN**					
4	¿Consideras que el contenido que visualizas en el Facebook te ayudado en tu formación escolar?					
5	¿Consideras que las noticias que visualizas en el Facebook te ayudado en tu formación escolar?					
6	¿Consideras que Facebook te ayudado a expresar emociones en tu formación escolar y personal?					
7	¿Consideras que Facebook ha cambiado aspectos personales e informativos en ti ?					
N°	**DIMENSIÓN 3. COMUNICACIÓN**					
8	¿Consideras que Facebook te ayudado a generar una mejor conexión con el entorno que los rodea?					
9	¿Consideras que es indispensable entrar al Facebook de manera diaria?					
10	¿Consideras que Facebook soluciona diversos problemas que se te presenta de manera rápida y efectiva?					

CUESTIONARIO PARA ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO ADOLESCENTE

El cuestionario presenta la siguiente escala valorativa:

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

I. CUESTIONARIO

ITEM	**VARIABLE 1: COMPORTAMIENTO ADOLESCENTE**	**Nunca**	**Casi**	**A veces**	**Casi .**	**Siempre**
	PREGUNTAS					
N°	**DIMENSIÓN 1. AGRESIVO**					
1	¿Has tenido reacciones violentas cuando te han interrumpido al emplear Facebook?					
2	¿Tienes problemas en casa por utilizar solamente tú la computadora para conectarte a la red social Facebook?					
3	¿Sientes que el utilizar Facebook origina cambios negativos en tu comportamiento?					
N°	**DIMENSIÓN 2. ASERTIVO**					
4	¿Sientes que el utilizar Facebook te ayudado a comprender a los demás?					
5	¿Sientes que el utilizar Facebook te ayudado a respetar y ser amable con los demás?					
6	¿Sientes que el utilizar Facebook formas partes de un colectivo?					
7	¿Te sientes identificado con un colectivo al emplear en gran medida el Facebook?					
N°	**DIMENSIÓN 3. PASIVO**					
8	¿Sientes que el utilizar Facebook te ayudado a expresar tus ideas con los demás?					
9	¿Sientes que el utilizar Facebook te ayudado comunicarte de manera efectiva con los demás?					
10	¿¿Sientes que el utilizar Facebook te ayudado a ser cooperativo con los demás?					

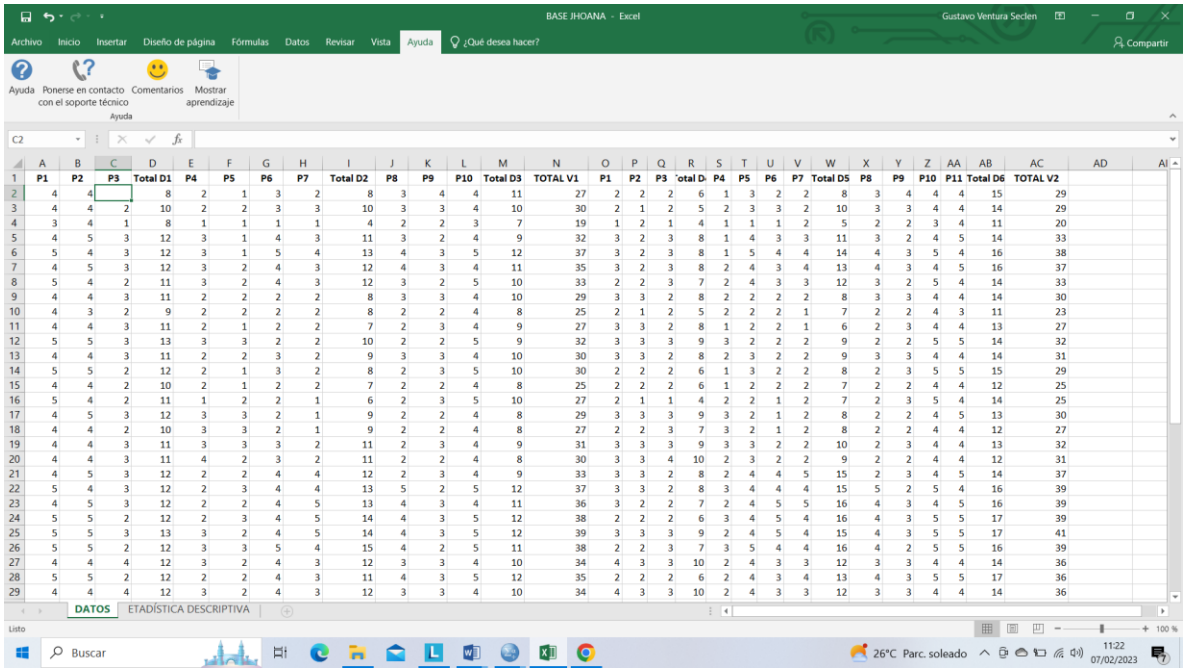
11	¿Sientes que el utilizar Facebook ha cambiado tu actitud en casa y con los demás?					

2.3.Operacionalización de Variables

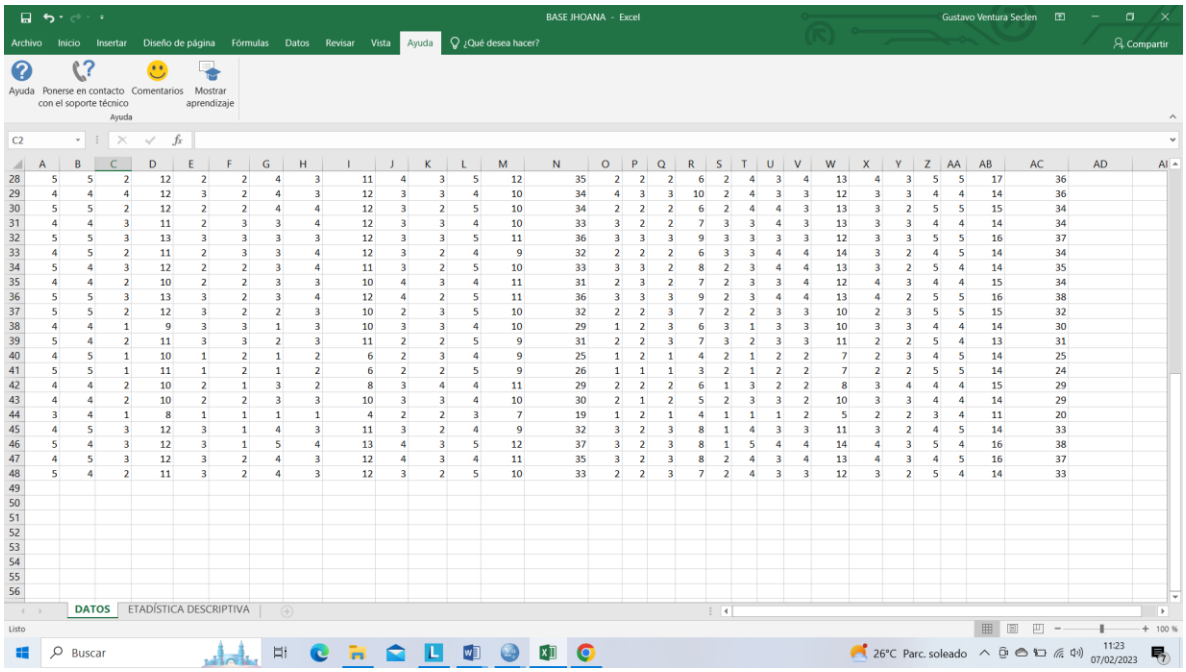
VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Facebook	Se definió de manera operacional a partir de la composición de la variable, es decir, está mediada bajo tres (3) dimensiones, las cuales son: interacción, información y comunicación	Interacción	Comentarios	Ordinal Técnica: encuesta Escala de Lickert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			Reacciones	
			Fidelización	
			Visitas de páginas	
		Información	Contenido	
			Noticias	
			Sentimientos	
			Cambios	
		Comunicación	Conexión	
			Frecuencia	
			Rapidez	
Comportamiento de los adolescentes	Se definió de manera operacional a partir de la composición de la variable, es decir, está mediada bajo tres (3) dimensiones, las cuales son: Agresivo, pasivo y asertivo	Agresivo	Persona impulsiva	Ordinal Técnica: encuesta Escala de Lickert
			Terquedad	
			Negación	
		Asertivo	Comprensión	

			Amabilidad	(4) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			Aceptación	
		Pasivo	Diálogo	
			Comunicación	
			Cooperación	
			Actitud	

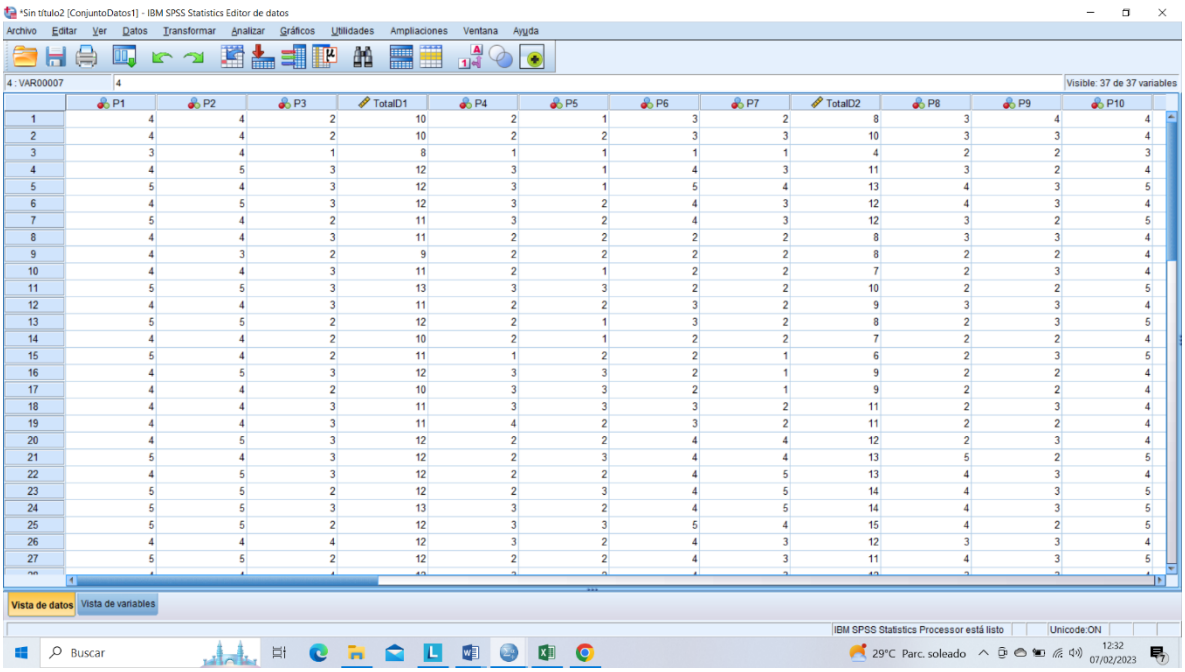
Procesamiento de datos



P1	P2	P3	Total D1	P4	P5	P6	P7	Total D2	P8	P9	P10	Total D3	TOTAL V1	P1	P2	P3	Total D4	P4	P5	P6	P7	Total D5	P8	P9	P10	P11	Total D6	TOTAL V2
4	4		8	2	1	3	2	8	3	4	4	11	27	2	2	2	6	1	3	2	2	8	3	4	4	4	15	29
4	4	2	10	2	2	3	3	10	3	3	4	10	30	2	1	2	5	2	3	3	2	10	3	3	4	4	14	29
3	4	1	8	1	1	1	1	4	2	2	3	7	19	1	2	1	4	1	1	1	2	5	2	2	3	4	11	20
4	5	3	12	3	1	4	3	11	3	2	4	9	32	3	2	3	8	1	4	3	3	11	3	2	4	5	14	33
5	4	3	12	3	1	5	4	13	4	3	5	12	37	3	2	3	8	1	5	4	4	14	4	3	5	4	16	38
4	5	3	12	3	2	4	3	12	4	3	4	11	35	3	2	3	8	2	4	3	4	13	4	3	4	5	16	37
5	4	2	11	3	2	4	3	12	3	2	5	10	33	2	2	3	7	2	4	3	3	12	3	2	5	4	14	33
4	4	3	11	2	2	2	2	8	3	3	4	10	29	3	3	2	8	2	2	2	2	8	3	3	4	4	14	30
4	3	2	9	2	2	2	2	8	2	2	4	8	25	2	1	2	5	2	2	2	1	7	2	2	4	3	11	23
4	4	3	11	2	1	2	2	7	2	3	4	9	27	3	3	2	8	1	2	2	1	6	2	3	4	4	13	27
5	5	3	13	3	3	2	2	10	2	2	5	9	32	3	3	3	9	3	2	2	2	9	2	2	5	5	14	32
4	4	3	11	2	2	3	2	9	3	3	4	10	30	3	3	2	8	2	3	2	2	9	3	3	4	4	14	31
5	5	2	12	2	1	3	2	8	2	3	5	10	30	2	2	2	6	1	3	2	2	8	2	3	5	5	15	29
4	4	2	10	2	1	2	2	7	2	2	4	8	25	2	2	2	6	1	2	2	2	7	2	2	4	4	12	25
5	4	2	11	1	2	2	1	6	2	3	5	10	27	2	1	1	4	2	2	1	2	7	2	3	5	4	14	25
4	5	3	12	3	3	2	1	9	2	2	4	8	29	3	3	3	9	3	2	1	2	8	2	2	4	5	13	30
4	4	2	10	3	3	2	1	9	2	2	4	8	27	2	2	3	7	3	2	1	2	8	2	2	4	4	12	27
4	4	3	11	3	3	3	2	11	2	3	4	9	31	3	3	3	9	3	3	2	2	10	2	3	4	4	13	32
4	4	3	11	4	2	3	2	11	2	2	4	8	30	3	3	4	10	2	3	2	2	9	2	2	4	4	12	31
4	5	3	12	2	2	4	4	12	2	3	4	9	33	3	3	2	8	2	4	4	5	15	2	3	4	5	14	37
5	4	3	12	2	3	4	4	13	5	2	5	12	37	3	3	2	8	3	4	4	4	15	5	2	5	4	16	39
4	5	3	12	2	2	4	5	13	4	3	4	11	36	3	2	2	7	2	4	5	5	16	4	3	4	5	16	39
5	5	2	12	2	3	4	5	14	4	3	5	12	38	2	2	2	6	3	4	5	4	16	4	3	5	5	17	39
5	5	3	13	3	2	4	5	14	4	3	5	12	39	3	3	3	9	2	4	5	4	15	4	3	5	5	17	41
5	5	2	12	3	3	5	4	15	4	2	5	11	38	2	2	3	7	3	5	4	4	16	4	2	5	5	16	39
4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4	10	34	4	3	3	10	2	4	3	3	12	3	3	4	4	14	36
5	5	2	12	2	2	4	3	11	4	3	5	12	35	2	2	2	6	2	4	3	4	13	4	3	5	5	17	36
4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4	10	34	4	3	3	10	2	4	3	3	12	3	3	4	4	14	36



5	5	2	12	2	2	4	3	11	4	3	5	12	35	2	2	2	6	2	4	3	4	13	4	3	5	5	17	36
4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4	10	34	4	3	3	10	2	4	3	3	12	3	3	4	4	14	36
5	5	2	12	2	2	4	4	12	3	2	5	10	34	2	2	2	6	2	4	4	3	13	3	2	5	5	15	34
4	4	3	11	2	3	3	4	12	3	3	4	10	33	3	2	2	7	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	34
5	5	3	13	3	3	3	3	12	3	3	5	11	36	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	5	5	16	37
4	5	2	11	2	3	3	4	12	3	2	4	9	32	2	2	2	6	3	3	4	4	14	3	2	4	5	14	34
5	4	3	12	2	2	3	4	11	3	2	5	10	33	3	3	2	8	2	3	4	4	13	3	2	5	4	14	35
4	4	2	10	2	2	3	3	10	4	3	4	11	31	2	3	2	7	2	3	3	4	12	4	3	4	4	15	34
5	5	3	13	3	2	3	4	12	4	2	5	11	36	3	3	3	9	2	3	4	4	13	4	2	5	5	16	38
5	5	2	12	3	2	2	3	10	2	3	5	10	32	2	2	3	7	2	2	3	3	10	2	3	5	5	15	32
4	4	1	9	3	3	1	3	10	3	3	4	10	29	1	2	3	6	3	1	3	3	10	3	3	4	4	14	30
5	4	2	11	3	3	2	3	11	2	2	5	9	31	2	2	3	7	3	2	3	3	11	2	2	5	4	13	31
4	5	1	10	1	2	1	2	6	2	3	4	9	25	1	2	1	4	2	1	2	2	7	2	3	4	5	14	25
5	5	1	11	1	2	1	2	6	2	2	5	9	26	1	1	1	3	2	1	2	2	7	2	2	5	5	14	24
4	4	2	10	2	1	3	2	8	3	4	4	11	29	2	2	2	6	1	3	2	2	8	3	4	4	4	15	29
4	4	2	10	2	2	3	3	10	3	3	4	10	30	2	1	2	5	2	3	3	2	10	3	3	4	4	14	29
3	4	1	8	1	1	1	1	4	2	2	3	7	19	1	2	1	4	1	1	1	2	5	2	2	3	4	11	20
4	5	3	12	3	1	4	3	11	3	2	4	9	32	3	2	3	8	1	4	3	3	11	3	2	4	5	14	33
5	4	3	12	3	1	5	4	13	4	3	5	12	37	3	2	3	8	1	5	4	4	14	4	3	5	4	16	38
4	5	3	12	3	2	4	3	12	4	3	4	11	35	3	2	3	8	2	4	3	4	13	4	3	4	5	16	37
5	4	2	11	3	2	4	3	12	3	2	5	10	33	2	2	3	7	2	4	3	3	12	3	2	5	4	14	33



*Sin título2 [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

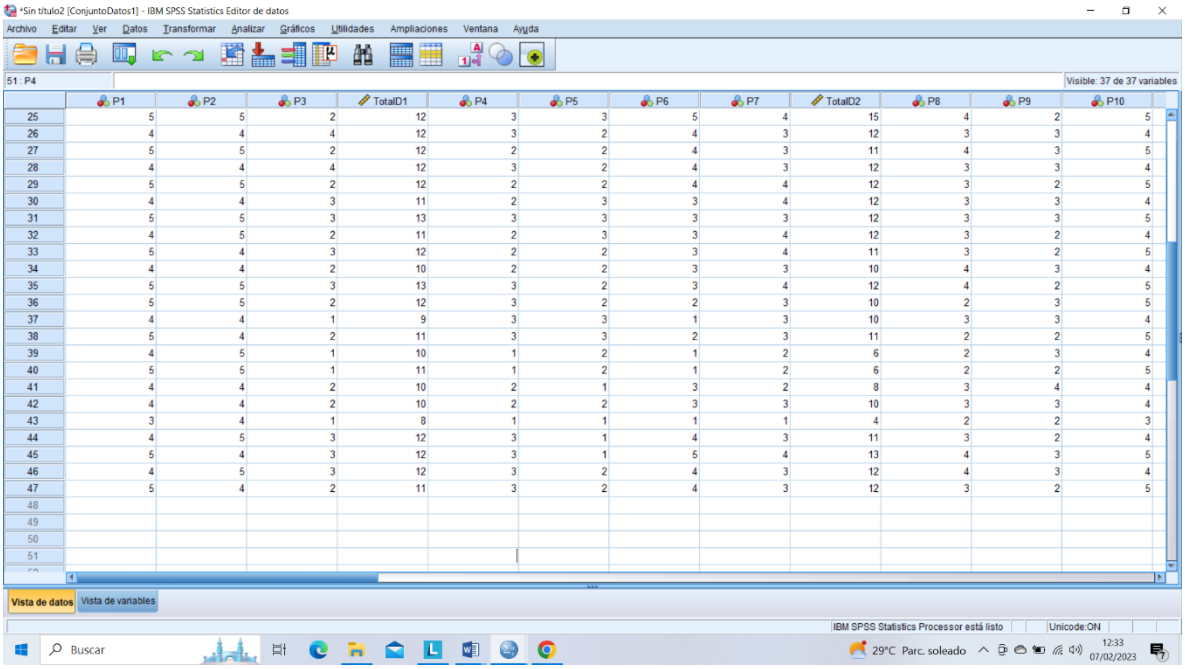
4 : VAR00007 | 4 | Visible: 37 de 37 variables

	P1	P2	P3	TotalD1	P4	P5	P6	P7	TotalD2	P8	P9	P10
1	4	4	2	10	2	1	3	2	8	3	4	4
2	4	4	2	10	2	2	3	3	10	3	3	4
3	3	4	1	8	1	1	1	1	4	2	2	3
4	4	5	3	12	3	1	4	3	11	3	2	4
5	5	4	3	12	3	1	5	4	13	4	3	5
6	4	5	3	12	3	2	4	3	12	4	3	4
7	5	4	2	11	3	2	4	3	12	3	2	5
8	4	4	3	11	2	2	2	2	8	3	3	4
9	4	3	2	9	2	2	2	2	8	2	2	4
10	4	4	3	11	2	1	2	2	7	2	3	4
11	5	5	3	13	3	3	2	2	10	2	2	5
12	4	4	3	11	2	2	3	2	9	3	3	4
13	5	5	2	12	2	1	3	2	8	2	3	5
14	4	4	2	10	2	1	2	2	7	2	2	4
15	5	4	2	11	1	2	2	1	6	2	3	5
16	4	5	3	12	3	3	2	1	9	2	2	4
17	4	4	2	10	3	3	2	1	9	2	2	4
18	4	4	3	11	3	3	3	2	11	2	3	4
19	4	4	3	11	4	2	3	2	11	2	2	4
20	4	5	3	12	2	2	4	4	12	2	3	4
21	5	4	3	12	2	3	4	4	13	5	2	5
22	4	5	3	12	2	2	4	5	13	4	3	4
23	5	5	2	12	2	3	4	5	14	4	3	5
24	5	5	3	13	3	2	4	5	14	4	3	5
25	5	5	2	12	3	3	5	4	15	4	2	5
26	4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4
27	5	5	2	12	2	2	4	3	11	4	3	5

Vista de datos | Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON

Buscar | 29°C Parc. soleado | 12:32 07/02/2023



*Sin título2 [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

51 : P4 | Visible: 37 de 37 variables

	P1	P2	P3	TotalD1	P4	P5	P6	P7	TotalD2	P8	P9	P10
25	5	5	2	12	3	3	5	4	15	4	2	5
26	4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4
27	5	5	2	12	2	2	4	3	11	4	3	5
28	4	4	4	12	3	2	4	3	12	3	3	4
29	5	5	2	12	2	2	4	4	12	3	2	5
30	4	4	3	11	2	3	3	4	12	3	3	4
31	5	5	3	13	3	3	3	3	12	3	3	5
32	4	5	2	11	2	3	3	4	12	3	2	4
33	5	4	3	12	2	2	3	4	11	3	2	5
34	4	4	2	10	2	2	3	3	10	4	3	4
35	5	5	3	13	3	2	3	4	12	4	2	5
36	5	5	2	12	3	2	2	3	10	2	3	5
37	4	4	1	9	3	3	1	3	10	3	3	4
38	5	4	2	11	3	3	2	3	11	2	2	5
39	4	5	1	10	1	2	1	2	6	2	3	4
40	5	5	1	11	1	2	1	2	6	2	2	5
41	4	4	2	10	2	1	3	2	8	3	4	4
42	4	4	2	10	2	2	3	3	10	3	3	4
43	3	4	1	8	1	1	1	1	4	2	2	3
44	4	5	3	12	3	1	4	3	11	3	2	4
45	5	4	3	12	3	1	5	4	13	4	3	5
46	4	5	3	12	3	2	4	3	12	4	3	4
47	5	4	2	11	3	2	4	3	12	3	2	5
48												
49												
50												
51												

Vista de datos | Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode:ON

Buscar | 29°C Parc. soleado | 12:33 07/02/2023

Influencia del Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P Lambayeque, 2022

ORIGINALITY REPORT

15%	13%	2%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.ucv.edu.pe Internet Source	4%
2	repositorio.unprg.edu.pe Internet Source	2%
3	1library.co Internet Source	1%
4	Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo Student Paper	1%
5	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Student Paper	1%
6	hdl.handle.net Internet Source	1%
7	www.clubensayos.com Internet Source	<1%
8	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	<1%

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

9	repositorio.ug.edu.ec Internet Source	<1 %
10	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Student Paper	<1 %
11	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	<1 %
12	repositorio.unemi.edu.ec Internet Source	<1 %
13	issuu.com Internet Source	<1 %
14	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
15	repositorio.urp.edu.pe Internet Source	<1 %
16	www.amiturismo.org Internet Source	<1 %
17	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
18	alicia.concytec.gob.pe Internet Source	<1 %
19	repositorio.unap.edu.pe Internet Source	<1 %
20	repositorio.uct.edu.pe	

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

	Internet Source	<1 %
21	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Student Paper	<1 %
22	repositorio.unfv.edu.pe Internet Source	<1 %
23	repositorio.usmp.edu.pe Internet Source	<1 %
24	www.studocu.com Internet Source	<1 %
25	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Student Paper	<1 %
26	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Student Paper	<1 %
27	Submitted to Universidad Senor de Sipan Student Paper	<1 %
28	documentop.com Internet Source	<1 %
29	repositorio.upeu.edu.pe Internet Source	<1 %
30	music.apple.com Internet Source	<1 %

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

31	repositorio.uladech.edu.pe Internet Source	<1 %
32	www.microsoft.com Internet Source	<1 %
33	docplayer.es Internet Source	<1 %
34	ibrradiosplay.wixsite.com Internet Source	<1 %
35	impactodelasredessocialesenlasociedad.blogspot.com Internet Source	<1 %
36	redie.org.mx Internet Source	<1 %
37	repositorio.unprg.edu.pe:8080 Internet Source	<1 %
38	www.scribd.com Internet Source	<1 %
39	www.uladech.edu.pe Internet Source	<1 %
40	dspace.unach.edu.ec Internet Source	<1 %
41	eprints.ucm.es Internet Source	<1 %
42	rdu.unc.edu.ar Internet Source	<1 %

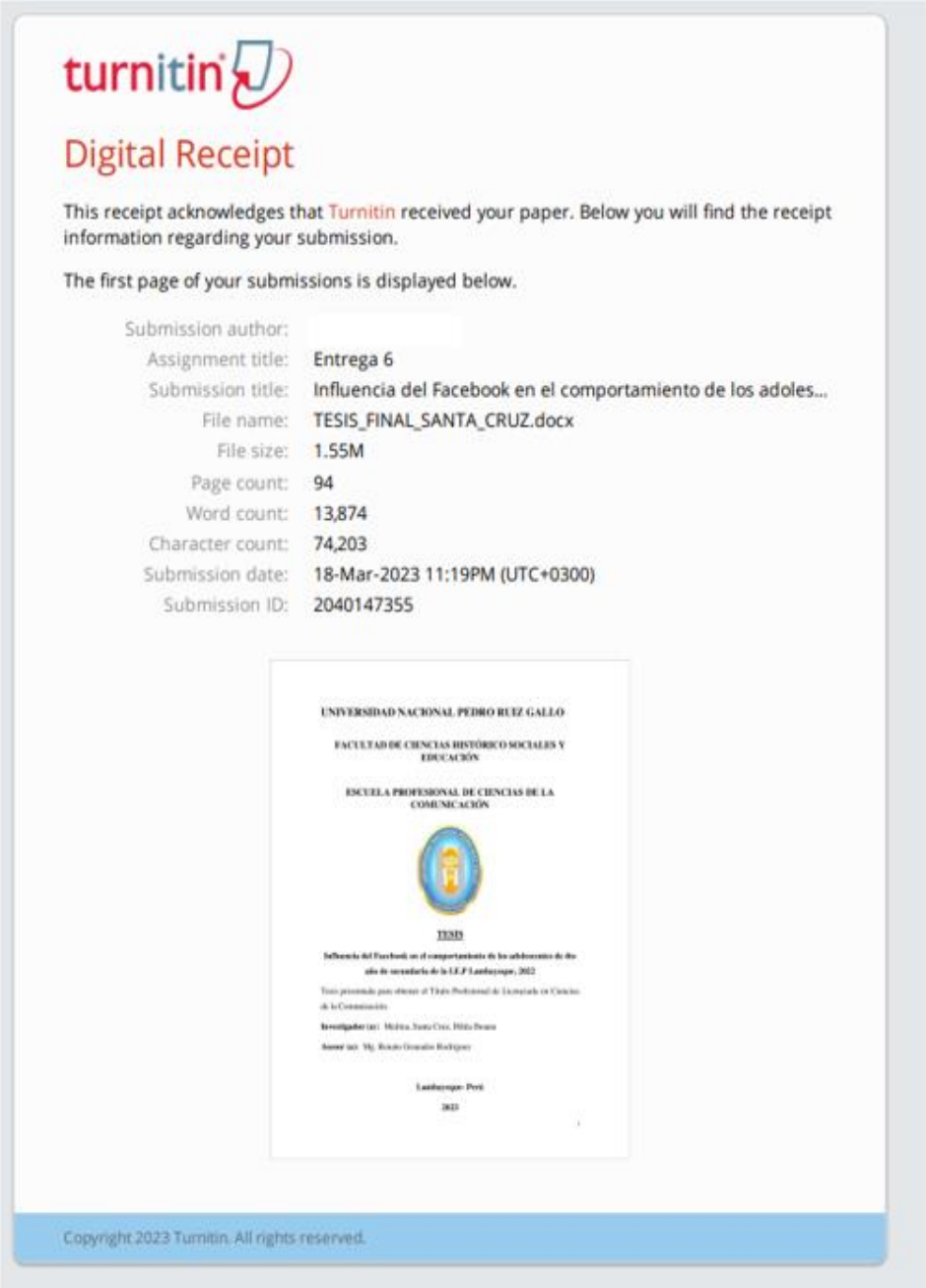
Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

43	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
44	www.revistacomunicar.com Internet Source	<1 %
45	José Ventura-León, Tomás Caycho-Rodríguez, Jency Mamani-Poma, Lucerito Rodriguez-Dominguez, Luciana Cabrera-Toledo. "Satisfaction towards virtual courses: Development and validation of a short measure in COVID-19 times", Heliyon, 2022 Publication	<1 %
46	Ruiz Molina, Encarna, Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació. "Los blogs de moda : del periodismo al marketing. Análisis de las interacciones entre los egoblogs, los blogs periodísticos y las industrias del sector /", [Barcelona] : Universitat Autònoma de Barcelona,, 2014 Internet Source	<1 %
47	es.scribd.com Internet Source	<1 %

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor



turnitin

Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	
Assignment title:	Entrega 6
Submission title:	Influencia del Facebook en el comportamiento de los adoles...
File name:	TESIS_FINAL_SANTA_CRUZ.docx
File size:	1.55M
Page count:	94
Word count:	13,874
Character count:	74,203
Submission date:	18-Mar-2023 11:19PM (UTC+0300)
Submission ID:	2040147355

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS

Copyright 2023 Turnitin. All rights reserved.

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

Asesor

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dra. Rosario del Milagro Wong Chung, Asesora de tesis, revisor del trabajo de investigación, de la estudiante, Medina Santa Cruz Hilda Jhoana.

Titulada:

Influencia del Facebook en el comportamiento de los adolescentes de 4to año de secundaria de la I.E.P Lambayeque, 2022, luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tienen un índice de similitud de 15% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen, plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 19 de junio del 2024.

Dra. Rosario del Milagro Wong Chung

DNI: 16437453

ASESOR