

NOMBRE DEL TRABAJO

INFORME FINAL DE TESIS_AVILA (FINAL) (1) (2).pdf

AUTOR

Pedro Avila

RECUENTO DE PALABRAS

18079 Words

RECUENTO DE CARACTERES

96109 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

95 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.3MB

FECHA DE ENTREGA

Dec 19, 2023 4:29 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Dec 19, 2023 4:31 PM GMT-5**● 20% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

1 ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICA PÚBLICA MONTERRICO

PROGRAMA DE FORMACIÓN INICIAL DOCENTE



MONTERRICO
Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública

**LA SOCIAL MEDIA EN LA FORMACIÓN CIUDADANA DE LOS
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN EDUCACIÓN SECUNDARIA, ESPECIALIDAD CIENCIAS**

HISTÓRICO SOCIALES

1 AVILA CORTEZ, Pedro Antonio

CARRERO FERNANDEZ, Gerardo Joel

NAVARRO ALTAMIRANO, Yahomi Massiel

RODRIGUEZ MAGALLANES, Walter Marcelo

ASESOR(A):

9 BLANCO MORENO, Martín Rafael

Lima, diciembre de 2023

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar las características de la social media en la formación ciudadana de 362 estudiantes de cuarto de secundaria de cuatro instituciones educativas ubicadas en Lima Metropolitana. Fue un estudio de diseño descriptivo, tipo simple y de enfoque cuantitativo. Se aplicó un cuestionario a los estudiantes para recoger información sobre su interacción con los sitios web, las redes sociales y los influencers.

Los resultados mostraron que los sitios web y las redes sociales juegan un papel primordial en la formación ciudadana de los adolescentes. Les permiten informarse, intercambiar ideas, debatir y participar como ciudadanos. Por otro lado, se evidenció la influencia de los influencers en la opinión y comportamiento de los jóvenes. Se concluye que la social media tiene un efecto significativo en la formación ciudadana de los estudiantes. Es necesario un uso responsable de estas plataformas y modelos de influencia positiva.

Palabras clave: Social media, Redes sociales, Formación ciudadana, Influencers, Sitios web.

58 Abstract

The present research aimed to determine the characteristics of social media in the civic education of 362⁴⁶ fourth-year high school students from four schools in Metropolitan Lima. It was a descriptive design study, simple type and with a quantitative approach.²² A questionnaire was applied to the students to collect information about their interaction with websites, social networks and influencers.

The results showed that websites and social networks¹⁴¹ play a fundamental role in the civic education of teenagers. They allow them to get informed, exchange ideas, debate and participate as citizens.⁸⁸ On the other hand, the influence of influencers on the opinion and behavior of young people was evident. It is concluded that social media has a significant effect on students' civic education. Responsible use of these platforms and models of positive influence is necessary.

Keywords: Social media, Social networks, Civic education, Influencers, Websites.

Agradecimientos

En primer lugar, agradecemos a la directora general¹⁸ de la Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública Monterrico, Dany Marisol Briceño Vela, por darse el tiempo de guiarnos, darnos luces y ser la persona que, bajo el amparo de su sabiduría, logró las correctivas necesarias para que este trabajo de investigación haya podido salir adelante.

En segundo lugar, agradecemos a nuestro asesor de tesis y práctica docente, Martín Rafael Blanco Moreno, por sus aportes y consejos pedagogos durante todo el desarrollo de este trabajo de investigación.

En tercer lugar, agradecemos¹⁸ a la Escuela de Educación Superior Pedagógico Público Monterrico por ser la sede del conocimiento adquirido en estos años; y a sus docentes, por contribuir en nuestro proceso de formación docente.

En cuarto lugar, agradecemos a la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, por fortalecer nuestra vocación y permitirnos aplicar el instrumento de investigación.

Finalmente, agradecemos²⁰ a todas las personas que nos han brindado su apoyo incondicional y han hecho posible que este trabajo de investigación se lleve a cabo con éxito, en especial a aquellos que nos brindaron sus aportes y sus conocimientos.

Dedicatoria

A Mario Vargas Llosa, y a los estudiantes de la I.E. Fe y Alegría N°03, por su recibimiento inmerecido hacia mi persona.

Pedro Avila Cortez

In memoriam de Limber y Trinidad, por sembrar en mí la capacidad de amar, el deseo de superarme y la determinación para nunca rendirme. A Esther, Freddy, Jamil y Carlos, por su confianza, amor y apoyo incondicional; sin ellos no hubiera podido llegar hasta aquí.

Gerardo Joel Carrero Fernandez

A Yeda, Marcela, Santiago y Carlos por ser mi constante ánimo, orientación y por guiar mi vida y decisiones; a Yaride y Yaref por ser mis compañeros de aventuras, ser mi alegría y sostén; a Mauricio por su amor incondicional y a mi familia por su apoyo, confianza y amor.

Yahomi Navarro Altamirano

A Samantha, por ser mi aurora entre las tinieblas; a Rosa, por ser mi inspiración; a Walter, Margarita, Martin, Manuela, Grecia y Luciana, por ser un apoyo incondicional y por hacerme siempre un poco más humano.

Walter Marcelo Rodriguez Magallanes

11 INDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 8 |
| PARTE I: MARCO TEÓRICO | 20 |
| 1.1. Definición y Clasificación de la Social Media | 21 |
| 1.1.1. Sitios Web | 21 |
| 1.1.2. Redes Sociales | 24 |
| 1.1.3. Influencers | 27 |
| 1.2. Definición de Formación Ciudadana | 29 |
| 1.2.1. Definición de Ciudadanía | 29 |
| PARTE II: MARCO METODOLÓGICO | 32 |
| 2.1 Diseño de la Investigación | 32 |
| 2.1.1. Objetivos de la investigación | 32 |
| 2.1.2. Diseño, tipo, nivel y modalidad de investigación | 33 |
| 2.1.3. Operacionalización de la variable | 34 |
| 2.1.4. Metodología empleada | 34 |
| 2.2. Análisis e interpretación de resultados | 36 |
| CONCLUSIONES | 79 |
| RECOMENDACIONES | 80 |
| REFERENCIAS | 81 |

| | |
|--|----|
| ANEXOS | 88 |
| Anexo 1: Matriz de consistencia | 88 |
| Anexo 2: Operacionalización de la variable | 91 |
| Anexo 3: Instrumento | 92 |
| Anexo 4: Tabla de validación del instrumento | 94 |
| Anexo 5: Tabla de confiabilidad del instrumento | 95 |

INTRODUCCIÓN

Lo ocurrido durante la emergencia sanitaria COVID-19 exigió al sistema educativo mundial migrar a plataformas y programas digitales, lo que ha aumentado la interacción de los adolescentes con la tecnología y la social media. En este contexto, es imperativo considerar cómo la formación ciudadana puede adaptarse al progresivo predominio de las redes sociales en la construcción de vida de los adolescentes.

La formación ciudadana ocupa un papel principal en la educación, ya que busca promover la ciudadanía informada, con una posición crítica y sumamente comprometida con la mejora de vida en sociedad. En este sentido, el apogeo de las redes sociales ha introducido nuevos desafíos y oportunidades en este proceso, ya que se construye una ciudadanía desde un nuevo contexto, en el de la social media. Los estudiantes de hoy en día están expuestos a una variedad de información y opiniones a través de las principales redes sociales como: Facebook, Twitch, YouTube, Twitter, Instagram y TikTok, sitios web como: blogs, radio online, periódicos digitales, podcast y televisión online, lo que influye de manera significativa en su comprensión de los asuntos públicos, realidad nacional y su participación ciudadana y cívica.

La presente investigación tiene como finalidad determinar las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria, considerando los sitios web, las redes sociales y el rol de los influencers en la interacción de los adolescentes con las plataformas digitales.

En diciembre de 2022, el Informe Técnico del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), titulado “Estado de la Niñez y Adolescencia” muestra los resultados

de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), donde se evidencia que, dentro del tercer trimestre del año 2022 entre la población peruana de 12 a 17 años, el acceso a Internet fue de 88,2%. Se registra un aumento de 12,3 puntos porcentuales en comparación con el similar trimestre del año 2019, previo a la pandemia del 2020.

Este trabajo de investigación se enfoca en los estudiantes de la Educación Básica Regular (EBR), ya que como se evidencia en el informe antes mencionado, existe un aumento de la interacción de los adolescentes con las plataformas que se encuentran disponibles en internet. Encontrándose en una etapa de formación, resulta de interés la interacción que tienen con la social media, como mencionan Contreras y Ugalde (2022) En la actualidad, las plataformas sociales en internet se han incorporado a nuestra cotidianidad, ofreciendo novedosas maneras de entablar vínculos interpersonales, dialogar, acceder y distribuir datos, así como intercambiar contenidos.

Asimismo, han propiciado una transformación en las formas en que los individuos se comunican entre sí. Por medio de estas redes, las personas pueden relacionarse, expresarse y transmitir mensajes de un modo que difiere en varios aspectos de los medios tradicionales. Su auge ha traído consigo nuevos patrones de interacción y socialización en el mundo interconectado.

Los medios de comunicación en el Perú se han caracterizado por acaparar en manos de unos pocos la información pública nacional, dejando fuera el pluralismo de fuentes; creando de este modo un impacto en la formación ciudadana que se verá en la interpretación de los datos obtenidos.

Por ello, al existir tan poca variedad informativa en los medios de comunicación, se limita severamente que los ciudadanos, especialmente los jóvenes, puedan acceder a una diversidad de visiones y análisis sobre los asuntos públicos. Esta carencia resulta preocupante para su desarrollo como ciudadanos críticos y bien informados.

Un escenario comunicacional dominado por unos pocos grupos de poder reduce las oportunidades para que se integren visiones alternativas o disidentes en el debate público. Así, se empobrece y sesga la discusión sobre los problemas que afectan al país, algo que debería ser fundamental en la formación de una ciudadanía democrática.

En el año 2016, en el Perú, Reporteros sin Fronteras (RSF) y Ojo-Publico realizaron un proyecto de investigación internacional titulado “MOM (Media Ownership Monitor) Perú: Una base de datos que revela la concentración” (2016), nos muestra la manifestación de contenidos en donde podemos rescatar tanto la información dada en su forma tradicional, y la que se trasmite de manera actual y masiva mediante el internet. Se han identificado los grupos de poder que controlan los principales medios de comunicación en Perú, los cuales se dividen en cuatro sectores: prensa escrita, televisión, radio e internet. Al analizar la distribución de la publicidad, se hace evidente el predominio del grupo El Comercio.

Este grupo empresarial concentra un porcentaje significativo de los anuncios publicitarios, lo que da cuenta de su posición dominante sobre el resto de medios de comunicación en el país. Esta situación permite entender la influencia que ejerce El Comercio sobre la opinión pública y la agenda mediática nacional.

4 Para crear la base de datos MOM Perú, un medio analizó los 40 medios de comunicación de mayor alcance en el país: 10 emisoras de radio, 10 portales digitales de noticias, 10 canales de televisión y 10 periódicos impresos. De estos 40 medios, 16 pertenecen al mismo conglomerado de comunicaciones, el cual un solo conglomerado de empresas acapara cerca del 70% del total de pauta publicitaria anual que se destina a periódicos, canales de televisión y plataformas digitales en el país. Asimismo, dicho grupo empresarial posee aproximadamente el 80% de la circulación calculada de diarios impresos, el 78% de los lectores del mercado de publicaciones periódicas, y el 68% de la audiencia estimada de los medios informativos en línea. Esta abrumadora concentración en uno solo de los actores del sistema mediático nacional pone en evidencia la posición de dominio que ejerce sobre la opinión pública y la prensa.

Los ingresos estimados de los tres principales conglomerados de comunicaciones alcanzan más del 80% del volumen total del mercado. En la televisión abierta, la audiencia está concentrada en los canales de los tres grupos más grandes del país: el canal ATV, el canal Latina y el canal América televisión. El panorama se vuelve más preocupante para el pluralismo de medios y la libertad de información desde que surgió la alianza de distribución y producción de contenidos entre los dos conglomerados más importante: el canal ATV y el canal América, así como el acuerdo publicitario entre el canal Latina y el canal Panamericana televisión.

Los cuatros grupos concentran el 57% de la audiencia en televisión nacional, medida por Kantar Ibope Media en el 2015. Sumado a esta concentración de fuentes informativas, aparece la falta de contrastes en el horizonte de los medios descritos líneas

arriba, como mencionan Aguilar y Terán (2018), el resultado de una opinión está de acuerdo con fines muchas veces ajenos, que responden a la creación de una opinión controlada por grupos de presión o de poder económico que repercute en la formación ciudadana de los estudiantes.

En el año 2019, el Consejo consultivo de radio y televisión, publicó “Lineamientos sobre Medios de Comunicación en el nuevo Proyecto Educativo Nacional al 2036 (PEN) (Proyecto Educativo Nacional)” en donde proyecta la necesidad de desarrollar el juicio crítico en los adolescentes desde las instituciones educativas para cuestionar y regular a los medios de comunicación. En el PEN se menciona el rol de los medios de comunicación en la percepción del Estado por parte de los estudiantes de la EBR, pudiendo legitimar o deteriorar su imagen, dependiendo cómo sean administrados.

Ante la situación actual de aumento del acceso a las tecnologías de información y comunicaciones y de la interacción con los medios sociales por parte de los adolescentes, es necesario determinar las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria.

Por lo expuesto, este trabajo de investigación propone responder a la siguiente pregunta: ***¿Qué características presenta la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas y la I.E. Fe y Alegría 03?***

Para responder a esta pregunta nos planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Determinar las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

Objetivos específicos:

1. Describir las características de los sitios web en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.
2. Describir las características de las redes sociales en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.
3. Identificar las características de los influencers en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

Antecedentes internacionales

En el año 2020, Cecilia Ugalde Sánchez y Catalina González-Cabrera llevaron a cabo una investigación titulada "Edutubers, influencers y TikTok en la educación a partir de la COVID-19". Su estudio se enfocó en explorar el uso de las redes sociales y

plataformas digitales por parte de los adolescentes durante la pandemia de COVID-19, específicamente la influencia de los edutubers e influencers en TikTok. Al igual que ¹²⁵ la presente investigación, subraya la importancia de comprender cómo las redes sociales son utilizadas ¹³¹ por los adolescentes en su vida cotidiana. Y difiere porque se enfoca en investigar el impacto específico de ciertas figuras e internet durante un contexto particular, la pandemia de COVID-19.

En el año 2019, Vizcaíno-Laorga, B. Catalina-García y MC López de Ayala-López llevaron a cabo una investigación titulada "Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias". Su estudio se enfocó en explorar cómo ⁴² los jóvenes perciben las redes sociales: como fuente de información, de entretenimiento, para relacionarse interpersonalmente o como alternativa de participación ciudadana. Al igual que la presente investigación, subraya la importancia de comprender cómo ⁴² las redes sociales son percibidas por los jóvenes en su uso cotidiano. Y difiere ya que se enfoca en investigar a jóvenes ²² en un rango de edad entre 18 a 24 años.

En el año 2018, María Sánchez Agustí, Gabriela Vásquez Leyton y Nelson Vásquez Lara, realizaron una investigación titulada "Medios de comunicación e Historia Reciente. Un estudio con alumnado chileno de secundaria", que reúne información sobre cómo es que los estudiantes chilenos del tercero de secundaria perciben algunos hechos históricos con base a lo brindado por los medios de comunicación. Concluyendo en que se necesita impulsar la libre expresión relacionada a una buena formación cívica para

lograr que los estudiantes puedan contrastar⁸² la información presentada por los medios de comunicación.

Hace un análisis similar al que se pretende realizar en esta investigación, se distingue debido a que el enfoque principal es desde la historia reciente y el de la presente investigación, en la formación ciudadana.

Antecedentes nacionales

En el año 2021,⁴⁵ Adalenny Madaly Jimenez Medina y Lucila Carmela Ramírez Carrasco llevaron a cabo un estudio titulado "Impacto de las redes sociales en los adolescentes del asentamiento humano Juan Velasco III etapa, Chancay, 2021". En su investigación, las autoras exploran cómo²⁶ el uso de las redes sociales afecta a la vida cotidiana de los adolescentes en este centro poblado. Se relaciona con la presente investigación, ya que examina a las redes sociales, contribuyendo así a la comprensión de sus características en la formación ciudadana. Difiere al enfocarse en el impacto⁹⁶ en las redes sociales, dado que la presente investigación se limita a determinar las características.

En el año 2019,⁷⁰ Mendoza Michilot, Thelmy Maria Del Carmen y Valenzuela Chamorro, Ana, llevaron a cabo una investigación titulada "Las redes sociales en el Perú y la comunicación ciudadano-político". Su estudio se enfocó en examinar cómo los usuarios peruanos en línea utilizan las plataformas de Facebook y Twitter, tanto durante períodos de elecciones como en momentos sin eventos electorales, mientras ejercen¹²⁰ su derecho a la libre expresión.

Al igual que la presente investigación, este estudio resalta la importancia de comprender cómo los individuos interactúan con las redes sociales en su vida diaria. Difiere de la presente en que se centra en la comunicación ciudadano-político y la función deliberativa de los usuarios en un contexto de elecciones y de asuntos no políticos no necesariamente relacionados a la formación ciudadana.

En el año 2015, Karen Ymaña Laguado llevó a cabo una investigación titulada "Redes Sociales y participación ciudadana". Su estudio se enfocó en analizar el rol de las redes sociales, específicamente Facebook, en promover la participación ciudadana y la cultura democrática. Al igual que la presente investigación, está relacionado con el uso de redes sociales y su impacto en aspectos de participación y formación ciudadana.

Difiere en que la investigación actual se enfoca específicamente en explorar las características de las redes sociales en la formación ciudadana de estudiantes, mientras que el estudio de Ymaña Laguado analizó el uso de Facebook para fomentar la participación ciudadana en general. A pesar de esa diferencia, ambos estudios comparten un interés en entender cómo las plataformas digitales pueden moldear actitudes y comportamientos relacionados con la ciudadanía y la democracia. La presente investigación busca explorar específicamente los rasgos de las redes sociales que influyen en la formación ciudadana de jóvenes estudiantes.

De tal forma que, para fines de esta investigación, se ha estructurado de la siguiente manera:

En la introducción, encontramos el planteamiento del problema y la justificación de nuestra investigación. También los objetivos, los antecedentes a nivel nacional e

internacional, los aportes teóricos, metodológicos y prácticos y las limitaciones que hemos encontrado en la presente investigación.

En la parte I, se desarrolla el marco teórico, donde se define la social media y su clasificación: sitios web, redes sociales e influencers. Se describe las características de cada una de estas categorías en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria.

En la parte II, se presenta el marco metodológico, donde incluye el diseño, tipo, nivel, modalidad de investigación, los objetivos, la población, la muestra, la técnica, el instrumento, el nivel de confiabilidad y el análisis e interpretación de los resultados.

Finalmente, se exponen las recomendaciones y las conclusiones, donde se evidencia que la social media tiene una relación directa con la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria.

La investigación aporta a que las instituciones educativas puedan reconocer las características de la social media, en el desarrollo de la formación ciudadana de sus estudiantes, y con ello plantear actividades o proyectos afines con el objetivo de aprovechar de forma positiva el uso de estos recursos de manera autónoma.

A nivel teórico, la presente investigación recopila información detallada sobre la social media y la formación ciudadana en estudiantes de secundaria, tomando en cuenta documentación nacional e internacional para su comprensión y exposición, en fuentes físicas y digitales. Contribuye a la comprensión del contexto actual y a la posible generación de prácticas que respondan a las exigencias y necesidades de los estudiantes.

A nivel metodológico, la aplicación del instrumento permite conocer la realidad actual, caracterizada por la prevalencia de las redes sociales en la vida cotidiana de los estudiantes de cuarto de secundaria en las instituciones educativas seleccionadas. Mediante un enfoque de investigación cuantitativa de tipo descriptiva, se obtienen datos precisos sobre las características de las redes sociales en el proceso de formación ciudadana de los estudiantes en estas instituciones.

A nivel práctico, permite trasladar a las aulas el ejercer una educación que considere las características de la social media para poder usarlas en favor a un mejor desarrollo de las actividades educativas.

Respecto a la validación del instrumento, se realizó a través de un grupo de expertos, compuesto por especialistas en educación digital y docentes con experiencia en tecnología educativa, garantiza la calidad y confiabilidad de los datos recopilados. Esta metodología proporciona un enfoque efectivo para comprender y abordar el papel de las redes sociales en la formación ciudadana de los estudiantes, lo que podría facilitar el diseño de actividades y proyectos educativos enfocados en aprovechar de manera positiva estos recursos.

La investigación se limita a conocer las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes del cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, por lo tanto, no aborda lo relativo a la verificación de la información, confiabilidad de la misma, ni el comportamiento de los adolescentes, ya que escapa a los alcances de la investigación.

Otra de las limitaciones de la investigación fue que el colegio Fe y Alegría N°24 no autorizó la aplicación del instrumento a su comunidad educativa, pese al aviso y permiso del Área de Práctica Preprofesional e Investigación, lo cual retrasó la aplicación del instrumento.

Finalmente, la coordinación de horarios de las reuniones ¹⁰⁶ para el desarrollo de la presente investigación, fueron complicados, debido a las actividades propias de los centros de práctica en los que se desempeñan las prácticas preprofesionales

Con respecto a la viabilidad, esta investigación es viable ya que los investigadores son estudiantes de pedagogía que como parte de su formación profesional se encuentran cursando materias de investigación y realizando prácticas de intervención docente.

Se cuenta con acceso a cuatro instituciones educativas de gestión pública de Lima metropolitana; centros educativos que mantienen un convenio con ¹⁸ la Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública Monterrico, lo que facilitó la gestión de las autorizaciones para la aplicación del instrumento de investigación. Además, se cuenta con acceso a fuentes bibliográficas tanto físicas como digitales como: Alicia, Dialnet, Google Scholar, Redalyc y repositorios ¹¹⁴ de instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales.

⁸ En lo que respecta al factor tiempo, esta investigación se desarrolló en un plazo de nueve meses, en la cual se aplicó los instrumentos de investigación en la población del cuarto de secundaria de las instituciones educativas. Otro factor que posibilitó la viabilidad de este proyecto es que tiene en cuenta una inversión económica autofinanciada por el equipo investigador.

PARTE I: MARCO TEÓRICO

Los seres humanos han sabido utilizar en las distintas épocas de la humanidad diferentes medios para comunicarse, desde el lenguaje de señas hasta los dispositivos tecnológicos modernos. El siglo XX estuvo marcado por el teléfono, el medio escrito, la radio, la televisión, la transmisión vía satélite, hasta llegar en las últimas décadas a ser el internet el medio más usado para informarse dada su inmediatez y fácil acceso.

Desde entonces, los avances económicos y sociales promovieron La era de la electricidad, la revolución informática y el avance de las telecomunicaciones son hitos históricos que han sido fundamentales para el inicio y progreso del llamado proceso de globalización. El despegue de la electricidad como fuente de energía, así como los grandes avances en computación y transmisión de datos e información a larga distancia, sentaron las bases tecnológicas que permitieron la interconexión e integración económica, social y cultural creciente entre países y regiones, conocida como globalización. Cada uno de estos logros en su momento amplió el alcance e impacto de las redes mundiales de comunicación y comercio.

Los medios de comunicación son considerados como las instancias de la comunicación que permiten la diseminación masiva de información entre los miembros de una sociedad a nivel económico, político y social. Estos medios, sumados a los comportamientos sociales y a la forma en que se estructuran para producir lo que emerge de la sociedad, son el resultado del trato e incidencia de los medios de comunicación, Ladino (2017) la sociedad se desarrolla manteniendo una interacción constante con los medios contemporáneos.

Según Aguilar y Terán (2018) debemos distinguir entre dos tipos de medios de comunicación, así tenemos los llamados **vieja media**, donde se encuentran medios como la **televisión**, el cine, **la radio**, y **la nueva media** o social media, fundamentado en la internet, como plataformas de streaming, sitios web de noticias y redes sociales.

1.1. Definición y Clasificación de la Social Media

Se define como “un conjunto de aplicaciones que se da en la Internet basado en los principios ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 y que hacen posible la creación y el intercambio de contenidos generados por los usuarios” (Gil, Criado y Téllez, 2017, p. 412), que surge debido a la digitalización de la sociedad, ya que incluye: redes sociales, sitios web, blogs, revistas digitales. Teniendo, según Besich (2021) como característica más relevante y diferencial de la vieja data, de que la información transmitida a través de cualquiera de sus plataformas está disponible en todo el día y durante todo el año. Estos medios permiten establecer relaciones sociales de diversas formas y son un espacio de intercambio de diversa información.

Según la clasificación de Aguilar y Terán (2018), la social media se puede subdividir en los sitios web y las redes sociales. Este grupo de investigación considera oportuno incorporar dentro de la social media, a un nuevo protagonista: el influencer. El cual ha tenido en los últimos años un papel preponderante en la llegada de información dada su relevancia.

1.1.1. Sitios Web

Un sitio web es una agrupación de páginas web conectadas entre sí, que albergan información en diferentes formatos, como texto, imágenes y vídeos, entre otros, y se

ubican en un servidor web para su acceso mediante Internet. Según Rosenfeld y Morville (2015), los sitios web pueden tener diversos fines, tales como difundir información de interés general, comercializar productos o servicios a través de la red, proveer recursos didácticos, entre otros.

En general, los sitios web se crean para un propósito específico y para un grupo de usuarios determinado, de acuerdo con Rosenfeld y Morville (2015), esto significa que es importante tener en cuenta factores como el diseño gráfico, la usabilidad y la accesibilidad al momento de su creación, con el fin de ofrecer una experiencia satisfactoria al usuario.

- **Los periódicos digitales:** Es una publicación en internet que se actualiza regularmente y que comparte información general o detallada sobre uno o más temas. ⁵² Los periódicos digitales son la versión en línea de los periódicos impresos tradicionales. Ofrecen características únicas como la posibilidad de actualizarse inmediatamente, el acceso gratuito (en la mayoría de los casos) y la oportunidad de incluir hipervínculos en los artículos para profundizar en los temas tratados. (Galindo, 2013). Este sitio web adquiere la forma de ser una herramienta fundamental, a fin de acercar la sociedad, a la realidad nacional e internacional de forma accesible y rápida, con la garantía que son fuentes confiables de información.
- **La televisión online:** También conocida como televisión por protocolo de internet (IPTV) o televisión por internet, es aquella que se transmite vía internet. Según Martínez (2012, citado de Salazar, 2015): “La televisión por Internet es una nueva

forma de ver y entender la televisión, en la cual la transmisión de imágenes se realiza a través de la red de Internet.” (p.121). Se trataría del reciente medio vía internet. Para producir y distribuir contenido audiovisual, proporcionando al usuario la posibilidad de reproducirlo desde cualquier lugar del mundo y permitiendo la interconexión.

Las plataformas digitales facilitan la creación y transmisión de material multimedia como video, audio, etc., de modo que las personas pueden acceder a ese contenido desde cualquier dispositivo y ubicación con acceso a internet. Además, permiten la interacción y conexión entre diferentes usuarios y fuentes de contenido audiovisual en todo el mundo.

- **La radio online:** También conocida como ciber radio, es un medio de comunicación que pertenece al grupo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, “si bien el uso de la radio tradicional todavía sigue vigente, el centro de consumo de la radio se trasladó de la casa, un lugar fijo y estable, a las tablets, computadoras o celulares, dispositivos móviles que nos permiten informarnos y entretenernos en tránsito” (Crettaz, 2013, párr. 2). La radio online se ha convertido en una fuente de referencia y entretenimiento ampliamente utilizada en la actualidad, su confiabilidad toma en cuenta el tipo de emisora y depende en gran parte de la veracidad de la información transmitida.
- **Los blogs:** Desempeñan un papel crucial en la comunicación en línea, ya que brindan a los individuos y organizaciones una plataforma para compartir información y expresar ideas u opiniones, convirtiéndose en un espacio amplio y

flexible. Según CEUPE (2023), los blogs web permiten a las personas tener una voz en línea y compartir su conocimiento con el mundo. Su relevancia predomina de forma especial en el contexto de las redes sociales, donde las plataformas tradicionales a menudo manejan un límite en la cantidad de texto que se puede publicar.

- **Los podcasts:** Se trata de un archivo de audio digital que incorpora distintas etiquetas o un vínculo para su distribución, de modo que cualquier usuario puede registrarse para recibir updates de dicho podcast, que habitualmente se ofrece en formato de episodios seriados. Gracias a esa suscripción, se pueden obtener nuevos capítulos de los distintos podcasts elegidos sin necesidad de revisar regularmente el sitio web donde se alojan (Loja-Gutama, B. et al., 2020). Los podcasts han ganado popularidad como una plataforma versátil para ofrecer diversidad de contenido, la calidad de la información que brindan hacen que sean una fuente confiable para el aprendizaje y entretenimiento.

1.1.2. Redes Sociales

Se presentan como plataformas que facilitan la interacción social entre usuarios, tanto a nivel individual como organizacional. En su origen, estas redes se idearon con el propósito de crear perfiles personales y compartir información sobre la identidad, los intereses y las aficiones de cada individuo.

El tiempo diario promedio en redes sociales de los países latinoamericanos es de casi cuatro horas, siguiendo las estadísticas de Global WebIndex. Esta cifra se debe principalmente a los denominados “usuarios asiduos”, aquellos que emplean las redes

sociales por más de cuatro horas diarias. De acuerdo al estudio, cuanto más jóvenes son los individuos, mayor suele ser la cantidad de tiempo que dedican a las plataformas virtuales. (Lifebelt, 2023)

⁷¹ Las redes sociales constituyen un grupo de plataformas virtuales que permiten la interacción que dejan de lado el ser un medio de comunicación tradicional y toman el papel de un espacio de interconexión que posibilita el intercambio de información, con una serie amplia de características como: la viralidad, conectividad e interacción. Según datos facilitados por Data Reportal (2023), las redes sociales con más usuarios activos, priorizando solo las mencionadas en las aulas de secundaria desde la experiencia de los docentes investigadores, son:

- **Facebook:** Es una plataforma en línea que se centra en el objetivo de establecer conexiones entre individuos, ya sean amigos, familiares, compañeros de trabajo o personas con intereses similares. Esta red social cuenta con una amplia base de usuarios, con aproximadamente 2.200 millones de personas registradas, lo que la posiciona como una de las plataformas más populares en cuanto a la cantidad de usuarios (Aritmetics, 2023). Ofrece diversas formas de interacción y comunicación en línea, adaptándose a las diferentes necesidades y objetivos de sus usuarios.
- **YouTube:** Es una plataforma en línea ampliamente conocida y de acceso gratuito que permite a los usuarios registrados subir videos, evaluar, compartir y comentar acerca de ellos, de la misma forma permite realizar transmisiones en vivo con interacción y según Peiró (2019) es la plataforma más utilizada para consumir

contenido audiovisual. Si bien existe un control y restricción del contenido en cuanto a incitación al odio, conductas predatorias y violencia gráfica, no hay una verificación de la información en los videos que se alejan de cumplir estas características.

- **Instagram:** Es una aplicación gratuita que permite a los usuarios compartir fotos y videos cortos a través de dispositivos móviles. La plataforma ofrece herramientas de edición para que los usuarios puedan personalizar examinar sus posts previos a compartirlos. A su vez, los usuarios tienen la posibilidad de adjuntar encabezados a sus publicaciones y emplear etiquetas, hashtags y geolocalización basadas en la ubicación para organizarlas y hacerlas más accesibles para otros usuarios en la aplicación. Las publicaciones de los usuarios se muestran en los feeds de Instagram de sus seguidores y también pueden ser vistas por el público en general cuando se etiquetan con hashtags o geotags. Existe la opción de configurar un perfil privado para limitar la visualización de las publicaciones solo a los seguidores del usuario (Aritmetics, 2023).
- **TikTok:** Se trata de una plataforma de renombre internacional, ampliamente reconocida entre la juventud global, llevándola a haberse transformado en 2018 en la app con mayor cantidad de descargas en Estados Unidos, superando los 80 millones, merced a que su principal atractivo radica en la posibilidad de crear videos breves con edición simple y veloz, multiplicidad de efectos y sonidos (Maella, 2020). Los usuarios la utilizan principalmente para grabar videos en los que se muestran cantando en sincronización con una canción, bailar secuencias

de movimientos conocidos como “trends” que se traduce en desafíos y difundir noticias o vivencias a través de videos cortos característicos de la plataforma.

- **Twitter (X):** actualmente denominada X desde julio de 2023, es una red social centrada en microblogging (fragmento breve de contenido) con un límite de 280 caracteres por publicación, muy utilizado en el mundo de la informática (Kapp, Hensel, Kyle y Schnoring, 2015). Esta red social permite a los usuarios enviar y compartir mensajes de texto, fotografías y vídeos. Los usuarios pueden interactuar con Twitter a través de un navegador o software de interfaz móvil.
- **Twitch:** Se define como una plataforma de streaming donde se reúnen millones de personas cada día; chatean en vivo, interactúan y crean su propio entretenimiento mediante transmisiones en línea. Destaca el streaming de juegos, música, programas de entrevistas, deportes, actividades al aire libre y viajes, charlas, comida y entretenimiento. (Twitch.tv | About, 2021). La interacción en tiempo real entre streamers y espectadores hace que sea una plataforma verdaderamente social.

1.1.3. Influencers

El diccionario Lead Marketing Direct (LID), los describe como individuos que producen información sobre productos o servicios, aprovechando la influencia de las redes sociales, abordando diversos temas de actualidad. Por lo general, se especializan en un tema o categoría específicos y suelen interactuar con otros usuarios al compartir sus opiniones, pensamientos, ideas o reflexiones (Lead Marketing Direct, 2012, como se citó en Flores y Flores, 2019, p. 25). Tienen como consumidores a aquellos que optan

por seguirlos cuando comparten personalidades y/o preferencias similares, y a quienes consideran como sus pares.

Para González-Larrea³⁶ et al. (2020, como se citó en Veirman et al., 2017) Los influencers son considerados individuos cercanos, accesibles y fáciles de relacionar, con una notable influencia en la propagación de sus contenidos. Es esencial inculcar valores humanos en los adolescentes para que puedan discernir adecuadamente la información o el contenido que reciben.

Según Díaz (2017) existen tres tipos de influencers:

- **Celebrities:** Se contempla a las personalidades que tienen presencia en la pantalla chica y que migraron a las plataformas virtuales, quienes gozan de una numerosa base de admiradores. No obstante, cuando se trata de imágenes con fines publicitarios, no logran tener la recepción esperada por parte de su audiencia. Según El Comercio (2023) las personalidades dentro de esta clasificación se encuentran: Flavia Laos, Luciana Fuster, Angie Arizaga, Jazmín Pinedo, Alondra García Miró y Leslie Shaw.
- **Líderes de opinión:** Según González-Larrea et al. (2020, como se citó en Uzunoğlu y Misci Kip, 2014) las principales características que comparten los influencers para que sean considerados como “líderes de opinión” tienen un alto grado de pericia o control sobre la materia que están defendiendo, transmiten y encarnan determinados principios sociales y se mueven en un ámbito que les permite alcanzar una amplia notoriedad. Dominan una especialidad específica, razón por la cual adquieren credibilidad en los entornos virtuales. Según Gutiérrez

(2023) tenemos a Hugox Chugox, Rosa María Palacios, Marcos Sifuentes, El diario de Curwen y Jaime Bayly.

- **Microinfluencers:** Tiene seguidores dinámicos y semejantes que están dentro de un grupo en común (especialización en nichos específicos), y buscan los mismos intereses. Tienen audiencia altamente comprometida. Además, mayor autenticidad en las recomendaciones de productos y servicios. Este tipo de influencers se caracteriza por poseer una cantidad pequeña de seguidores, entre 1000 y 100 000, no gozando de una gran popularidad a diferencia de los celebrities y los líderes de opinión.

1.2. Definición de Formación Ciudadana

La formación ciudadana se concibe según Muñoz y Torres (2019) como la construcción de sujetos en el aspecto político y que pueden incidir en la constitución de una sociedad justa, añadiendo lo mencionado por Valle (2023) este concepto está por encima de la sola participación en elecciones y se enfoca en empoderar a los ciudadanos para que sean competentes en actuar de manera democrática y comprender los derechos humanos.

1.2.1. Definición de Ciudadanía

La ciudadanía involucra la comprensión ¹⁰⁴ de los derechos y deberes fundamentales para una convivencia pacífica. Supone la participación en la promoción de valores democráticos, la movilización efectiva para mejorar la vida diaria y transformar las estructuras que favorecen a unos pocos mientras relega a millones de personas debido a la exclusión social en diversas formas. Esto conlleva a una modificación de la realidad

a través de la colaboración, la creación de propuestas, el análisis crítico y la muestra de solidaridad. (Simons, 2018).

El avance del mundo contemporáneo permite vivir y construir la ciudadanía en diferentes contextos, como es el caso de la social media:

- **La ciudadanía digital:** Se define como la forma de participación, discusión, interacción y reflexión como ciudadanos en el mundo contemporáneo de los medios de comunicación (Ortega-Gabriel, 2015), tomando en cuenta no solo los que componen la clasificación de la vieja media sino también medios que exigen internet como los sitios web y redes sociales que en la actualidad abren un mundo de posibilidades a la creación de diferentes conceptualizaciones y posiciones.
- **Opiniones políticas:** Se define como la perspectiva o juicio de una persona sobre cuestiones políticas, factor fundamental para la participación democrática ciudadana activa. El veloz avance registrado en los últimos años por la revolución de las tecnologías de la información, particularmente la expansión en el uso de la red informática global hacia el ocaso del siglo XX, ha propiciado la aparición de novedosos modos de intervención ciudadana en el ámbito político. (Valencia, 2011) contrasta dos realidades temporales que movilizan un cambio en la vivencia y perspectiva de la política nacional e internacional en la sociedad que tiene accesos a los nuevos medios de comunicación.
- **Habilidades sociales:** Las estrategias de conductas sociales que se define mediante el aprendizaje social y en la presencia de comportamientos específicos tanto verbales como no verbales, la capacidad de iniciar y responder eficazmente

en interacciones sociales, la optimización de recompensas sociales, la interactividad intrínseca de estas habilidades y la influencia de las características individuales y del entorno en su desempeño, incluyendo factores como la edad, el género y el estatus del destinatario. (Merrel y Gimpel, 2014).

- **Ciudadanía activa:** Se refiere a la actitud y el compromiso de los ciudadanos en una sociedad democrática para involucrarse de manera activa y responsable en los asuntos de interés público y en la tarea de asumir decisiones políticas. Procura asegurar la perseverancia de una democracia reflexiva, participativa y delegativa, y tiene por objetivo acortar la distancia entre los habitantes y los organismos de gobierno, fomentando de ese modo la unión de la sociedad. (Somuano y Nieto, 2014).

En el programa curricular de Educación Secundaria, la ciudadanía activa promueve el compromiso de que todas las personas consigan ejercer sus derechos y responsabilidades como ciudadanos, involucrándose activamente en la sociedad y en todas las áreas que abarca la ciudadanía. Además, da importancia al proceso de reflexión y elaboración de un punto de vista crítico y ético con miras al contexto problemático social actual (Ministerio de Educación, 2016).

1 PARTE II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Diseño de la Investigación

La presente tiene un enfoque cuantitativo, pretende probar sistemáticamente cuáles son las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) este enfoque es un proceso sistemático y probable, que pretende estimar el impacto de los problemas de investigación.

2.1.1. Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Determinar las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

Objetivos específicos:

1. Describir las características de los sitios web en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.
2. Describir las características de las redes sociales en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

3. Identificar las características de los influencers en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

2.1.2. Diseño, tipo, nivel y modalidad de investigación

El diseño de la investigación es descriptiva de tipo simple, y responde a la modalidad de Investigación Aplicada debido a que analizará desde una mirada objetiva a la realidad problemática que representa la social media, respondiendo a la definición de Guevara et. al (2020) “La investigación descriptiva se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad.”

El diagrama correspondiente a la investigación descriptiva simple es el siguiente:



Donde:

G: Representa a todos los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

O: Representa la información obtenida en la aplicación del cuestionario a los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

2.1.3. Operacionalización de la variable

La operacionalización es el proceso mediante el cual los investigadores realizan una investigación cuantitativa y especifican la definición un concepto y su caracterización. Esto incluye determinar los procedimientos de investigación específicos que utilizaremos para recopilar datos sobre la variable “social media en la formación ciudadana”.

2.1.4. Metodología empleada

La población o universo según López-Roldán y Fachelli (2019) “son expresiones similares para hacer referencia al conjunto absoluto de componentes que establecen el contorno de interés analítico y sobre el cual queremos deducir los resultados de nuestro análisis, resultados de índole estadístico, y de igual modo, sustantiva o teórica” (p. 7) en esta investigación la constituyen los estudiantes del cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. Con respecto a la I.E. Sagrado Corazón - Chalet, cuenta con una población femenina en su totalidad, mientras las demás instituciones educativas acogen a una población mixta.

La muestra es definida por López-Roldán y Fachelli (2019) como “un fragmento de unidades significativas pertenecientes a un conjunto llamado población o universo, escogidas de manera aleatoria, la cual se somete a una indagación científica con el fin de obtener resultados válidos para el universo total” (p. 6). Para la efectividad y objetividad del trabajo de investigación se ha aplicado al 100% de los estudiantes de cuarto de secundaria de cada centro educativo para conformar la muestra, dando un total

de 362¹ estudiantes del cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

La técnica utilizada es la encuesta mediante un cuestionario cerrado; instrumento que permitirá sondear la caracterización de la social media en la formación ciudadana, por medio del planteamiento de preguntas relacionadas a las variables, según Hernández (2014) “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217)

El cuestionario es creado por el equipo investigador con la finalidad de recopilar información sobre las características de la social media⁸¹ en los estudiantes de cuarto de secundaria de las la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03.

Como parte de la técnica y procesamiento del instrumento, se procedió en primer lugar con la validación, por lo cual se contó con 5 jueces expertos para determinar la viabilidad y luego, aplicar el instrumento para la recolección de datos.¹³⁶

Posteriormente, se realizó una prueba piloto a 20 estudiantes del tercero de secundaria de la I.E. Nuestro Salvador Carmelitas y se comprueba la confiabilidad de nuestro cuestionario por medio del Alfa de Cronbach.⁵ (ver Anexo)⁵

La fórmula mediante la cual se calcula el alfa de Cronbach es:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

K: El número de ítems

ΣSi^2 : Sumatoria de Varianzas de los Ítems

St^2 : Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

En el procesamiento de datos se utilizó el programa Excel versión 2021, para procesar los datos obtenidos en la aplicación del instrumento en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, el cual nos ayudó a analizar los resultados obtenidos.

Para Tuapanta et. al (2017) la presente investigación se encuentra en un nivel de confiabilidad “muy bueno” debido a que denomina al rango entre 0.70 a 0.90, habiendo obtenido la prueba piloto el resultado de 0.77

Se utiliza el cuestionario como instrumento, definido por Meneses (2016) como un proceso estructurado que tiene como objetivo recopilar los datos necesarios para una investigación. La aplicación se realizó de forma presencial en los días del 21 al 25 de setiembre del 2023 en los horarios diurnos propuestos por las Instituciones Educativas.

57 2.2. Análisis e interpretación de resultados

Mediante las tablas y figuras se presentan los resultados de la aplicación del instrumento “La social media en la formación ciudadana de los estudiantes”. Dichos resultados se presentan por cada ítem del instrumento de investigación.

Para el análisis de los datos recopilados se realizaron tablas que indican la frecuencia absoluta (f), frecuencia relativa (r) y el porcentaje (%) de los resultados de la aplicación del instrumento de investigación. Cada tabla está representada por un gráfico de barras donde se presenta el porcentaje de estudiantes.

En la tabla 1 y figura 1 se aprecia el resultado de la frecuencia de interacción con los periódicos digitales de los estudiantes de la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, en donde el 38,40% de los estudiantes consumen con mayor frecuencia periódicos formales, mientras que el 33,98% opta por periódicos populares. Esta división refleja una característica clave de los periódicos digitales, que es su diversidad en términos de contenido y enfoque. Los periódicos formales suelen centrarse en proporcionar información de manera objetiva y seria, con un enfoque en noticias políticas y sociales de relevancia.

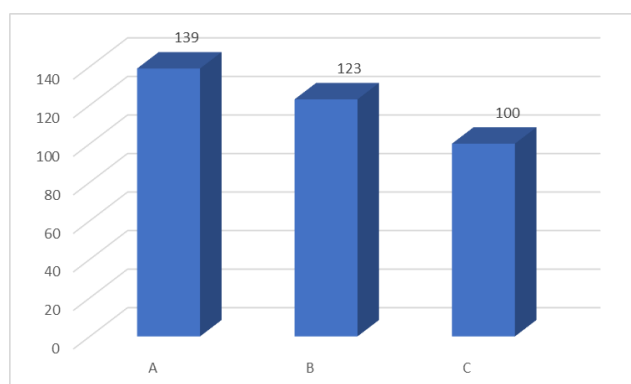
Por otro lado, los periódicos populares tienden a ofrecer una presentación más accesible y entretenida de la información, a menudo combinando noticias con elementos de entretenimiento. Esta diversidad de enfoques permite a los estudiantes elegir fuentes de información que se adapten a sus preferencias individuales y niveles de interés, lo que destaca la importancia de la elección informada en la formación de opiniones sociales y políticas.

Tabla 1

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 139 | 139 | 0,38 | 38,40 |
| B | 123 | 262 | 0,34 | 33,98 |
| C | 100 | 362 | 0,28 | 27,62 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 1



En la tabla 2 y figura 2 se aprecia el resultado de la disposición a la interacción con la televisión online de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 40,88% de los estudiantes indican que a veces se informan a través de la televisión en línea, lo que refleja una característica importante de este medio: su flexibilidad y accesibilidad.

La televisión en línea permite a los espectadores acceder a contenido variado, lo que se traduce en una interacción más conveniente con las noticias y la información política y social. El 33,70% de estudiantes que sí se informa a través de la televisión en

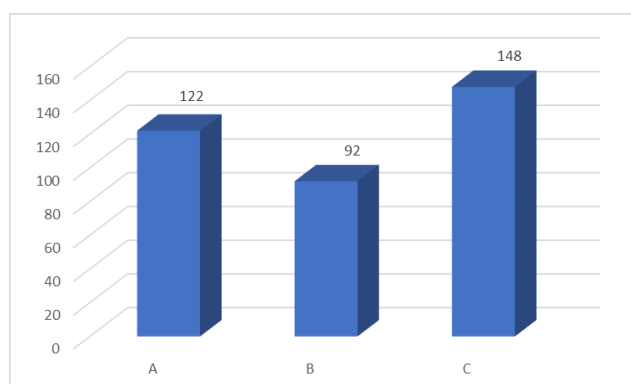
línea subraya la influencia creciente de este medio en la formación de opiniones. Además, el 25,41% que no utiliza la televisión en línea para informarse destaca que, a pesar de su creciente popularidad, este medio no es la única fuente de información para los estudiantes, lo que manifiesta la importancia de diversificar las fuentes de información para una mejor formación ciudadana.

Tabla 2

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|---------------|
| A | 122 | 122 | 0,34 | 33,70 |
| B | 92 | 214 | 0,25 | 25,41 |
| C | 148 | 362 | 0,41 | 40,88 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 2



En la tabla 3 y figura 3 se aprecia el resultado de la confiabilidad de la interacción con la radio online de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 65,19% de los estudiantes consideran que la radio en línea es de "mediana

confiabilidad" refleja la variabilidad en la veracidad y la calidad de la información que se encuentra en este medio.

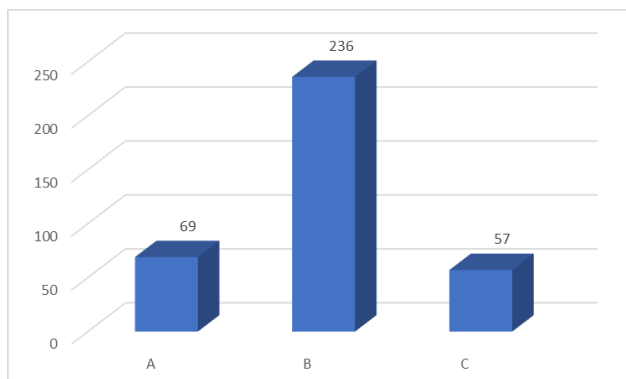
Esta característica sugiere que la radio en línea puede ser una fuente diversa de información y perspectivas, y que la confiabilidad de la información puede variar significativamente. Además, el 19,06% de los estudiantes que consideran que la radio en línea "no es confiable" subrayan la importancia de evaluar críticamente la información y de ser selectivo en la elección de las fuentes. El 15,75% que considera la radio en línea "confiable" señala que, a pesar de la variabilidad, hay estudiantes que perciben ciertas emisoras o programas como fuentes confiables de información política y social.

Tabla 3

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 69 | 69 | 0,19 | 19,06 |
| B | 236 | 305 | 0,65 | 65,19 |
| C | 57 | 362 | 0,16 | 15,75 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 3



En la tabla 04 y figura 04 se aprecia el resultado de la vigencia de la interacción con los blogs en la formación de opiniones políticas y sociales en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 38,95% de estudiantes considera que los blogs son vigentes como fuente de información, el 38,95% de los estudiantes considera que los blogs son vigentes como fuente de información y resalta la versatilidad de esta plataforma en la presentación de opiniones políticas y sociales.

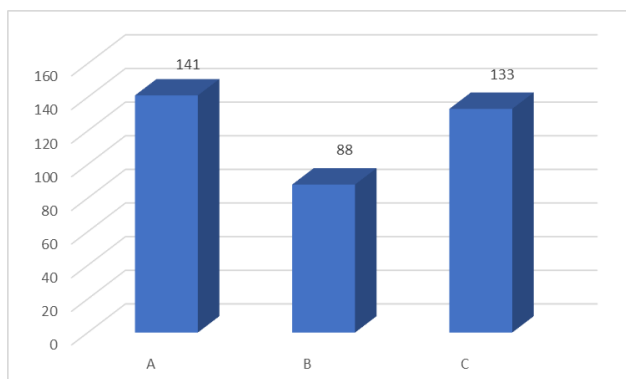
Los blogs pueden ofrecer una amplia gama de perspectivas y contenidos, lo que puede ser atractivo para estudiantes que buscan diferentes enfoques en la formación de sus opiniones. El 36,74% de estudiantes que solo a veces los considera vigentes sugiere que algunos pueden percibir la información de los blogs como variable en términos de confiabilidad o relevancia, lo que subraya la necesidad de una evaluación crítica de las fuentes. Por último, el 24,31% de estudiantes que no considera a los blogs como una fuente de información vigente señala que, para algunos, los blogs pueden carecer de credibilidad o no ser una fuente prioritaria de información.

Tabla 4

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 141 | 141 | 0,39 | 38,95 |
| B | 88 | 229 | 0,24 | 24,31 |
| C | 133 | 362 | 0,37 | 36,74 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 4



En la tabla 5 y figura 5 se aprecia el resultado de la Influencia en la interacción con los podcasts en la formación de opiniones políticas y sociales en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 68,23% de los estudiantes consideran que los podcasts sirven para exponer distintas posiciones en torno a un hecho social. Esto destaca la versatilidad de los podcasts como un medio que fomenta la diversidad de opiniones y permite a los oyentes acceder a una variedad de puntos de vista sobre temas políticos y sociales.

Es importante notar que el 18,78% de los estudiantes sienten que los podcasts imponen una posición sobre un hecho social, lo que sugiere que algunos programas pueden tener un enfoque más sesgado o parcial en su presentación de la información. Por último, el 12,98% de estudiantes que no considera ninguna de las anteriores posibilidades destaca que, para algunos, los podcasts pueden no tener un impacto significativo en su formación de opiniones políticas y sociales. En conjunto, estos resultados resaltan la importancia de la educación mediática y la promoción del pensamiento crítico al consumir contenido en formato de podcast, para que los

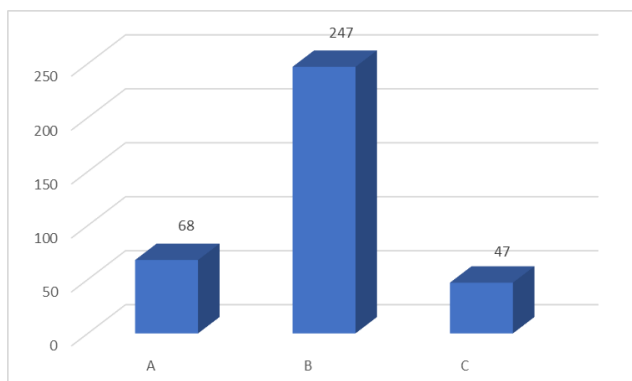
estudiantes puedan discernir entre distintas perspectivas y evaluar la objetividad de la información presentada.

Tabla 5

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 68 | 68 | 0,19 | 18,78 |
| B | 247 | 315 | 0,68 | 68,23 |
| C | 47 | 362 | 0,13 | 12,98 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 5



2 En la tabla 6 y figura 6 se aprecia el resultado de la frecuencia de la utilización de Facebook en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 66,02% de los estudiantes utilizan Facebook principalmente con fines de entretenimiento y ello subraya la naturaleza lúdica y social de la plataforma. Facebook es conocido por permitir a los usuarios conectarse con amigos y familiares, compartir momentos personales y disfrutar de contenido divertido.

Esta característica refleja cómo Facebook se ha convertido en una plataforma de entretenimiento y comunicación social, lo que puede influir en la cantidad de tiempo que los estudiantes destinan a actividades educativas o informativas en la plataforma y, por ende, en su formación ciudadana. Además, el 25,97% de estudiantes que utilizan Facebook para obtener información indica que algunos también emplean esta red social como fuente de noticias y conocimientos, lo que sugiere que Facebook puede desempeñar un papel importante en la difusión de información sobre asuntos relevantes para la formación ciudadana.

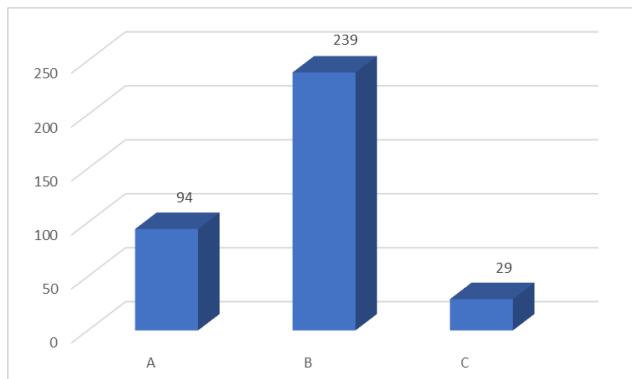
Por último, el 8,01% de estudiantes que utilizan Facebook para emprendimiento destaca la creciente importancia de las redes sociales en el ámbito empresarial y económico, lo que destaca otra faceta de Facebook más allá del entretenimiento y la información.

Tabla 6

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 94 | 94 | 0,26 | 25,97 |
| B | 239 | 333 | 0,66 | 66,02 |
| C | 29 | 362 | 0,08 | 8,01 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 6



En la tabla 7 y figura 7 se aprecia el resultado de la comprensión de la realidad política a través de Facebook en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 66,02%% de los estudiantes a veces han empleado Facebook con el propósito de entender la realidad política y 25,97% siempre lo han usado con ese fin, ello refleja cómo la plataforma se ha convertido en una fuente de noticias y conocimientos para muchos usuarios.

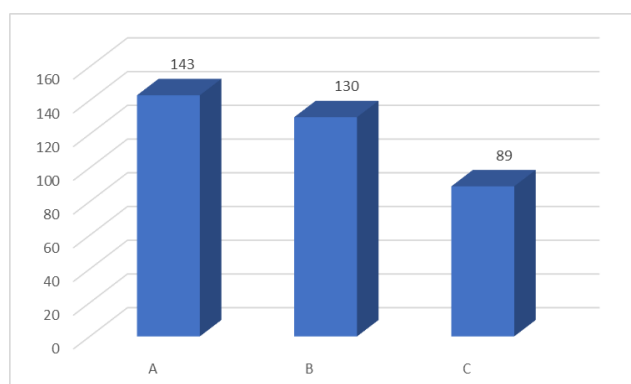
Esto indica que Facebook es percibido como un medio de comunicación y una fuente relevante de información política, lo que subraya su influencia en la formación de opiniones y en la comprensión de asuntos cívicos. Esta característica destaca cómo las redes sociales, como Facebook, han transformado la manera en que las personas acceden a la información y se mantienen informadas sobre temas políticos, lo que a su vez puede influir en su participación ciudadana y toma de decisiones.

Tabla 7

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 143 | 143 | 0,26 | 25,97 |
| B | 130 | 273 | 0,66 | 66,02 |
| C | 89 | 362 | 0,08 | 8,01 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 7



En la tabla 8 y figura 8 se aprecia el resultado de la comprensión de la discriminación en la red social Facebook en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 59,39% de estudiantes consideran que Facebook se utiliza para discriminar a veces, resalta que la plataforma es un espacio en el que, en algunas ocasiones, se pueden producir expresiones discriminatorias. Esto destaca una faceta de la red social que implica la interacción entre usuarios y la diversidad de opiniones y creencias que pueden surgir en ella.

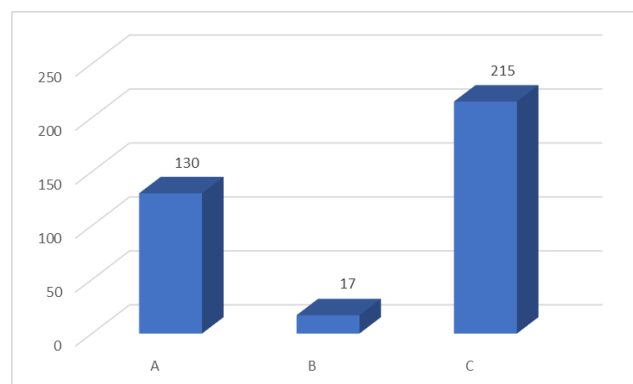
El 35,91% que considera que Facebook se utiliza para discriminar sugiere que, para algunos, la discriminación es un problema persistente en esta plataforma. Por otro lado, el 4,70% que no considera que Facebook se utilice para discriminar, esto pone en evidencia que, si bien puede ocurrir, no todos los estudiantes perciben la discriminación como una característica común de la red social.

Tabla 8

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 130 | 130 | 0,36 | 35,91 |
| B | 17 | 147 | 0,05 | 4,70 |
| C | 215 | 362 | 0,59 | 59,39 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 8



2 En la tabla 9 y figura 9 se aprecia el resultado de la confiabilidad de Twitter en la 140 formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde 1 el 35,91% de estudiantes sí considera a Twitter como una fuente confiable de 43

información, teniendo en cuenta que la mayoría de las instituciones públicas y privadas, así como autoridades y líderes de opinión utilizan de manera oficial esta red social para compartir información.

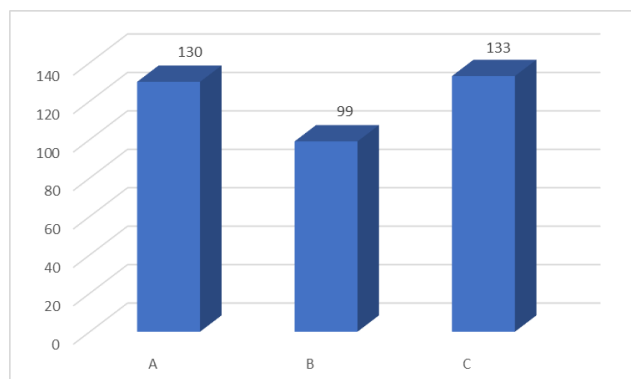
Por otro lado, el 27,35% de estudiantes no considera a Twitter una fuente confiable de información, ya que cualquier usuario puede compartir cualquier tipo de información sin un filtro de verificación. Por último, el 36,74% de estudiantes a veces la considera como una fuente confiable de información, ya que en la actualidad varias instituciones aplican los llamados “fact cheking” para verificar la información.

Tabla 9

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 130 | 130 | 0,36 | 35,91 |
| B | 99 | 229 | 0,27 | 27,35 |
| C | 133 | 362 | 0,37 | 36,74 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisas

Figura 9



En la tabla 10 y figura 10 se aprecia el resultado de la efectividad en la creación de condiciones de igualdad de Twitter en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 52,49% de estudiantes sí considera que Twitter es medio efectivo para denunciar situaciones de discriminación, racismo, bullying, injusticia o violaciones a los derechos humanos. Muchas instituciones públicas y ONGs tienen cuentas oficiales en Twitter donde los usuarios pueden etiquetarlas ante cualquier situación de discriminación, haciendo más efectiva la alerta hacia las autoridades.

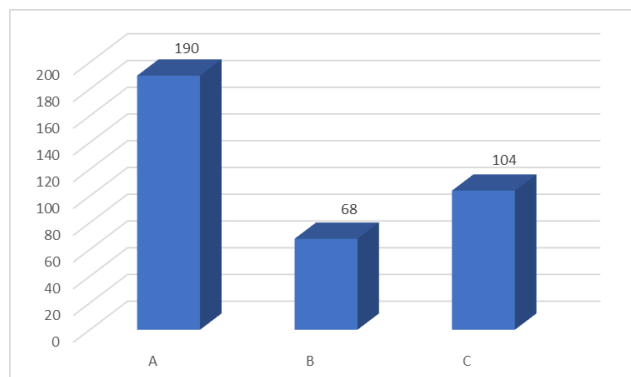
Por otro lado, el 18,78% de estudiantes no considera que Twitter es efectivo para denunciar, ya que a pesar del etiquetado que se pueda realizar existe tanta información falsa que provoca la desconfianza de las autoridades. Por último, el 28,73% de estudiantes a veces considera que es efectivo para denunciar, siendo importante que varios usuarios se unan y compartan la denuncia haciéndola viral.

Tabla 10

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 190 | 190 | 0,52 | 52,49 |
| B | 68 | 258 | 0,19 | 18,78 |
| C | 104 | 362 | 0,29 | 28,73 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 10



En la tabla 11 y figura 11 se aprecia el resultado de la influencia de Twitter en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 33,70% de estudiantes considera que Twitter ha influido en la construcción de su ciudadanía permitiéndoles la conexión virtual con otros individuos u organizaciones sociales, siendo un medio más “formal” de comunicación a diferencia de las otras redes sociales mencionadas en esta investigación.

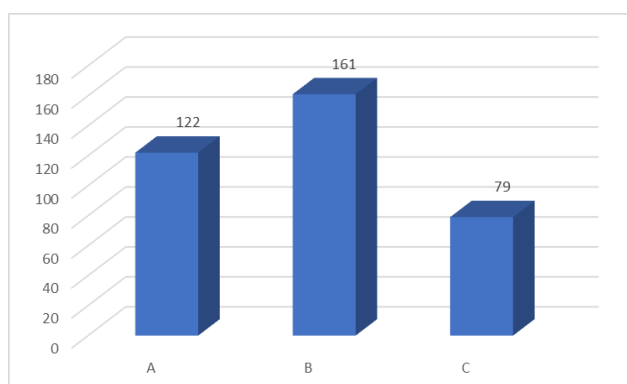
Por otro lado, el 44,48% de estudiantes considera que Twitter ha influido en la construcción de su ciudadanía permitiéndoles tener información directa de entes públicos que promueven la participación ciudadana y el 21,82% de estudiantes considera que no ha logrado influir en la construcción de su ciudadanía, ya que no encuentran la posibilidad de establecer comunicación con las instituciones públicas y organizaciones sociales.

Tabla 11

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 122 | 122 | 0,34 | 33,70 |
| B | 161 | 283 | 0,44 | 44,48 |
| C | 79 | 362 | 0,22 | 21,82 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 11



En la tabla 12 y figura 12 se aprecia el resultado de la preferencia de YouTube en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 54,70% de estudiantes considera que se da preferencia de informarse a través de YouTube antes que, por periódicos o fuentes directas por comodidad, siendo más accesible e interactivo en la búsqueda de la información.

Por otro lado, el 23,76% de estudiantes considera que se da preferencia de informarse a través de YouTube por tiempo, ya que la información es más breve y didáctica, reduciendo el tiempo del procesamiento adecuado de la información. Por

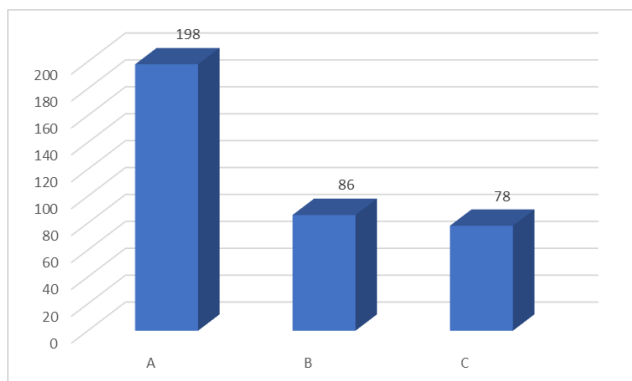
último, el 21,55% de estudiantes considera que se da preferencia de informarse a través de YouTube por variedad, teniendo en cuenta que existen en la actualidad una cantidad de “youtubers” que realizan contenidos con un ritmo diario de publicación.

Tabla 12

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 198 | 198 | 0,55 | 54,70 |
| B | 86 | 284 | 0,24 | 23,76 |
| C | 78 | 362 | 0,22 | 21,55 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesistas

Figura 12



En la tabla 13 y figura 13 se aprecia el resultado de la influencia de YouTube en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 29,01% de estudiantes considera que YouTube influye en la formación de opiniones políticas y sociales, ya que en esta imponen solo una posición ante un hecho social, limitando y generando la parcialización de la información.

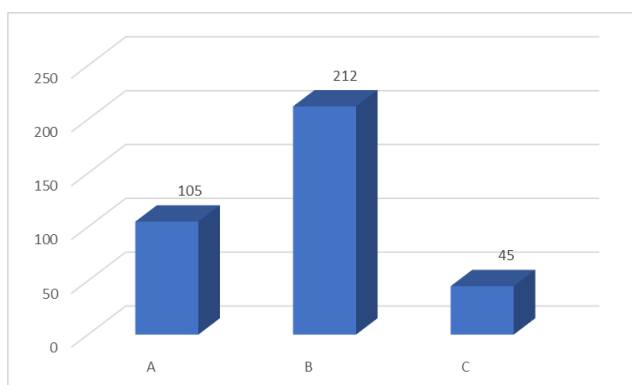
Por otro lado, el 58,56% de estudiantes considera que YouTube influye en la formación de opiniones políticas y sociales, ya que en esta exponen distintas posiciones ante un hecho social, logrando que la información pueda ser contrastada. Por último, el 12,43% de estudiantes considera que YouTube no influye en la formación de opiniones políticas y sociales, teniendo en cuenta la falta de confiabilidad que tiene la información que en este espacio se brinda.

Tabla 13

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 105 | 105 | 0,29 | 29,01 |
| B | 212 | 317 | 0,59 | 58,56 |
| C | 45 | 362 | 0,12 | 12,43 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 13



En la tabla 14 y figura 14 se aprecia el resultado del impacto de YouTube en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde

el 48,62% de estudiantes considera que considera que YouTube tiene un impacto positivo en su formación ciudadana, logrando cambios significativos en su desarrollo personal y académico.

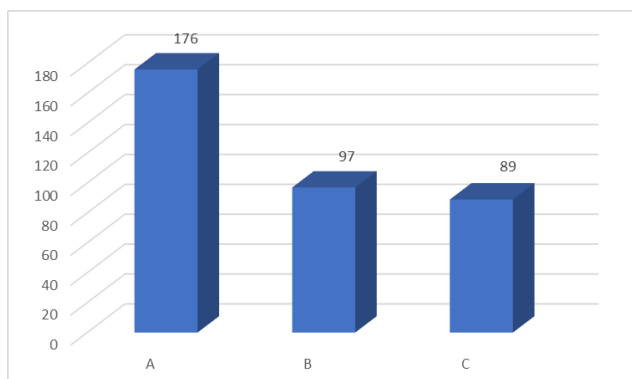
Por otro lado, el 26,80% de estudiantes considera que tiene un impacto negativo, ya que puede ser utilizado no necesariamente con fines de aprendizaje significativo. Por último, el 24,59% de estudiantes considera que YouTube no tienen ningún impacto en su formación ciudadana, teniendo en cuenta la frecuencia en que utilizan esta red social, que puede ser muy baja.

Tabla 14

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 176 | 176 | 0,49 | 48,62 |
| B | 97 | 273 | 0,27 | 26,80 |
| C | 89 | 362 | 0,25 | 24,59 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 14



En la tabla 15 y figura 15 se aprecia el resultado de la influencia de Instagram en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 48,62% de estudiantes considera que Instagram sí influye en su formación ciudadana, permite interactuar con sus pares y con la información que se comparte.

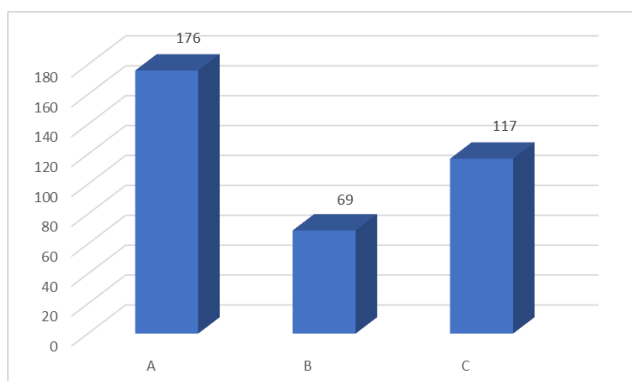
Por otro lado, el 19,06% de estudiantes considera que no influye en su formación ciudadana, ya que el uso actual de la red sociales no es con fines académicos y de investigación de la información. Por último, el 32,32% de estudiantes considera que tal vez influye en su formación ciudadana.

Tabla 15

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 176 | 176 | 0,49 | 48,62 |
| B | 69 | 245 | 0,19 | 19,06 |
| C | 117 | 362 | 0,32 | 32,32 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 15



En la tabla 16 y figura 16 se aprecia el resultado de la influencia de Instagram en la formación ciudadana de los estudiantes de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 51,93% de estudiantes considera que Instagram puede influir en su capacidad para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad.

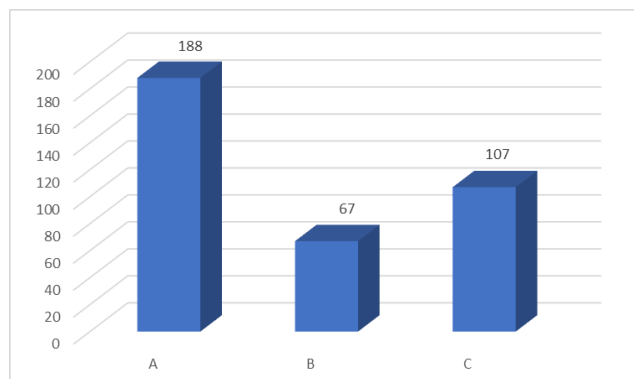
Por otro lado, el 18,51% de estudiantes considera que no puede influir en su capacidad para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad. Por último, el 29,56% de estudiantes considera que tal vez puede influir en su capacidad para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad.

Tabla 16

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 188 | 188 | 0,52 | 51,93 |
| B | 67 | 255 | 0,19 | 18,51 |
| C | 107 | 362 | 0,30 | 29,56 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 16



En la tabla 17 y figura 17 se aprecian las características de Instagram en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 56,91% de los estudiantes considera que el uso de Instagram facilita la comunicación asertiva y la interacción, ya que se convierte en un espacio donde los adolescentes pueden expresar sus opiniones, debatir ideas y generar colaboraciones, bajo las políticas de privacidad y restricción que maneja esta plataforma promoviendo el respeto y distintas habilidades sociales necesarias para la vida en sociedad.

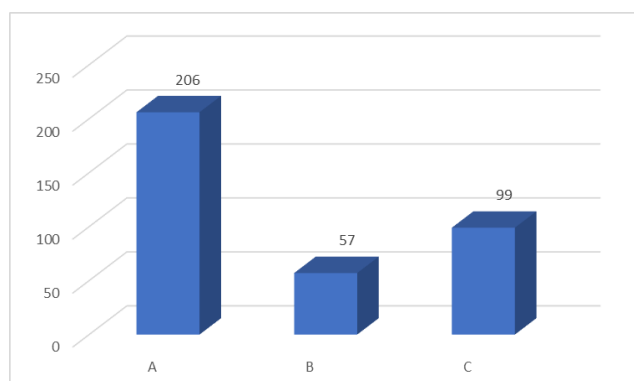
Por otro lado, el 15,75% de estudiantes considera que el uso de la red social Instagram no facilita la comunicación asertiva y la interacción cercana entre los estudiantes ni promueve la formación ciudadana, ya que comúnmente Instagram no es usada con fines académicos o fines informativos. Por último, el 27,35% considera que el uso de la red social Instagram tal vez influye en la comunicación asertiva y la interacción cercana entre estudiantes.

Tabla 17

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 206 | 206 | 0,57 | 56,91 |
| B | 57 | 263 | 0,16 | 15,75 |
| C | 99 | 362 | 0,27 | 27,35 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 17



2 En la tabla 18 y figura 18 se aprecia el resultado de las características de TikTok en la formación ciudadana en los estudiantes de podcast

3
 1
 cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 45,86% de estudiantes considera que TikTok sí promueve la participación ciudadana lo que evidencia y destaca la creciente interacción de los estudiantes con la red social TikTok que hace posible la difusión de opiniones y asuntos cívicos, políticos y de realidad social, logrando caracterizar ciertos aspectos de la participación ciudadana de adolescentes de secundaria.

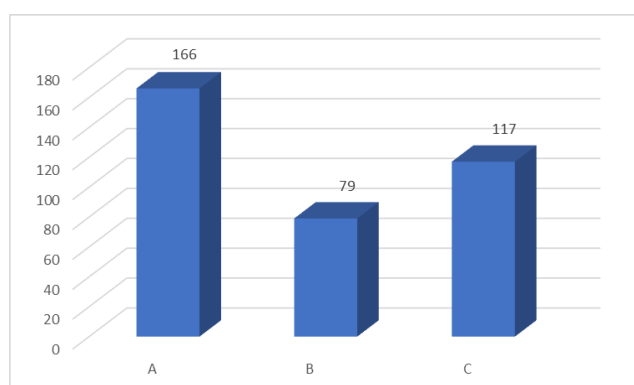
El 21,82% de estudiantes considera que TikTok no promueve la participación ciudadana y el 32,32% de estudiantes considera que a veces promueve la participación, no obstante, permite la interacción ya sea a través de la creación de videos, transmisiones en vivo y comentarios. 61 El impacto real de TikTok en la participación ciudadana de los adolescentes requiere una evaluación más amplia, para determinar si este es positivo o negativo. 121

Tabla 18

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 166 | 166 | 0,46 | 45,86 |
| B | 79 | 245 | 0,22 | 21,82 |
| C | 117 | 362 | 0,32 | 32,32 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 18



2 En la tabla 19 y figura 19 se aprecia el resultado de las características de TikTok en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. 9 La tabla evidencia que el 49,45% de estudiantes considera que la red social TikTok sí ha influido en la polarización política del país, la plataforma posibilita la exposición de temáticas políticas y de realidad nacional, teniendo 15 en la mayoría de casos un alcance alto con diverso público, la simplificación de temáticas tocadas puede contribuir a la polarización al no permitir un análisis profundo y equilibrado

y generando burbujas de opinión y posición, dejando que una perspectiva se prevalezca sin una contraposición.

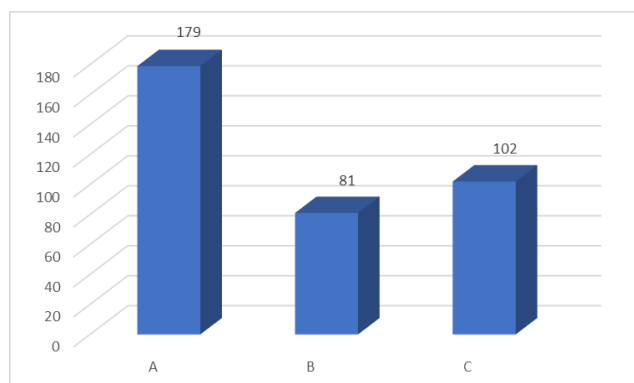
A pesar de la interacción rápida y constante el 22,38% de estudiantes considera que no ha influido en la polarización política considerando que al exponer estas temáticas de realidad social brinda distintas perspectivas lo que promueve información que se podría considerar objetiva, más no correcta y el 28,18% considera que la red social TikTok influye solo a veces, es decir toma en cuenta la información que sería expuesta y la perspectiva que promovería.

Tabla 19

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 179 | 179 | 0,49 | 49,45 |
| B | 81 | 260 | 0,22 | 22,38 |
| C | 102 | 362 | 0,28 | 28,18 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 19



En la tabla 20 y figura 20 se aprecia el resultado de las características de TikTok en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 54,42% de estudiantes considera que TikTok sí puede influir en el resultado de elecciones y procesos políticos. La exposición de temáticas puede ejercer un impacto significativo en la percepción pública y opiniones políticas, además de la promoción de campañas y movilizaciones políticas.

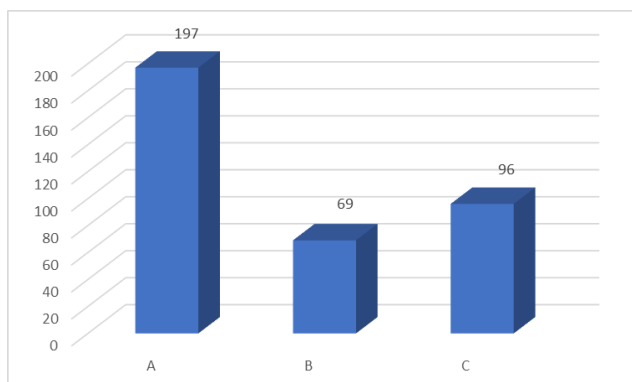
El 19,06% considera que la red social TikTok no puede influir en el resultado de elecciones y procesos políticos por que toma en cuenta que la posible influencia del medio podría ser contrarrestado con la diversidad de opiniones, la información y una mirada crítica que cuestione lo que se promueve, expone y el 26,52% de estudiantes considera que la red social TikTok a veces puede influir en el resultado de elecciones y procesos políticos ya que dependen de una amplia gama de factores, como políticas públicas, debates, y la participación activa de los ciudadanos, que TikTok no podría remplazar por completo.

Tabla 20

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 197 | 197 | 0,54 | 54,42 |
| B | 69 | 266 | 0,19 | 19,06 |
| C | 96 | 362 | 0,27 | 26,52 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 20



2 En la tabla 21 y figura 21 se aprecia el resultado de las características de Twitch en la formación ciudadana 3 en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. 9 La tabla demuestra que el 38,95% de los estudiantes evidenció en alguna transmisión por la plataforma Twitch opiniones y comentarios sobre noticias políticas o de la situación nacional e internacional, lo que permite al creador involucrar e informar a la audiencia, en este caso estudiantes de secundaria promoviendo su interés y divulgando noticias u hechos sobre la realidad social nacional.

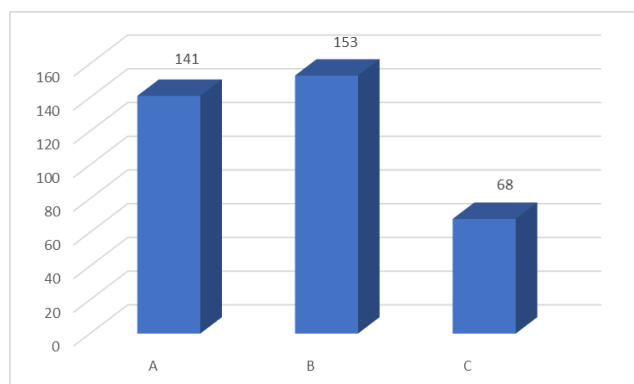
El 42,27% no evidenció opiniones y comentarios sobre noticias políticas en alguna transmisión por la plataforma Twitch, se considera que la plataforma recomienda contenido que según un análisis generado por el sistema podría ser de tu gusto, basándose en contenido visto con anterioridad y el 18,78% de los estudiantes evidenció que a veces en alguna transmisión por la plataforma Twitch se generan opiniones y comentarios sobre noticias políticas o de la situación nacional e internacional, ya que no es necesario que una transmisión se enfoque únicamente en un tema político sino la cuestión puede surgir.

Tabla 21

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|--------|
| A | 141 | 141 | 0,39 | 38,95 |
| B | 153 | 294 | 0,42 | 42,27 |
| C | 68 | 362 | 0,19 | 18,78 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 21



2 En la tabla 22 y figura 22 se aprecia el resultado de las características de Twitch en la formación ciudadana 3 en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y 9 la I.E. Fe y Alegría 03. La tabla evidencia que el 40,61% de la población cree que Twitch puede influir en la capacidad de los estudiantes 24 para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad, al proporcionar un espacio para que los estudiantes compartan intereses comunes y participen en discusiones en tiempo real, Twitch puede fomentar la construcción de redes sociales significativas.

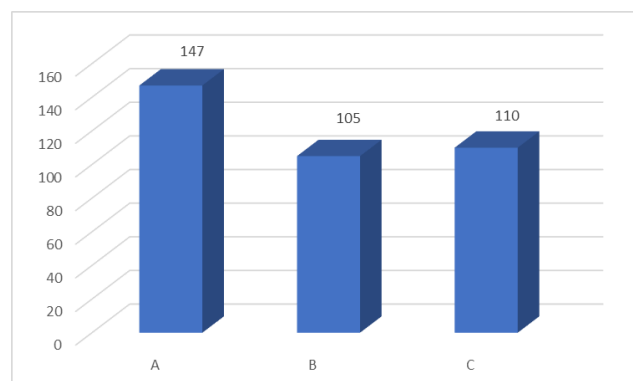
El 29,01% cree que Twitch no puede influir en la capacidad de los estudiantes para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad, debido a que las relaciones virtuales en plataformas como Twitch pueden carecer de la profundidad y la autenticidad de las conexiones personales. La comunicación a través de pantallas no siempre refleja la interacción interpersonal genuina, además puede llevar a una falta de habilidades sociales en situaciones cara a cara y el 30,39% cree que Twitch puede a veces influir en la capacidad de los estudiantes para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad.

Tabla 22

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 147 | 147 | 0,41 | 40,61 |
| B | 105 | 252 | 0,29 | 29,01 |
| C | 110 | 362 | 0,30 | 30,39 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 22



2 En la tabla 23 y figura 23 se aprecia que con el resultado de las características de Twitch en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. 3 La tabla muestra que el 30,39% sí participa de manera activa en las transmisiones de la plataforma Twitch donde se tratan temas de la realidad nacional e internacional ya que estas tienen la oportunidad de promover interés y curiosidad en los estudiantes, presentando noticias, generando debates u opiniones sobre la realidad del país y el mundo. 9

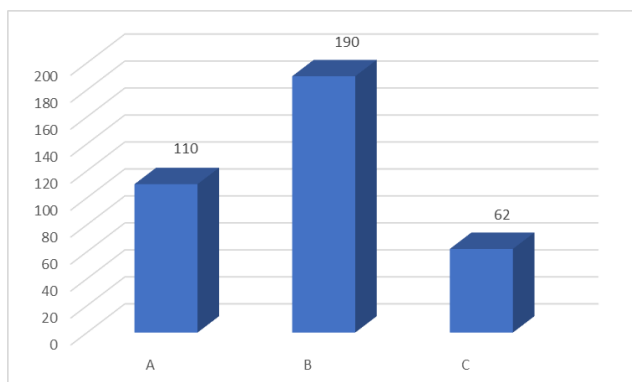
El 52,49% considera que no participa activamente en las transmisiones de la plataforma Twitch, podría considerarse por ignorancia de ciertas temáticas lo que lo convierte únicamente en receptor, aprovechando de forma beneficiosa la plataforma y el 17,13% de los estudiantes consideran que tal vez pueden participar de forma activa en las transmisiones de la plataforma Twitch donde se tratan temas de la realidad nacional e internacional, considerando su motivación, gusto, interés y conocimiento.

Tabla 23

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 110 | 110 | 0,30 | 30,39 |
| B | 190 | 300 | 0,52 | 52,49 |
| C | 62 | 362 | 0,17 | 17,13 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100,00 |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 23



En la tabla 24 y figura 24 se aprecia el resultado de la diferenciación de la calidad y veracidad de la información utilizada por los influencers líderes en los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, el 50.83% verifica la fuente de información. Es decir, más de la mitad de los estudiantes encuestados son capaces de distinguir entre información de calidad y veraz y aquella que no lo es. Estos estudiantes también se toman el tiempo para verificar la fuente de la información proporcionada por los influencers, lo que indica un nivel de pensamiento crítico y discernimiento en su formación ciudadana.

En cuanto a la búsqueda de veracidad corroborando con otras fuentes confiables es de 34.81%, un porcentaje significativo de estudiantes también se dedica a buscar la veracidad de la información proporcionada por los influencers mediante la corroboración con otras fuentes confiables. Esto demuestra una actitud responsable y un deseo de obtener información precisa y confiable.

Y, por último, no hay una verificación de la información difundida por los influencers (14.36%): aunque este porcentaje es menor en comparación con los dos anteriores, aún es preocupante que un número considerable de estudiantes no verifiquen

la información que los influencers difunden. Esto puede indicar una falta de conciencia sobre la importancia de la veracidad de la información en su formación ciudadana.

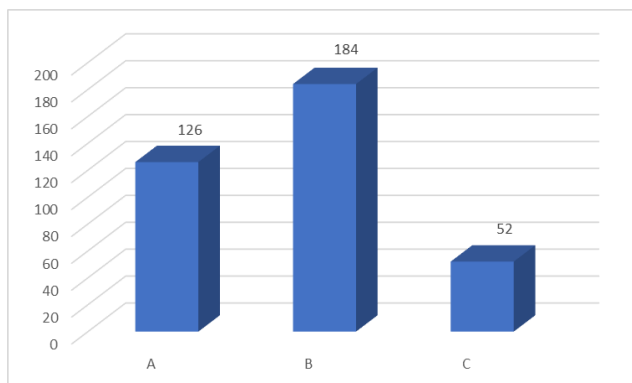
En general, los datos muestran que la mayoría de los estudiantes encuestados están tomando medidas para garantizar la calidad y veracidad de la información que reciben a través de los influencers. Sin embargo, todavía hay un grupo significativo de estudiantes que no están verificando la información, lo que destaca la necesidad de una mayor educación en la formación ciudadana y el pensamiento crítico en el contexto de las redes sociales y los influencers.

Tabla 24

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|------------|
| A | 126 | 126 | 0,35 | 34,81 |
| B | 184 | 310 | 0,51 | 50,83 |
| C | 52 | 362 | 0,14 | 14,36 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100 |

Nota: Elaborado por los tesisas

Figura 24



8 En la tabla 25 y figura 25, se aprecia que con respecto al resultado como fuente importante de información de los influencers celebrities en los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, el 46.69%, considera que los influencers celebrities 116 desempeñan un papel relevante en la difusión de información y noticias, y los perciben como una fuente importante de información. Esto puede deberse a la popularidad y el alcance de los influencers celebrities 137 en las redes sociales, lo que los convierte en una fuente accesible y atractiva de contenido informativo para los estudiantes.

En cuanto a la función no relevante en la difusión de información 37.29%, un porcentaje significativo de estudiantes no percibe que los influencers celebrities tengan una función relevante en la difusión de información. Esto puede indicar una desconfianza en la 101 veracidad y calidad de la información proporcionada por los influencers, o una preferencia por fuentes más tradicionales y confiables de información. No son una fuente importante de información y no son relevantes en la difusión de información (16.02%): Un pequeño pero notable porcentaje de estudiantes no considera a los influencers como una fuente importante de información y no los ve como relevantes en la difusión de información.

En general, 29 los datos muestran una diversidad de opiniones entre los estudiantes encuestados sobre el papel de los influencers en la difusión de información y noticias. Mientras que algunos los consideran una fuente importante de información, otros no perciben su función como relevante o no los ven como una fuente confiable de información. Esto destaca la importancia de fomentar el pensamiento crítico y la 28

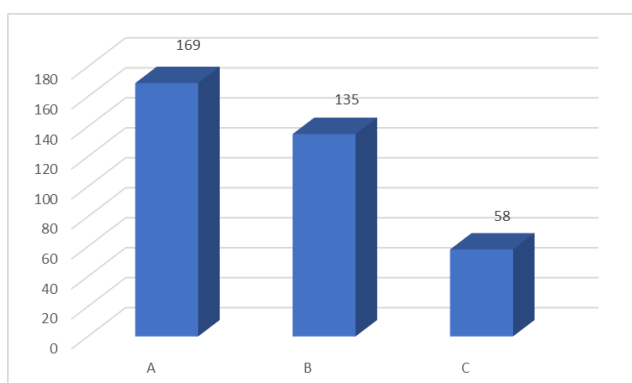
capacidad de evaluar la veracidad y calidad de la información, especialmente en el contexto de las redes sociales y la influencia de los influencers

Tabla 25

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|-------------|
| A | 169 | 169 | 0,47 | 46,69 |
| B | 135 | 304 | 0,37 | 37,29 |
| C | 58 | 362 | 0,16 | 16,02 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 25



En la tabla 26 y figura 26 se aprecia el resultado de la influencia de los influencers celebrities en las opiniones de manera irresponsables o sin conocimiento suficiente en los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. Donde el 52.21% de estudiantes, más de la mitad de encuestados, considera que los influencers pueden influir en las opiniones de manera irresponsable o sin conocimiento suficiente. Esto sugiere que los estudiantes son conscientes de que los influencers pueden tener un impacto en la formación de

opiniones, pero también reconocen que esta influencia puede ser problemática si no se basa en información precisa y confiable.

Además, en la difusión de información falsa o parcializada (41.44%): un porcentaje significativo de estudiantes cree que los influencers pueden difundir información falsa o parcializada. Esto refuerza ⁵ la importancia de la verificación de la información y el pensamiento crítico al consumir contenido de los influencers, ya que su influencia puede ser perjudicial si se basa en información incorrecta o sesgada.

Y en cuanto, que no pueden influir en las opiniones de manera irresponsable o sin conocimiento suficiente ni difundir información falsa o parcializada (6.35%): Aunque este porcentaje es bajo en comparación con los dos anteriores, aún hay estudiantes que no creen que los influencers tengan ⁴¹ la capacidad de influir en las opiniones de manera irresponsable o difundir información falsa o parcializada. Por ello, es importante ⁸⁶ fomentar el pensamiento crítico y la capacidad de evaluar la veracidad de la información. En general, los datos muestran ⁵¹ que la mayoría de los estudiantes encuestados son conscientes de la influencia de los influencers en la formación de opiniones y reconocen los posibles riesgos asociados con esta influencia, como la difusión de información falsa o parcializada.

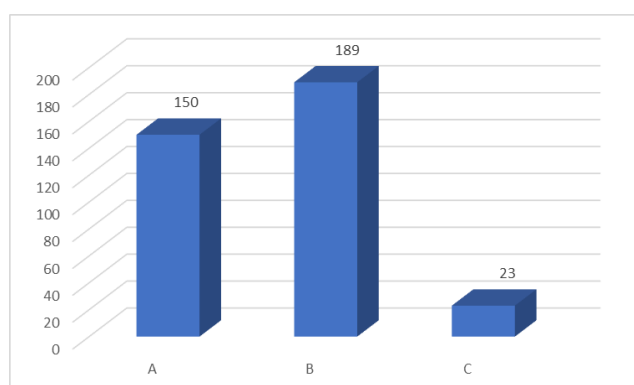
Esto destaca la importancia de promover la alfabetización mediática ⁸ y el pensamiento crítico entre los estudiantes, para que puedan navegar de manera responsable y efectiva ⁴¹ en el entorno de las redes sociales y la información en línea.

Tabla 26

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|-------------|
| A | 150 | 150 | 0,41 | 41,44 |
| B | 189 | 339 | 0,52 | 52,21 |
| C | 23 | 362 | 0,06 | 6,35 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 26



2 En la tabla 27 y figura 27 se aprecia el resultado de la proporción de oportunidades de los influencers celebrities 5 para el desarrollo de habilidades sociales en los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y 1 la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 45.58% de estudiantes considera que depende del caso los influencers 23 proporcionan oportunidades para el desarrollo de habilidades sociales mediante redes. El 35.36% sí considera que los influencers 91 proporcionan oportunidades para el desarrollo de habilidades sociales mediante redes, y el 19.06% no considera que los influencers 23 proporcionan oportunidades para el desarrollo de habilidades sociales mediante.

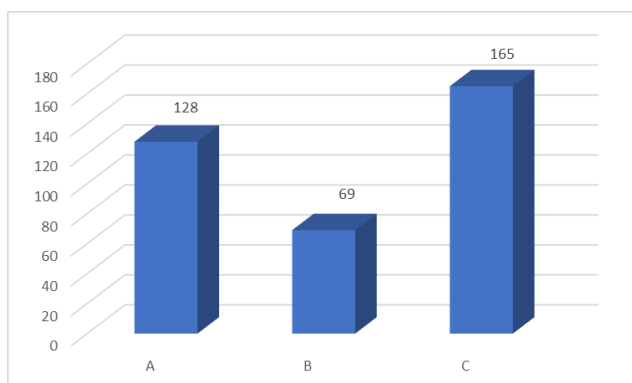
Estos datos muestran que existe una diversidad de opiniones entre los estudiantes en cuanto a si los influencers proporcionan oportunidades para el desarrollo de habilidades sociales mediante redes. Además, Esta diversidad de opiniones puede deberse a diferentes experiencias y percepciones de los estudiantes en relación con el uso de las redes sociales y la influencia de los influencers en su desarrollo de habilidades sociales.

Tabla 27

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|-------------|
| A | 128 | 128 | 0,35 | 35,36 |
| B | 69 | 197 | 0,19 | 19,06 |
| C | 165 | 362 | 0,46 | 45,58 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 27



En la tabla 28 y figura 28 se aprecia el resultado de los riesgos del seguimiento indiscriminado a los influencers celebrities para la formación ciudadana de los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet

1 y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 51.66% de estudiantes considera que el mayor riesgo es la adopción de actitudes críticas y un pensamiento independiente. Esto puede implicar que los influencers, a pesar de manifestar opiniones de manera irresponsable o sin conocimiento suficiente, se encuentran con estudiantes que sí cuestionan y analizan la información de manera adecuada.

El 33.70% de los estudiantes considera que el mayor riesgo del seguimiento indiscriminado de los influencers en la formación ciudadana es la exposición a información falsa o distorsionada que puede influir en las opiniones y decisiones. Esto sugiere que los estudiantes son conscientes de la posibilidad de que los influencers difundan contenido engañoso o parcializado, lo que puede afectar negativamente su formación ciudadana.

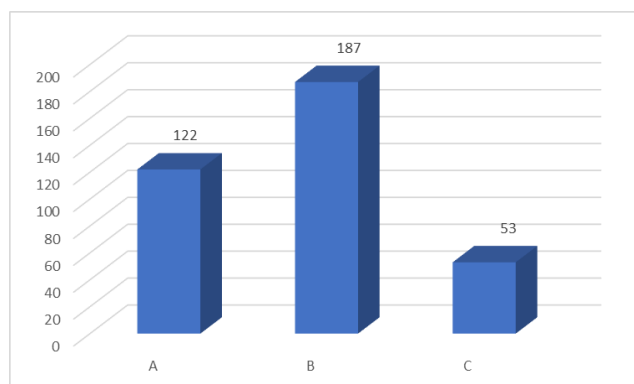
El 14.64% de los estudiantes considera que el mayor riesgo del seguimiento indiscriminado de los influencers en la formación ciudadana es el deterioro de la conciencia social. Esto puede implicar que los influencers, al centrarse en la promoción de productos o en la generación de contenido superficial, puedan desviar la atención de los problemas sociales importantes y contribuir a la apatía o falta de compromiso cívico.

Tabla 28

| X | f | F | h | % |
|--------------|------------|-----|----------|-------------|
| A | 122 | 122 | 0,34 | 33,70 |
| B | 187 | 309 | 0,52 | 51,66 |
| C | 53 | 362 | 0,15 | 14,64 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 28



5 En la tabla 29 y figura 29, se aprecia que los microinfluencer pueden fomentar el interés en la creación de propuestas que aporten de forma positiva a la formación ciudadana de los estudiantes de las I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 45.58% sugiere que los estudiantes ven a los influencers como una fuente de inspiración y motivación para involucrarse en proyectos y actividades que contribuyan al bienestar de la sociedad.

El 44.75% de los estudiantes considera que los influencers pueden fomentar el interés en involucrarse en proyectos de servicio comunitario. Esto indica que los estudiantes ven a los influencers como una fuente de inspiración para involucrarse en

actividades que contribuyan al bienestar de la comunidad y que pueden tener un impacto positivo en la formación ciudadana.

El 9.67% de los estudiantes no considera que los influencers tengan ningún impacto positivo en la formación ciudadana. Esto puede reflejar una actitud más crítica hacia el papel de los influencers en la sociedad y la formación de opiniones.

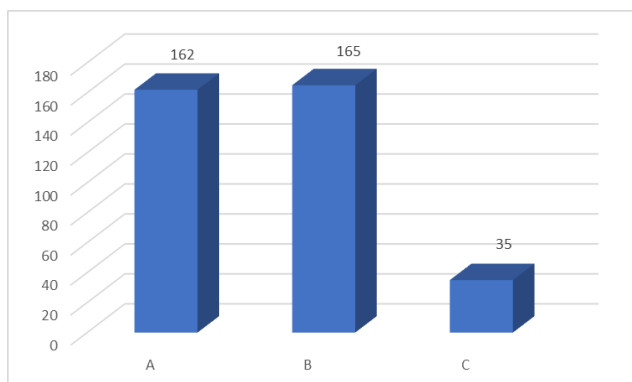
En general, los datos muestran que los estudiantes tienen una percepción positiva de los efectos que pueden tener los influencers en la formación ciudadana, especialmente en términos de fomentar el interés en proyectos y actividades que contribuyan al bienestar de la sociedad y la comunidad. Esto destaca la importancia de promover modelos de influencia positivos y responsables en las redes sociales, que puedan inspirar y motivar a los jóvenes a involucrarse en actividades que contribuyan al bienestar de la sociedad y fomenten su formación ciudadana.

Tabla 29

| X | f | F | h | % |
|--------------|-----|-----|------|-------|
| A | 162 | 162 | 0,45 | 44,75 |
| B | 165 | 327 | 0,46 | 45,58 |
| C | 35 | 362 | 0,10 | 9,67 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 29



8 En la tabla 30 y figura 30, se aprecia que con respecto a las estrategias que pueden implementar los microinfluencer desde las redes sociales en los estudiantes de la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03, donde el 45,30 % de estudiantes considera que fomentan el pensamiento crítico a través de la creación de espacios de debate. El 33,15% de estudiantes considera que promueven la creación de proyectos que aporten de manera positiva. Y 21,55 % considera que fomentan la educación en valores, promoviendo actitudes de respeto por la diversidad

Según la Tabla 30 y la Figura 30, los estudiantes consideran diferentes estrategias que pueden implementarse desde las redes sociales. A continuación, se presenta una interpretación de los datos: el 45,30% de los estudiantes considera que se puede fomentar el pensamiento crítico a través de la creación de espacios de debate. Esto implica que los estudiantes ven a las redes sociales como una plataforma para discutir ideas y opiniones, lo que puede ayudar a desarrollar habilidades de pensamiento crítico al analizar diferentes perspectivas. El 33,15% de los estudiantes considera que las redes sociales promueven la creación de proyectos que aportan de manera positiva.

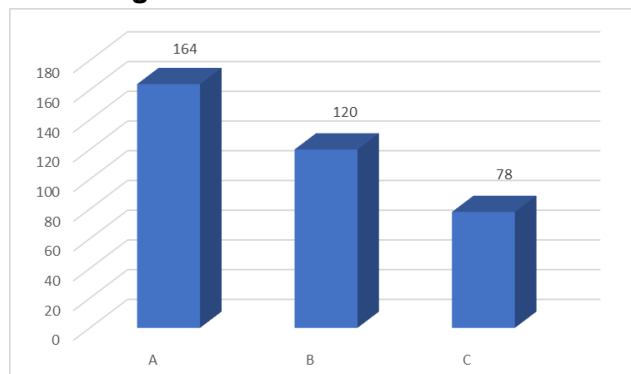
Esto sugiere que los estudiantes ven a las redes sociales como una herramienta para la colaboración y la generación de ideas, lo que puede conducir a la creación de proyectos que tengan un impacto positivo en la sociedad. El 21,55% de los estudiantes considera que las redes sociales fomentan la educación en valores, promoviendo actitudes de respeto por la diversidad. Esto indica que los estudiantes perciben a las redes sociales como un medio para aprender sobre diferentes culturas, perspectivas y experiencias, lo que puede contribuir a la promoción del respeto y la tolerancia.

En general, estos datos muestran que los estudiantes reconocen el potencial de las redes sociales para fomentar el pensamiento crítico, la colaboración y la educación en valores. Sin embargo, también es importante tener en cuenta los posibles desafíos y riesgos asociados con el uso de las redes sociales en el ámbito educativo.

Tabla 30

| X | f | F | h | % |
|--------------|----------|----------|----------|----------|
| A | 164 | 164 | 0,45 | 45,30 |
| B | 120 | 284 | 0,33 | 33,15 |
| C | 78 | 362 | 0,22 | 21,55 |
| TOTAL | 362 | | 1 | 100% |

Nota: Elaborado por los tesisistas

Figura 30

CONCLUSIONES

1. La social media juega un papel fundamental en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria. La presencia de sitios web y redes sociales en la vida de los estudiantes ha demostrado ser una herramienta relevante para su desarrollo como ciudadanos conscientes y participativos.
2. En relación con los sitios web, se evidencia que los estudiantes tienen acceso a contenido educativo, noticias, documentos legales y otros recursos que les permiten formarse como ciudadanos informados y críticos.
3. En las redes sociales, se ha observado que estas plataformas permiten a los estudiantes interactuar con sus pares, promoviendo el intercambio de ideas y la construcción colectiva de conocimiento. Ofrecen espacios de participación ciudadana, donde los estudiantes pueden expresar sus opiniones, debatir y generar conciencia sobre problemáticas sociales.
4. Respecto a los influencers, se ha constatado que estos actores tienen un efecto significativo en la opinión y comportamiento de los estudiantes. Pueden influir en la adopción de valores, actitudes y comportamientos ciudadanos, tanto positivos como negativos.

5 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Ministerio de Educación actualizar los planes de estudio incluyendo asignaturas relacionadas con la educación digital, brindar las suficientes herramientas para que el docente desempeñe un rol de orientador o guía de las actividades cibernéticas de los estudiantes, para así lograr que puedan sacar el mayor provecho a la recolección y análisis de la información.
2. Se recomienda fortalecer la formación pedagógica inicial docente en el uso de las TICs en la comunidad educativa de la Escuela de Educación Superior Pedagógica Pública Monterrico, para que los docentes estén en la capacidad de hacer seguimiento a la información a la que acceden los estudiantes y que influye en su formación como ciudadanos activos y críticos.
3. A nivel de aula, los docentes deben promover actividades que involucren el uso responsable de la social media, y enseñen a los estudiantes a discernir entre información verídica y falsa.

REFERENCIAS

- Aguilar, J. y Terán, O. (2018). Modelo del proceso de influencia de los Medios de Comunicación Social en la opinión pública. *Educere*, 22(71), 179-191.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35656002014>
- Arimetrics (2023). Glosario Digital. <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/youtube>
- Alvarado, A. (2020). Influencia de los medios de comunicación y la percepción de inseguridad en la ciudadanía. El caso de los noticieros en televisión. madera. [Tesis de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)].
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654063/Alvarado_AA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Barreiro, A. y Rosemberg, C. (2022). Interacción social, desarrollo y aprendizaje. Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas. <http://www.ciipme-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2023/02/Interaccion-social-Desarrollo-y-Aprendizaje-2022.pdf>
- Besich. (2021). Alta comunicación. New Media vs Old Media: ¿Mueren los medios de comunicación? <https://altacomunicacion.pe/new-media-vs-old-mediamueren-los-medios-de-comunicacion/>
- BPO Andina. (21 de diciembre de 2022). *¿Qué son las plataformas web?* BPO Andina.
<https://bpoandina.com/blog/web-development/que-son-las-plataformas-web/>
- Castilla, O. (1 de diciembre de 2016) *MOM Perú: Una base de datos que revela la concentración.* Ojo-publico.com. <https://duenosdelanoticia.ojo->

publico.com/articulo/mom-peru-una-base-de-datos-para-conocer-a-los-duenos-de-los-medios/

CEUPE. (19 de junio de 2023). *Definición de blog*. CEUPE.

<https://www.ceupe.com/blog/definicion-de-blog.html>

Contreras, R. y Ugalde, C. (2022). *Adolescentes en la era de las redes sociales*.

https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2022/257478/ebookInCom_22b.pdf

Crettaz, J. (18 de enero de 2013). *Radios online: un fenómeno nuevo que se hace*

escuchar. La Nación. [https://www.lanacion.com.ar/sociedad/radios-online-un-](https://www.lanacion.com.ar/sociedad/radios-online-un-fenomeno-nuevo-que-se-hace-escuchar-nid1546747/)

[fenomeno-nuevo-que-se-hace-escuchar-nid1546747/](https://www.lanacion.com.ar/sociedad/radios-online-un-fenomeno-nuevo-que-se-hace-escuchar-nid1546747/)

DataReportal. (2023). *Global Social Media Statistics*. [https://datareportal.com/social-](https://datareportal.com/social-media-users)

[media-users](https://datareportal.com/social-media-users)

Díaz, L. (2017). *Soy marca: quiero trabajar con influencers, influencer marketing*.

Editorial:

Profit.

https://books.google.com.pe/books/about/Soy_marca.html?id=SLaMDgAAQBAJ

[&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-](https://books.google.com.pe/books/about/Soy_marca.html?id=SLaMDgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-)

[419&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir_esc=y#v=onepag](https://books.google.com.pe/books/about/Soy_marca.html?id=SLaMDgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir_esc=y#v=onepag)

[e&q&f=false](https://books.google.com.pe/books/about/Soy_marca.html?id=SLaMDgAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&redir_esc=y#v=onepag)

Flores, J. y Flores, S. (2019) *El impacto de los influencers en la decisión de compra de*

los usuarios de Instagram en Lima Metropolitana.

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648600/Flores_](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648600/Flores_CJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[CJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648600/Flores_CJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Galindo, N. (2013). Los periódicos digitales: herramienta para el aprendizaje significativo.

<https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/619603/TESIS%20Naomi%20Galindo%20M.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gil-García, J., Criado, J. y Téllez, J. (2017). Tecnologías de información y comunicación en la Administración Pública. INFOTEC, Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación.

[https://www.infotec.mx/work/models/Infotec/Publicaciones/Tecnologias-
Informacion-Comunicaci%C3%B3n-en-Administracion-Publica-Conceptos-
Enfoques-Aplicaciones-Resultados.pdf](https://www.infotec.mx/work/models/Infotec/Publicaciones/Tecnologias-Informacion-Comunicaci%C3%B3n-en-Administracion-Publica-Conceptos-Enfoques-Aplicaciones-Resultados.pdf)

González-Larrea, B., Hernández-Serrano, M. y Renés-Arellano, P. (2020). Los influencers: líderes de las nuevas relaciones parasociales en la sociedad hiperconectada. *Redes sociales y ciudadanía: hacia un mundo ciberconectado y empoderado*, 97-102.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7945714>

Guevara, G., Verdesoto, A. y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción).

RECIMUNDO, 4(3), 163-173.
<https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>

Gutierrez, A. (2023). Los mejores Influencers peruanos con más seguidores 2023.

<https://www.arnoldgutierrez.com/mejores-influencers-peruanos-populares-peru/>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación.

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- INEI. (2022). Estado de la Niñez y Adolescencia: Julio - agosto - Setiembre 2022.
<https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/3720242-estado-de-la-ninez-y-adolescencia-julio-agosto-setiembre-2022>
- INE. (2014). Ciudadanía activa.
<https://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Ciudadania-Activa.pdf>
- Jimenez, A. y Ramírez, L. (2021). Impacto de las redes sociales en los adolescentes del asentamiento humano Juan Velasco III etapa, Chancay, 2021. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sanchez Carrión].
<http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5802/JIMENEZ%20Y%20RAMIREZ.pdf>
- Kapp, J., Hensel, B., Kyle, T. y Schoning, B. (2015). Is Twitter a forum for disseminating research to health policy makers? *Annals of Epidemiology*, 25, 883-887.
<https://doi.org/10.1016/j.annepidem.2015.09.002>
- Ladino, P. (2017). Teorías de la comunicación. Fundación Universitaria del Área Andina
<https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>
- Lifebelt. (16 de enero de 2023). ¿Cuánto tiempo de tu vida pasas en internet?
<https://lifebelt.com/cuanto-tiempo-vida-pasas-las-redes-sociales/2022/09/>
- Loja-Gutama, B., García-Herrera, D., Erazo-Álvarez, C. y Erazo-Álvarez, J. (2020). Podcast como estrategia didáctica en la enseñanza de la expresión oral y escrita. *CIENCIAMATRIA*, 6(3), 167-192. <https://doi.org/10.35381/cm.v6i3.395>

- Merrel, K. y Gimpel, G. (2014) Social Skills of Children and Adolescents
<https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=weEBAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=social+skills&ots=LbKCfdNYjN&sig=elhSTZodh2KozuDaZpqlrUR-u6Q#v=onepage&q=social%20skills&f=false>
- Mendoza, M. y Valenzuela, A. (2020). Las redes sociales en el Perú y la comunicación ciudadano - político. *En Congrès mondial Orbicom 2019: La liberté d'expression à l'ère numérique. De l'infox à l'intelligence artificielle*, 448-472.
<https://hdl.handle.net/20.500.12724/11697>
- Ministerio de Educación. (2016). *Programa curricular de Educación secundaria*.
<http://www.ugelsanchezcarrion.gob.pe/wordpress/wp-content/uploads/2019/06/programa-secundaria-17-abril.pdf>
- Moreno, I., Leyva-Townsend, P. y Parra, C. (2019). La familia, primer ámbito de educación cívica. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 19(37), 43-54.
<https://www.redalyc.org/journal/1002/100264147006/html/>
- Muñoz, C. y Torres, B. (2017) Escuela y formación ciudadana
<https://educacion.udec.cl/wp-content/uploads/2019/12/Formacion-ciudanana.pdf>
- Ortega-Gabriel, W. (2014). Ciudadanía digital. Entre la novedad del fenómeno y las limitaciones del concepto. *Economía, Sociedad y Territorio* 15(49), 8-10.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/est/v15n49/v15n49a10.pdf>
- Peiró, R. (14 de septiembre de 2019). YouTube. Economipedia.com
<https://economipedia.com/definiciones/youtube.html>

- Real Academia Española. (2014). Interacción. En Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/interacción>
- Rojas, L. (2021). Fake news y COVID-19: una cobertura periodística en el Perú. *Cuadernos De H Ideas*, 15(15), e049. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/7237>
- Rosenfeld, L. y Morville, P. (2015). Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites (4ta ed.). O'Reilly Media. <https://www.oreilly.com/library/view/information-architecture-for/0596527349/>
- Salazar, A. (2015). Televisión online como herramienta para la transmisión de información educativa. *Revista científica* 1(7), 119-130. <https://fdocuments.ec/document/revista-cientifica-numero-7-abril-de-2015-res-non-verba-abril-2015-i-ndice.html?page=2>
- Sánchez, M., Vásquez, G. y Vásquez N. (2018). Medios de Comunicación e Historia Reciente. Un estudio con alumnado chileno de Secundaria. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales* 34, 19-35. <https://ojs.uv.es/index.php/dces/article/view/10516>
- Sánchez, C. (08 de febrero de 2019). Cita Textual o Directa. Normas APA (7ma edición). <https://normas-apa.org/citas/cita-textual/>
- Simons, A. (2018). Ética y ejercicio de la ciudadanía. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170668/15%20%C3%89tica%20y%20ejercicio%20de%20la%20ciudadan%C3%ADa%20con%20sello.pdf>

- Torres-Toukoumidis, A., De-Santis, A. y Vintimilla-León, D. (2021). Tik Tok: más allá de la hipermedialidad. <https://books.scielo.org/id/47zrm/pdf/torres-9789978106815.pdf>
- Valencia, J. F. (2011). Mobilization: Peaceful and Violent. En D. Christie (Ed.), *The Encyclopedia of Peace Psychology* (pp. 161). Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470672532.Wbepp161>
- Ugalde, C. y González-Cabrera, C. (2020). Edutubers, influencers y TikTok en la educación a partir de la COVID-19. <https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2022/259101/adolescentes-9-23.pdf>
- Valle, A. (2023). El uso de las redes sociales y la construcción de la ciudadanía crítica [Webinar]. Webinar. <https://youtu.be/X0Wwtn9r79Y>
- Vizcaíno-Laorga, R., Catalina-García, B. y López, M. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 554-572. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/432/440>
- Ymaña, K. (2015) Redes sociales y participación ciudadana. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5240/yma%
c3%b1a_lkm.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5240/yma%c3%b1a_lkm.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

| | | | |
|---|--|----------------|---------------|
| TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: | LA SOCIAL MEDIA EN LA FORMACIÓN CIUDADANA DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO DE SECUNDARIA | | |
| PROBLEMA | <i>¿Qué características presenta la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas y la I.E. Fe y Alegría 03?</i> | | |
| AUTORES | ESPECIALIDAD | ENFOQUE | DISEÑO |
| Avila Cortez, Pedro Carrero Fernández, Gerardo Navarro Altamirano, Yahomi Rodríguez Magallanes, Walter | Ciencias Histórico Sociales | Cuantitativo | Descriptivo |

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLE | CATEGORÍAS | INDICADORES | TÉCNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN | ÍTEMS |
|---|--|---|-------------------|--|---|--------------|
| <i>¿Qué características presenta la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la</i> | OBJETIVO GENERAL | LA SOCIAL MEDIA EN LA FORMACIÓN CIUDADANA | SITIOS WEB | Frecuencia de interacción con los periódicos digitales. en la formación de opiniones políticas y sociales. | Encuesta (cuestionario) | 1 |
| | Determinar las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y | | | Disposición a la interacción con la | | 2 |

| | | | | | | |
|---|---|--|----------------|--|--|------------|
| I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas y la I.E. Fe y Alegría 03? | la I.E. Fe y Alegría 03. | | | televisión online en la formación de opiniones políticas y sociales. | | |
| | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | | | Confiabilidad de la interacción con la radio online en la formación de opiniones políticas y sociales. | | 3 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de los sitios web en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. | | | Vigencia de la interacción con los blogs en la formación de opiniones políticas y sociales. | | 4 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características de las redes sociales en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. | | | Influencia en la interacción con los podcasts en la formación de opiniones políticas y sociales. | | 5 |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las características de los influencers en la formación ciudadana en los estudiantes de cuarto de secundaria de la I.E. Monterrico Aplicación, la | | | | | |
| | | | REDES SOCIALES | Comprensión de los desafíos sociales a través de Facebook. | | 6, 7, 8 |
| | | | | Efectividad en la creación de condiciones de igualdad a través de Twitter. | | 9, 10, 11 |
| | | | | Preferencia en la formación de opiniones políticas y sociales a través de YouTube. | | 12, 13, 14 |
| | | | | | | |
| | | | | | | |


| | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|------------|
| | I.E. Nuestro Salvador - Carmelitas, la I.E. Sagrado Corazón - Chalet y la I.E. Fe y Alegría 03. | | | Preferencia en la formación de opiniones políticas y sociales a través de Instagram. | | 15, 16, 17 | |
| | | | | Formación de opiniones políticas y sociales a través del TikTok. | | 18, 19, 20 | |
| | | | | Promoción de espacios para la interacción política y social en Twitch. | | 21, 22, 23 | |
| | | | | INFLUENCERS | | Características de los líderes de opinión en la formación de opiniones políticas y sociales. | 24, 25, 26 |
| | | | | Características de los Celebrities en el desarrollo de habilidades sociales. | | 27, 28 | |
| | | | | Características de los microinfluencers en la capacidad de generar compromisos sociales. | | 29, 30 | |
| | | | | | | | |

Anexo 2: Operacionalización de la variable

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES |
|---|---|---|----------------|---|
| La social media en la formación ciudadana | <p>La social media es “un grupo de aplicaciones en Internet que se basan en los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0 y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por los usuarios” (Gil, Criado y Téllez, 2017, p. 412).</p> <p>La formación ciudadana se concibe según Muñoz y Torres (2019) como la construcción de sujetos políticos que puedan incidir en la conformación de una sociedad equitativa. En esta línea se debe promover el desarrollo de capacidades críticas en pos de una ciudadanía activa.</p> | Se clasifica en: Sitios web, redes sociales e influencers que permitirá describir las características de la social media en la formación ciudadana de los estudiantes del cuarto de secundaria a través de un cuestionario. | Sitios web | <ul style="list-style-type: none"> -Frecuencia de interacción con los periódicos digitales en la formación de opiniones políticas y sociales. -Disposición a la interacción con la televisión online en la formación de opiniones políticas y sociales. -Confiabilidad de la interacción con la radio online en la formación de opiniones políticas y sociales. -Vigencia de la interacción con los blogs en la formación de opiniones políticas y sociales. -Influencia en la interacción con los podcasts en la formación de opiniones políticas y sociales. |
| | | | Redes sociales | <ul style="list-style-type: none"> -Comprensión de los desafíos sociales a través de Facebook. -Efectividad en la creación de condiciones de igualdad a través de Twitter. -Preferencia en la formación de opiniones políticas y sociales a través de YouTube. -Preferencia en la formación de opiniones políticas y sociales a través de Instagram. -Formación de opiniones políticas y sociales a través del TikTok. -Promoción de espacios para la interacción política y social en Twitch. |
| | | | Influencers | <ul style="list-style-type: none"> -Características de los líderes de opinión en la formación de opiniones políticas y sociales. -Características de los celebrities en el desarrollo de habilidades sociales. -Características de los microinfluencers en la capacidad de generar compromisos sociales |

Anexo 3: Instrumento

CUESTIONARIO: “La Social Media en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria”



CUESTIONARIO

“La Social Media en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria”

Grado y sección:

El siguiente cuestionario será realizado con fines de investigación y pretenderá describir las características de la Social Media (redes sociales, sitios web y medios digitales en general) en la formación ciudadana de los adolescentes de secundaria. Responde con sinceridad a las siguientes preguntas:

| | | |
|--|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1) ¿Qué periódicos digitales lees con más frecuencia? <ol style="list-style-type: none"> a) Periódicos formales (La República, El Comercio, Gestión, Perú 21) b) Periódicos populares (El popular, Ojo, Trome) c) Ninguna de las anteriores 2) ¿Te informas a través de televisión online? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 3) ¿Qué tanta confiabilidad de información tiene la radio online? <ol style="list-style-type: none"> a) Poca confiabilidad b) Mediana confiabilidad c) Mucha confiabilidad 4) ¿Crees que los blogs siguen siendo vigentes como fuente de información? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 5) ¿Cómo influyen los podcasts en la formación de opiniones políticas y sociales? <ol style="list-style-type: none"> a) Imponen una posición ante un hecho social | <ol style="list-style-type: none"> b) Exponen distintas posiciones ante un hecho social c) Ninguna de las anteriores 6) ¿Para qué utilizas la red social Facebook? <ol style="list-style-type: none"> a) Información b) Entretenimiento c) Emprendimiento (venta o compra) 7) ¿Te has informado sobre la realidad política-social a través de Facebook? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 8) ¿Consideras que Facebook discrimina? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 9) ¿Consideras que las redes sociales como Twitter son una fuente confiable de información? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 10) ¿Consideras que la red social Twitter es un medio efectivo para denunciar situaciones de discriminación, racismo, bullying, injusticia o violaciones a los Derechos Humanos? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) A veces 11) ¿Cómo has construido tu ciudadanía en el contexto de las redes sociales como el Twitter? <ol style="list-style-type: none"> a) Permitiendo la conexión virtual con otros individuos u organizaciones sociales b) Permite que los individuos puedan tener información directa de entes públicos que promuevan la participación ciudadana | <ol style="list-style-type: none"> c) El contexto de las redes sociales no ha logrado influir en la construcción de mi ciudadanía. 12) ¿Por qué crees que se da la preferencia de informarse a través de YouTube antes que por periódicos o fuentes directas? <ol style="list-style-type: none"> a) Por comodidad b) Por tiempo c) Por variedad 13) ¿Cómo influye la red social YouTube en la formación de opiniones políticas y sociales? <ol style="list-style-type: none"> a) Imponen una posición ante un hecho social b) Exponen distintas posiciones ante un hecho social c) Ninguna de las anteriores 14) ¿Qué tipo de impacto tiene la red social YouTube en la formación ciudadana de los estudiantes? <ol style="list-style-type: none"> a) Impacto positivo b) Impacto negativo c) No tienen impacto 15) ¿Consideras que el uso de redes sociales como Instagram influyen en la formación cívica ciudadana? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) Tal vez 16) ¿Crees que la red social Instagram puede influir en la capacidad de los estudiantes para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad? <ol style="list-style-type: none"> a) Sí b) No c) Tal vez 17) ¿Consideras que el uso de las redes sociales como Instagram puede facilitar la comunicación asertiva y la interacción cercana entre los estudiantes, promoviendo la formación ciudadana? |
|--|---|---|



- a) Sí
b) No
c) tal vez
- 18) ¿Consideras que la red social TikTok promueve la participación ciudadana?
a) Sí
b) No
c) A veces
- 19) ¿La red social TikTok ha influido en la polarización política del país?
a) Sí
b) No
c) A veces
- 20) ¿Piensas que la red social TikTok puede influir en el resultado de elecciones o procesos políticos?
a) Sí
b) No
c) A veces
- 21) ¿Has evidenciado en alguna transmisión por la plataforma Twitch opiniones y comentarios sobre noticias políticas o de la situación nacional e internacional?
a) Sí
b) No
c) A veces
- 22) ¿Crees que Twitch puede influir en la capacidad de los estudiantes para establecer y mantener relaciones sociales saludables en su comunidad?
a) Sí
b) No
c) Tal vez
- 23) ¿Participas de manera activa en las transmisiones de la plataforma Twitch donde se tratan temas de la realidad nacional e internacional?
a) Sí
b) No
- c) Tal vez
- 24) ¿Cómo diferencias la calidad y veracidad de la información que los influencers líderes de opinión difunden a través de sus plataformas?
a) Verificando la fuente de la información utilizada
b) Buscando corroboración con otras fuentes confiables
c) Ninguna de las anteriores
- 25) ¿Qué papel juegan los influencers líderes de opinión en la difusión de información y noticias?
a) Son una fuente importante de información
b) No tienen una función relevante en la difusión de información
c) Ninguna de las anteriores
- 26) ¿Cuáles son los riesgos de que los influencers líderes de opinión sean los principales referentes para la formación de opiniones y actitudes?
a) Pueden difundir información falsa o parcializada
b) Pueden influir en las opiniones de manera irresponsable o sin conocimiento suficiente
c) Ninguna de las anteriores
- 27) ¿Consideras que los influencers celebrities proporcionan oportunidades para el desarrollo de habilidades sociales mediante sus redes?
a) Sí
b) No
c) Depende el caso
- 28) ¿Cuál consideras que es el mayor riesgo del seguimiento indiscriminado de los influencers celebrities en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria?
a) La adopción de actitudes críticas y un pensamiento independiente.
b) La exposición a información falsa o distorsionada que puede influir en las opiniones y decisiones.
c) El deterioro de la conciencia social
- 29) ¿Cuál es uno de los efectos positivos que pueden tener los microinfluencers en la formación ciudadana de los estudiantes de secundaria?
a) Inspirar a los estudiantes a involucrarse en proyectos de servicio comunitario.
b) Fomentar el interés en la creación de propuestas que aporten de forma positiva a las problemáticas sociales
c) No tienen ningún impacto positivo en la formación ciudadana.
- 30) ¿Qué estrategias podrían implementar los microinfluencers para promover la formación ciudadana entre los estudiantes de secundaria?
a) Fomentar el pensamiento crítico a través de la creación de espacios de debate.
b) Promover la creación de proyectos que aporten de manera positiva las problemáticas sociales.
c) Fomentar la educación en valores, promoviendo actitudes de respeto por la diversidad.

Anexo 4: Tabla de validación del instrumento

Tabla 1

Resultados del Sistema Estadístico Alfa de Cronbach.

| CRITERIOS | JUEZ | | | | | PROMEDIO | OPINIÓN FINAL |
|-----------------------|------|----|----|----|----|----------|------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | |
| CLARIDAD | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| OBJETIVIDAD | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| ACTUALIDAD | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| ORGANIZACIÓN | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| SUFICIENCIA | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| INTENCIONALIDAD | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| CONSISTENCIA | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| COHERENCIA | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| METODOLOGÍA | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| PERTINENCIA | 80 | 80 | 90 | 90 | 90 | 86 | Excelente |
| PROMEDIO FINAL | | | | | | 86 | Excelente |

Nota: Elaborado por testistas. Matriz de evaluación de jueces

Anexo 5: Tabla de confiabilidad del instrumento**Tabla 2**

Resultados del Sistema Estadístico Alfa de Cronbach.

| | |
|-----------------------------------|--------------|
| Alfa | 0.77 |
| K= Número de ítems | 30 |
| Vi (Varianza de cada ítem) | 12.8 |
| Vt (Varianza total) | 51.03 |

Nota: Elaborado por el grupo investigador. Alfa de Cronbach

● 20% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

| | | |
|---|--|-----|
| 1 | repositorio.monterrico.edu.pe Internet | 2% |
| 2 | repositorio.uwiener.edu.pe Internet | 1% |
| 3 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 4 | duenosdelanoticia.ojo-publico.com Internet | <1% |
| 5 | repositorio.ucv.edu.pe Internet | <1% |
| 6 | rraae.cedia.edu.ec Internet | <1% |
| 7 | issuu.com Internet | <1% |
| 8 | repositorio.uct.edu.pe Internet | <1% |

| | | |
|----|---|-----|
| 9 | 1library.co Internet | <1% |
| 10 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 11 | repositorio.ipnm.edu.pe Internet | <1% |
| 12 | es.scribd.com Internet | <1% |
| 13 | Universidad Cesar Vallejo on 2016-12-09 Submitted works | <1% |
| 14 | Ana G. Méndez University on 2023-05-27 Submitted works | <1% |
| 15 | hdl.handle.net Internet | <1% |
| 16 | Submitted on 1687958114215 Submitted works | <1% |
| 17 | powtoon.com Internet | <1% |
| 18 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 19 | revistas.uclave.org Internet | <1% |
| 20 | Universidad Manuela Beltrán on 2023-12-14 Submitted works | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 21 | University of Surrey on 2023-01-13 Submitted works | <1% |
| 22 | cathi.uacj.mx Internet | <1% |
| 23 | Universidad Cesar Vallejo on 2017-06-03 Submitted works | <1% |
| 24 | Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-11-09 Submitted works | <1% |
| 25 | Submitted on 1686795436270 Submitted works | <1% |
| 26 | UNIV DE LAS AMERICAS on 2022-07-04 Submitted works | <1% |
| 27 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-12-06 Submitted works | <1% |
| 28 | Universidad Javeriana - Académico on 2023-11-20 Submitted works | <1% |
| 29 | espam on 2023-09-06 Submitted works | <1% |
| 30 | Universidad Cesar Vallejo on 2022-11-23 Submitted works | <1% |
| 31 | Universidad Internacional de la Rioja on 2022-05-03 Submitted works | <1% |
| 32 | Universidad Técnica de Machala on 2023-09-30 Submitted works | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 33 | cdn.gob.pe Internet | <1% |
| 34 | researchgate.net Internet | <1% |
| 35 | slideshare.net Internet | <1% |
| 36 | iide.ens.uabc.mx Internet | <1% |
| 37 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 38 | tvd.wiki Internet | <1% |
| 39 | melia.com Internet | <1% |
| 40 | Universidad Cesar Vallejo on 2023-10-22 Submitted works | <1% |
| 41 | uca on 2023-09-08 Submitted works | <1% |
| 42 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2021-12-04 Submitted works | <1% |
| 43 | UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ. "VI CONGRESO INTERN... Crossref | <1% |
| 44 | archive.org Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 45 | repositorio.unjfsc.edu.pe Internet | <1% |
| 46 | repositorio.usil.edu.pe Internet | <1% |
| 47 | coursehero.com Internet | <1% |
| 48 | elpais.com Internet | <1% |
| 49 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 50 | uncedu on 2023-12-03 Submitted works | <1% |
| 51 | repositorio.ug.edu.ec Internet | <1% |
| 52 | Agnija Banerjee. "Digital Comments on News: A Contrastive Study of th... Crossref posted content | <1% |
| 53 | dspace.unach.edu.ec Internet | <1% |
| 54 | eprints.ucm.es Internet | <1% |
| 55 | oracle02.ilo.org Internet | <1% |
| 56 | repository.unad.edu.co Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 57 | vdocumento.com Internet | <1% |
| 58 | scielo.org.bo Internet | <1% |
| 59 | Ana González-Ros. "Social media en emprendimientos femeninos de ... Crossref | <1% |
| 60 | Universidad Tecnologica del Peru on 2018-11-03 Submitted works | <1% |
| 61 | beta.steemit.com Internet | <1% |
| 62 | biblioteca.uteg.edu.ec:8080 Internet | <1% |
| 63 | culturasvisualesglobales.net Internet | <1% |
| 64 | pubdocs.worldbank.org Internet | <1% |
| 65 | repositorio.autonmadeica.edu.pe Internet | <1% |
| 66 | dropbox.com Internet | <1% |
| 67 | dykinson.com Internet | <1% |
| 68 | masvoces.cl Internet | <1% |

| | | |
|----|---|-----|
| 69 | Centro de Formación Técnica CENCO S.A. on 2023-10-21 Submitted works | <1% |
| 70 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2022-11-13 Submitted works | <1% |
| 71 | Universidad Católica de Santa María on 2021-10-14 Submitted works | <1% |
| 72 | Universidad Internacional de la Rioja on 2022-02-03 Submitted works | <1% |
| 73 | Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD on 2023-11-22 Submitted works | <1% |
| 74 | Universidad de Nebrija on 2021-07-17 Submitted works | <1% |
| 75 | apk-dl.com Internet | <1% |
| 76 | docs.google.com Internet | <1% |
| 77 | helpx.adobe.com Internet | <1% |
| 78 | ilifebelt.com Internet | <1% |
| 79 | monterrico on 2023-12-19 Submitted works | <1% |
| 80 | publicaciones.usanpedro.edu.pe Internet | <1% |

| | | |
|----|--|-----|
| 81 | repositorio.uladech.edu.pe Internet | <1% |
| 82 | sociologia.usal.es Internet | <1% |
| 83 | sofiamejiab.wordpress.com Internet | <1% |
| 84 | tesis.ipn.mx Internet | <1% |
| 85 | criptonoticias.com Internet | <1% |
| 86 | lancaster.edu.mx Internet | <1% |
| 87 | loot.co.za Internet | <1% |
| 88 | "Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano ... Crossref | <1% |
| 89 | "Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano ... Crossref | <1% |
| 90 | CEGNE San Antonio de Padua on 2023-12-01 Submitted works | <1% |
| 91 | Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO on 2023-10-01 Submitted works | <1% |
| 92 | Héctor Alberto Luzuriaga Jaramillo, Diego Patricio Hidalgo Cajo, Edwin... Crossref | <1% |

| | | |
|-----|--|-----|
| 93 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-12-01 Submitted works | <1% |
| 94 | UDELAS: Universidad Especializada de las Americas Panama on 2019-... Submitted works | <1% |
| 95 | Universidad Autonoma de Chile on 2023-04-21 Submitted works | <1% |
| 96 | Universidad Cesar Vallejo on 2023-07-12 Submitted works | <1% |
| 97 | Universidad Femenina del Sagrado Corazón on 2021-08-06 Submitted works | <1% |
| 98 | Universidad Internacional de la Rioja on 2013-07-19 Submitted works | <1% |
| 99 | Universidad de Almeria on 2023-05-29 Submitted works | <1% |
| 100 | Universidad de Cantabria on 2023-11-24 Submitted works | <1% |
| 101 | dev3.tec.mx Internet | <1% |
| 102 | osteologia.org.ar Internet | <1% |
| 103 | prezi.com Internet | <1% |
| 104 | pt.scribd.com Internet | <1% |

| | | |
|-----|---|-----|
| 105 | repositorio.bausate.edu.pe Internet | <1% |
| 106 | repositorio.unap.edu.pe Internet | <1% |
| 107 | repositorio.upse.edu.ec Internet | <1% |
| 108 | abebooks.com Internet | <1% |
| 109 | clad.org.ve Internet | <1% |
| 110 | ersac.umn.edu Internet | <1% |
| 111 | fluke.es Internet | <1% |
| 112 | investigarmqr.com Internet | <1% |
| 113 | leocelis.com Internet | <1% |
| 114 | mxbuilder.com Internet | <1% |
| 115 | redalyc.org Internet | <1% |
| 116 | revistacomunicar.com Internet | <1% |

| | | |
|-----|--|-----|
| 117 | scielo.org.co Internet | <1% |
| 118 | theibfr.com Internet | <1% |
| 119 | Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecu... Submitted works | <1% |
| 120 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2019-06-29 Submitted works | <1% |
| 121 | Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-12-02 Submitted works | <1% |
| 122 | Universidad Rey Juan Carlos on 2022-10-10 Submitted works | <1% |
| 123 | Universidad San Francisco de Quito on 2022-11-08 Submitted works | <1% |
| 124 | Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-10-26 Submitted works | <1% |
| 125 | Universidad San Ignacio de Loyola on 2022-07-06 Submitted works | <1% |
| 126 | Universidad Señor de Sipan on 2023-12-06 Submitted works | <1% |
| 127 | Universidad de Las Palmas de Gran Canaria on 2023-06-12 Submitted works | <1% |
| 128 | University of Birmingham on 2021-05-05 Submitted works | <1% |

| | | |
|-----|--|-----|
| 129 | documentop.com Internet | <1% |
| 130 | moam.info Internet | <1% |
| 131 | pesquisa.bvsalud.org Internet | <1% |
| 132 | pirhua.udep.edu.pe Internet | <1% |
| 133 | repositorio.uach.mx Internet | <1% |
| 134 | repositorio.ulasalle.edu.pe Internet | <1% |
| 135 | repositorio.uncp.edu.pe Internet | <1% |
| 136 | revistadigital.uce.edu.ec Internet | <1% |
| 137 | riull.ull.es Internet | <1% |
| 138 | sedici.unlp.edu.ar Internet | <1% |
| 139 | utn on 2023-12-08 Submitted works | <1% |
| 140 | grafiati.com Internet | <1% |

141

ncbi.nlm.nih.gov

Internet

<1%