

Universidad Nacional De Cajamarca

Facultad De Ciencias Sociales

Escuela Académico Profesional de Sociología



Influencia de las Redes sociales virtuales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015

Para optar el Grado Académico de Licenciado en Sociología

Presentado por:

Bach. ELÍAS CRUZ CACHI CHICLOTE

Asesora

DRA. CARMEN CASTILLO DÍAZ

Cajamarca, Perú 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Segundo y Rosa María, por su apoyo, dedicación, esmero y sabios consejos en beneficio de mi formación profesional, por permitirme cumplir mis metas y aspiraciones.

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a mis padres por su apoyo incondicional en todas y cada una de mis metas y objetivos.

A las autoridades de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cajamarca, a los docentes que me apoyaron y brindaron sus conocimientos en este estudio.

A Sor. Margarita Castillo Félix, Directora de la Institución Educativa Emblemática “Santa Teresita” – Cajamarca, por brindarme la posibilidad de llevar a cabo la presente investigación, así como las facilidades brindadas.

A los docentes de la Institución Educativa Emblemática “Santa Teresita” – Cajamarca, por confiar en mí persona y contribuir con la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

A todas y cada una de las estudiantes de la Institución Educativa Emblemática “Santa Teresita” – Cajamarca, ya que sin ellas, ésta investigación no se hubiera llevado a cabo, por su confianza, tiempo; y, sobre todo, por sus conocimientos y actitudes en el procedimiento de la investigación.

A mi equipo de trabajo a quien agradezco infinitamente, quienes me apoyaron y me siguen apoyando; me refiero a:

Melissa Paola Becerra Zelada

Itamar Montesa Rojas

Jorge Luis Chávez Chilón

Jheni Thalís Horna Cotrina

Ketty Zulema Aguinaga Sánchez

Nick Marín Salazar

Yenny Guevara Rucoba

Finalmente agradezco, de manera especial, a la asesora de esta investigación Dra. Carmen Castillo Díaz, por su aporte y orientación.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I	10
EL PROBLEMA Y LA METODOLOGÍA	10
1.1. Planteamiento y delimitación del problema	10
1.2. Formulación del problema	13
1.3. Objetivos	13
1.3.1. General.....	13
1.3.2. Específicos	13
1.4. Hipótesis.....	14
1.4.1. Hipótesis	14
1.5. Operacionalización de la hipótesis en variables e indicadores.....	15
1.6. Metodología.....	19
1.6.1. Diseño de investigación.....	19
1.6.2. Métodos	19
1.6.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
A. La encuesta.....	21
B. La entrevista	21
C. Análisis documental	21
1.6.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.....	21
1.6.5. Universo, Población, Muestra, Unidades de análisis y las unidades de observación	22
A. Población.....	22
B. Muestra	22
C. Unidades de análisis	24
D. Unidades de observación	24
CAPÍTULO II	25
MARCO TEÓRICO	25
2.1. Fundamentos teóricos generales	25
2.1.1. Bases epistemológicas del problema de investigación.....	25
2.2. Fundamentos teóricos específicos referidos a la investigación objeto de estudio	26
2.2.1. Teorías Sociológicas que sustentan el problema de investigación	26
A. La teoría de Grafos (Euler).....	26
B. Teoría de redes.....	27
C. Sociedad red (Manuel Castells)	30
D. Teoría de la Acción comunicativa (Habermas).....	31

E. Teoría de la acción social (Weber).....	34
F. Teoría del intercambio.	38
G. Teoría del Comportamiento Colectivo (Smelser)	38
H. Teoría acerca de la relación entre capital social y logro educativo (Bourdieu y Coleman)	40
I. Teoría Socio-Histórica de Lev Vigotsky (TSH)	41
J. Aprender descubriendo (Jean Piaget)	41
2.2.2. Desarrollo teórico reflexivo de las variables principales del problema de investigación	42
A. Redes Sociales	42
B. Redes sociales virtuales.	44
C. Rendimiento Académico.....	52
3.2.3. Antecedentes de la investigación.....	61
2.3. Marco Conceptual	72
2.3.1. Redes sociales virtuales	72
A. Comunidades	73
B. Grupos.....	73
C. Familia	74
D. Amigos.....	75
E. Seguidos (Following)	76
F. Usuario.....	76
G. Nodo	77
H. Perfil.....	78
I. Página	78
J. Publicaciones	78
K. Mensajes emitidos	80
L. Facebook.....	81
M. Twitter.....	82
2.3.2. Rendimiento académico	84
A. Notas de asignatura	85
B. Participación en clase	85
C. Tardanzas y faltas a clases	86
D. Comportamiento.....	87
2.3.3. Globalización	87

CAPITULO III	90
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	90
3.1. Aspectos generales de las redes sociales.....	90
3.1.1. Tipo de Redes Sociales utilizadas por las estudiantes.....	90
3.1.2. Modalidad de uso de las redes sociales por las estudiantes	92
3.1.3. Condiciones materiales de las redes sociales	93
A. Tiempo y horario de uso de las redes sociales.....	93
B. Medios de acceso	96
C. Lugares de acceso	97
3.1.4. Flujos de información	99
A. Páginas en las redes sociales	99
B. Publicaciones en las redes sociales	101
3.1.5. Interrelaciones sociales.....	106
A. Los amigos de las redes sociales	106
B. Grupos en las redes sociales.....	107
3.2. Situación educativa de las estudiantes de la Institución Educativa Santa Teresita y las redes sociales.....	108
3.2.1. Situación académica.....	108
3.2.2. Calificaciones y redes sociales.....	111
3.2.3. Tardanzas, faltas y redes sociales	112
3.2.4. Redes sociales según categoría de notas.....	114
A. Categoría: Notas muy altas.....	115
B. Categoría: Notas altas (14, 15, 16).....	136
C. Categoría: Notas Regulares (11, 12, 13).....	151
D. Categoría: Notas bajas (09-10)	168
3.2.5. Redes sociales y participación en clase.....	180
3.2.6. Análisis comparativo del contenido de las redes sociales según categoría de notas	182
3.3. Redes sociales, docentes y estudiantes	185
CONCLUSIONES	193
SUGERENCIAS	197
APÉNDICE	200
LISTA DE REFERENCIAS	207

INTRODUCCIÓN

Para algunos especialistas en internet como Monseriu (2013), las redes sociales son beneficiosas y a la vez peligrosas. Tienen un uso maravilloso, pero son herramientas muy potentes, que a veces se emplea irracionalmente, o quizás con poco conocimiento, poniendo a la persona en situación de peligro. El problema es que aunque todos crean conocer sobre las redes sociales, el hecho es que no es así, es bastante nuevo, y que la mayoría de gente no conoce el fenómeno en sus conjunto. La pregunta es ¿las redes son herramientas que ayudan a las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita” a mejorar su rendimiento académico o no?, ¿A qué tipo de información se accede en las redes sociales para que las estudiantes puedan utilizarlas en el desarrollo de sus clases? ¿Son las redes sociales, simplemente una forma de entretenimiento y de interacción entre personas y no tienen realce en lo académico? ¿O sirven las redes sociales como canal de interacción o plataforma de información académica entre estudiantes? Finalmente ¿Tienen influencia las redes sociales en las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita” en torno a sus rendimientos académicos diferenciados?

Para poder resolver estas dudas se han planteado una hipótesis. En primer lugar, se considera que las Redes Sociales Virtuales Facebook y Twitter, son buscadores de información, fuente de noticias y hechos que suceden a nivel local, nacional e internacional e influyen de manera positiva en el rendimiento académico de las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita”, ya que facilitan el intercambio y ampliación de conocimientos con otras personas en temas de interés educativo, económico, político y social, que son utilizados en el desarrollo de sus clases. Y en segundo lugar, las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita”, hacen un mal uso de las Redes Sociales Virtuales Facebook y Twitter, ya que se intercambia información irrelevante para su formación,

constituyéndose en un distractor de tiempo para sus labores académicas, lo cual influye de manera negativa en su rendimiento académico.

Para contrastar esta hipótesis se ha realizado 309 encuestas a estudiantes y 14 entrevistas a docentes, se ha realizado análisis documental, registro de notas, tardanzas y faltas; cuyo objetivo fue recoger la mayor cantidad de información útil para describir y analizar la influencia de las Redes Sociales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico.

Esta investigación consta de tres capítulos muy importantes, los cuales son:

Capítulo I: Problema y la Metodología de investigación. Aquí se muestra las estadísticas de las redes sociales virtuales, su avance y alcance en la población, así por ejemplo la red social virtual Facebook nace en el 2004 con un millón de usuarios, para el 2009 contaba con 350 millones y en 2015 con 1.49 billones de usuarios cada mes. El alcance a la población también es sorprendente porque solo le tomó 9 meses para alcanzar 100 millones de miembros, a comparación que a la televisión le 13 años alcanzar 50 millones de usuarios.

Capítulo II: Marco Teórico que da sustento a la investigación, Aquí están presentes las Bases epistemológicas, así como aquellas teorías sociológicas que sustentan el problema de investigación; esto hace referencia a la Teoría de Grafos, Teoría de redes, Teoría sociedad Red, Teoría de la Acción Comunicativa, Teoría de la Acción Social, Teoría del Intercambio, Teoría del Comportamiento Colectivo, Teoría acerca de la relación entre capital y logro educativo, y Teoría Aprender Descubriendo.

Capítulo III: Resultados y Discusión. Aquí se presenta los porcentajes de redes sociales usadas, el tipo de usos, las condiciones materiales, los flujos de información y las interrelaciones sociales; seguidamente se presenta la situación educativa de las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita” y las redes sociales; posteriormente se analiza la influencia de las redes sociales en el rendimiento académico, para la cual se ha agrupado en cuatro categorías, según calificaciones. La primera categoría corresponde a las notas muy altas, la segunda categoría a notas altas, la tercera categoría a notas regulares y la cuarta categorías a notas bajas.

La finalidad de esta investigación es comprobar si los contenidos a los que acceden las estudiantes en las redes sociales virtuales influyen de manera positiva en la vida académica de las estudiantes, si las redes sociales virtuales son una herramienta, una plataforma, un espacio que contribuye al mejoramiento del rendimiento académico, o es que las redes sociales virtuales no tiene influencia alguna, o en todo caso, si las redes sociales virtuales son distractores e influye de manera negativa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA Y LA METODOLOGÍA

1.1. Planteamiento y delimitación del problema

En un debate realizado en 1977 sobre el análisis estructural de las redes sociales, Barry Willman, menciona que el análisis estructural o de redes ha desconcentrado a muchos científicos sociales. Según él, algunos lo han desestimado por ser una mera metodología que carece de méritos suficientes para tratar cuestiones sustantivas, otros han incidido al uso de términos y técnicas, o han desechado una parte del todo, por ejemplo, que sus estudios acerca de la estructura de clases no requiere concentrarse en lazos de amistad subrayados por el análisis de redes y otros han desdeñado que no tiene nada de novedoso. Para Willman (1997), estas y otras concepciones no son más que pseudo-concepciones.

Por otro lado, las Redes Sociales Virtuales o de internet, son para Monseriu (2013) - especialista en internet – páginas web donde la gente crea un perfil y a partir de ese perfil, agrega el perfil de sus amigos, pero también el perfil de gente nueva (se conoce por medio de la red social) y a partir de allí, con esta gente que tiene agregada, se puede intercambiar mensajes, como de correo electrónico (internos); pueden chatear, pueden compartir fotos, videos, música, pero también se puede escribir books, de allí es que las redes sociales aglutinan todas las herramientas de internet que anteriormente se tenían, pero por separado.

La especialista en internet manifiesta que las redes sociales son beneficiosas y a la vez peligrosas. Tienen un uso maravilloso, pero no dejan de ser una herramienta potente, que a veces se empleada irracionalmente, o quizás con poco desconocimiento, poniendo a la persona en situación de peligro.

Teniendo en cuenta las estadísticas de las redes sociales virtuales, García-Hoz (2013), manifiesta que la primera red social en aparecer en el mundo data de 1995, su nombre es “Classmates.com”. Facebook nace en el 2004 con un millón de usuarios, para el 2009 contaba con 350 millones y en los últimos años la tendencia va en aumento. Facebook es el 6° sitio web más visitado del mundo con 1.49 billones de usuarios cada mes según registro de julio de 2015 (Zuckerberg, 2015). El tiempo que le dedican a Twitter es de 69 minutos y a Facebook de 55 minutos diarios, el número de usuarios de Facebook en España ha crecido un 999%, llegando de esta manera a casi 8 millones de usuarios (García-Hoz, 2013). No solo es sorprendente su incremento, sino también los años en los que han alcanzado aceptación en la población, por ejemplo a la radio le tomó 38 años alcanzar 50 millones de usuarios, a la televisión 13 años, al internet tan solo 3 años, sin embargo Facebook alcanzó más de 100 millones de miembros en 9 meses (Arvizu., 2013).

Por otro lado, la situación educativa en Perú muestra que “el bajo rendimiento académico de estudiantes de nivel secundario es una preocupación compartida por los encargados de diseñar políticas educativas, investigadores, maestros y padres de familia. Así por ejemplo, nuestro país ha venido ocupando los últimos lugares en pruebas internacionales de rendimiento académico como la prueba PISA” (Santos, 2010).

Para el año 2013, indica que el promedio de años de estudio alcanzado por la población de 15 años a más de edad, fue de 10,1 años de estudio. En Cajamarca fue 8,3 años en promedio. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2014). El 9,3 % de la población Cajamarquina de 15 años a más de edad se encuentra en situación de

Sin Nivel/Inicial, un 40, 7% con nivel primaria, un 32% en secundaria; y, el 18% restante se ubica en el nivel superior. (INEI 2014, pág. 109).

En relación al Ejercicio Educativo en educación secundaria, el INEI (2014, p. 119), tomando como fuente al Ministerio de Educación – Censo Escolar, muestra para Cajamarca los *Resultados del Ejercicio Educativo en Educación Secundaria por tipo de Gestión, área Urbano – Rural y Sexo, según grado, 2013*, en la cual se muestra que de 134 079 alumnos, 111 861 fueron aprobados, 16 128 fueron desaprobados y 6 090 fueron retirados. Del total de alumnos, 114 184 pertenecen a la gestión pública, y de ellos, 94 872 fueron aprobados, 14 185 fueron desaprobados y 5 127 retirados. En la gestión privada, de los que suman un total de 19 895; 16 989 fueron aprobados, 1 943 desaprobados y 963 retirados. En torno al tipo de área, de los 70 922 del área urbana, 58 937 fueron aprobados, 9 552 desaprobados y 2 433 retirados. De los 63 157 del área rural, 52 924 fueron aprobados, 6 576 desaprobados y 3 657 retirados. Los hombres que hacen un total de 71 690, muestra que, 58 733 de ellos fueron aprobados, 9 801 desaprobados y 3 156 retirados. De las 62 389 que suman las mujeres, 53 128 fueron aprobadas, 6 327 desaprobadas y 2 934 retiradas.

La situación de la I.E. Emblemática Santa Teresita – Cajamarca (aproximadamente 1300 Estudiantes), muestra que en el año 2014 las notas de mayor puntaje (16 y 17) son en Persona, Familia y Relaciones Humanas; Educación Física y Educación Religiosa con nota promedio de 16. Mientras que las áreas Matemática y Comunicación (Primero a Quinto), muestra nota promedio de 13 (UGEL - Cajamarca, 2014)

El problema entonces es, por más que se crea que todo el mundo conoce sobre las redes sociales, el hecho es que no es así. Según Monseriu (2013) es un fenómeno

bastante nuevo y que la mayoría de gente – incluso los que están en alguna red social – no conoce el fenómeno en su conjunto. En ese sentido, se menciona que existe un vacío desconocido por saber cómo las redes sociales virtuales - por ejemplo Facebook que actualmente cuenta con más de 1.49 billones de usuarios activos en todo el mundo - influyen en el rendimiento académico de la población educativa cajamarquina de nivel secundario, especialmente en las estudiantes de la I.E. Emblemática “Santa Teresita”

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el contenido de las Redes Sociales virtuales: Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Conocer cómo influye el contenido de las Redes Sociales virtuales: Facebook y Twitter, en el Rendimiento Académico de las estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015.

1.3.2. Específicos

- a) Identificar las condiciones materiales de las redes sociales virtuales Facebook y Twitter de las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita, Cajamarca 2015.
- b) Identificar y analizar las interrelaciones sociales entre amigos y grupos sociales.

- c) Analizar el contenido de las publicaciones y mensajes que se emiten por las Redes Sociales Virtuales
- d) Determinar si el tipo de publicaciones (Humor, Frases, Eventos o hechos sociales, Vida privada, Educación, Citas textuales, Noticias, Tecnología y novedad, Salud; Realidad local, nacional, internacional; Política) y mensajes, favorecen al rendimiento académico de las estudiantes.
- a) Relacionar el uso de las redes sociales virtuales con el Rendimiento Académico y la participación en clase.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis

El contenido de las Redes Sociales Virtuales Facebook y Twitter, actúan como buscadores de información, fuente de noticias y hechos que suceden a nivel local, nacional e internacional, como herramientas de intercambio y difusión de información; influyen de manera positiva en las estudiantes que tienen los rendimientos académicos “muy altos” y “altos”, ya que facilitan el intercambio y ampliación de conocimientos con otras personas en temas de interés educativo, económico, político y social, que son utilizados en el desarrollo de sus clases; y, para las estudiantes que tienen rendimientos académicos “regular” y “bajo” las redes sociales virtuales Facebook y Twitter constituyen un distractor de tiempo para las labores académicas, lo cual influye de manera negativa en su rendimiento académico ya que se intercambia información irrelevante para su formación, por el mal uso de ésta redes sociales virtuales.

1.5. Operacionalización de la hipótesis en variables e indicadores

Definición operacional de las variables/categorías							
Hipótesis 1	Variables	Definición conceptual de las variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Instrumento de recolección de datos
Las Redes Sociales Virtuales Facebook y Twitter, como buscadores de información, fuente de noticias y hechos que suceden a nivel local, nacional e internacional influyen de manera positiva en las estudiantes que tienen los rendimientos académicos “muy altos” y “altos”, ya que facilitan el intercambio y ampliación de conocimientos con otras personas en temas de interés educativo, económico, político y social, que son utilizados en el desarrollo de sus clases; y,	Redes Sociales Virtuales	Las Redes Sociales virtuales son páginas web donde la gente crea un perfil, concebidas con el propósito de interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, videos y elementos multimedia de todo tipo. Constituyendo un auténtico fenómeno de masas	Condiciones materiales	Promedio en minutos/día dedicados a las redes sociales	0-30 min/día 30-60 min/día 60-120 min/día 120 a más	Estudiantes	Encuesta
				hora de acceso más frecuentado	Todos los días 2-3 veces por semana 1 vez a la semana 2-3 veces al mes	Estudiantes	Encuesta
				Lugares más recurrentes	Casa Lugares con Wifi biblioteca centro educativo casa de amigo Casa de familiares En cualquier lugar Otros	Estudiantes	Encuesta, ficha de observación
				equipos más frecuentes	Celular Laptop Computadora de escritorio Tablet Otros	Estudiantes	Encuesta, ficha de observación
			Flujos de Información	Promedio de páginas por estudiante	Promedio de páginas por estudiante	Redes Sociales/Estudiantes	formato de recojo de registro
				Tipo de páginas más frecuentes	Entretenimiento Educativas Medio de comunicación Personajes Organizacionales Empresariales	Redes Sociales/Estudiantes	formato de recojo de registro

Hipótesis 1	VARIABLES	Definición conceptual de las variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Instrumento de recolección de datos
<p>para las estudiantes que tienen rendimientos académicos “regular” y “bajo” las redes sociales virtuales Facebook y Twitter constituyen un distractor de tiempo para las labores académicas, lo cual influye de manera negativa en su rendimiento académico ya que se intercambia información irrelevante para su formación, por el mal uso de éstas redes sociales virtuales.</p>				Publicaciones más frecuentes.	Humor Frases Eventos o hechos sociales Vida privada Educación Citas textuales Noticias Tecnología y novedad Salud Realidad local, nacional, internacional Política Otros	Estudiantes	Encuesta
				Frecuencia al tipo de publicaciones a los que hacen más comentarios	Humor Frases Eventos o hechos sociales Vida privada Educación Citas textuales Noticias Tecnología y novedad Salud Realidad local, nacional, internacional Política Otros	Estudiantes	Encuesta
				Frecuencia del tipo de mensajes entre personas	Humor Frases Eventos o hechos sociales Vida privada Educación Citas textuales Noticias Tecnología y novedad	Estudiantes	Encuesta

Hipótesis 1	Variables	Definición conceptual de las variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Instrumento de recolección de datos
					Salud Realidad local, nacional, internacional Política Otros		
				Porcentaje de Estudiantes que usan información relevante para el desarrollo de sus clases.	Estudiantes que usan información relevante para el desarrollo de sus clases	Estudiantes/Docentes	Encuesta/ Entrevista
				Porcentaje de Estudiantes que intercambia información entre compañeros.	Estudiantes que intercambia información entre compañeros	Estudiantes	Encuesta
			Interrelaciones sociales	Promedio de Grupos	0-3 grupos 4-7 grupos 8-11 grupos 12-15 grupos 16-19 grupos 20-23 grupos 24 a más grupos	Redes Sociales/Estudiantes	Encuesta/formato de recojo de registro
				Tipo de grupos	Amistad Estudios Entretenimiento Intercambio de información Seguidores o fans	Redes Sociales/Estudiantes	Encuesta/formato de recojo de registro
				Grupos más frecuentados	Amistad Estudios Entretenimiento Intercambio de información Seguidores o fans	Estudiantes	Encuesta
				Promedio de amigos y seguidores	0-100 101-200 201-300 301-400 401-500 501-600 600 a más	Redes Sociales/Estudiantes	Encuesta/Ficha de recojo de información

Hipótesis 1	Variables	Definición conceptual de las variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Fuente	Instrumento de recolección de datos
				Promedio de amigos que ayudan en el rendimiento académico	Amigos o seguidores en las redes sociales Facebook o Twitter que le ayudan a las estudiantes en sus tareas o actividades del colegio	Estudiantes	Encuesta
	Rendimiento Académico	Es el producto de la asimilación del contenido de los programas de estudio, expresado en calificaciones dentro de una escala convencional” Resultado cuantitativo que se obtiene del proceso de aprendizaje - la capacidad del alumno por responder al proceso educativo de acuerdo a las evaluaciones que realizan los docentes mediante las pruebas objetivas y demás actividades complementarias .	Notas de Asignatura	Promedio de Notas	Notas muy altas Notas altas Notas regulares Notas bajas	Registro de notas	Formato de registro
Participación en Clase			Estudiantes más frecuentes.	Frecuencia de estudiantes que más participan en clase Tipo de estudiante según promedio de notas	Docente	Entrevista/Ficha de recojo de información	
Tardanzas			Estudiantes más frecuentes.	Frecuencia de estudiantes que tienen más tardanzas Tipo de estudiante según promedio de notas	Registro de asistencia	Formato de Registro	
Faltas a Clases			Estudiantes más frecuentes.	Frecuencia de estudiantes que tienen más faltas a clase Tipo de estudiante según promedio de notas	Registro de asistencia	Formato de Registro	

1.6. Metodología

1.6.1. Diseño de investigación

NO EXPERIMENTAL. Implica la observación del hecho en su condición natural sin intervención del investigador.

Tipo: DESCRIPTIVA – EXPLICATIVA. La investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Sampieri, 2010, pág. 85)

La investigación Explicativa según Sampieri (2010) está dirigida a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.

1.6.2. Métodos

La investigación tendrá como métodos el Análisis-Síntesis y el método Deductivo-Inductivo.

Análisis-Síntesis: “El análisis de una operación intelectual que separa las partes que componen un todo y la síntesis reúne las partes del todo y las convierte de nuevo en una unidad” (Morales Modenesi, 2013), es decir ésta investigación permite conocer mejor la realidad de las redes sociales virtuales y su influencia en el rendimiento académico a las que nos enfrentamos, describiendo cada variable que la componen, descubriendo relaciones entre sus componentes y variables, construyendo nuevos conocimientos a partir de otros que ya existen.

Este método de análisis y síntesis es utilizado por el método científico para construir nuevos conocimientos y teorías. Como todo conocimiento científico es la síntesis de muchos otros conocimientos anteriores, en esta investigación existen conocimientos que previamente han sido analizados para luego poder incorporarlos en un nuevo todo que constituirá el nuevo conocimiento.

Por otro lado, se utiliza el método **Inductivo-Deductivo**. **Inductivo** porque reúne observaciones particulares acerca de las redes sociales y el rendimiento académico en forma de premisas y se registran los hechos, luego se hace un análisis y clasificación de esos hechos. Del resultado que se tengan y del razonamiento a partir de estas premisas particulares se plantea una conclusión general. En otras palabras se usa el método Inductivo porque se precisan cuatro fases: *La observación*, en la que se procura la atención cuidadosa del hecho con la finalidad de conocerlo, para luego determinar la relación entre los hechos. La *Hipótesis*; que consiste en enunciados que ponen en relación en este caso dos variables - Redes Sociales Virtuales y Rendimiento Académico - que sirven de guía en el proceso de recogida de datos con el fin de comprobar y analizar lo que se postula en ellas. La *Verificación de la hipótesis*, consiste en el trabajo de campo llevado a cabo para verificar si la hipótesis es verdadera; y, la *Generalización*, que de lograrse la comprobación de la hipótesis se obtiene la teoría. Y es **Deductivo** porque en el desarrollo de la investigación se parte de teorías sociológicas y educativas para explicar el problema de investigación.

1.6.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se emplearán en esta investigación serán la encuesta, entrevista y el análisis documental. Para cada una de ellas se elaborarán los instrumentos respectivos.

A. La encuesta

Se aplicará a 309 Estudiantes. La encuesta tendrá como objetivo recoger la mayor cantidad de información útil de parte de las estudiantes, para describir y analizar la influencia de las Redes Sociales Facebook y Twitter en su Rendimiento Académico.

B. La entrevista

Se realizará a 14 profesores que tienen a cargo las asignaturas en los grados y secciones que han sido escogidos como la muestra de la investigación.

C. Análisis documental

Se realizará el análisis de las notas de asignaturas de las estudiantes seleccionadas en la muestra.

1.6.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Uso de software SPSS versión 22 para el procesamiento de las encuestas, y uso de Software Excel 2014, para el procesamiento de datos en general.

1.6.5. Población, Muestra, Unidades de análisis y las unidades de observación

A. Población

1353 estudiantes de nivel secundario de la I.E. Emblemática Santa Teresita-Cajamarca – 2015

Tabla 1: Población estudiantil de la I.E. Emblemática Santa Teresita-Cajamarca – 2015

Grado Sección	1°		2°		3°		4°		5°		Total	%
	N°	%										
A	34	21.0	31	19.1	35	21.6	32	19.8	30	18.5	162	12.0
B	33	20.2	32	19.6	34	20.9	32	19.6	32	19.6	163	12.0
C	34	21.1	32	19.9	34	21.1	31	19.3	30	18.6	161	11.9
D	33	20.6	31	19.4	35	21.9	30	18.8	31	19.4	160	11.8
E	33	20.5	31	19.3	34	21.1	32	19.9	31	19.3	161	11.9
F	33	20.9	32	20.3	33	20.9	31	19.6	29	18.4	158	11.7
G	33	20.4	32	19.8	35	21.6	32	19.8	30	18.5	162	12.0
H	33	20.6	32	20.0	33	20.6	33	20.6	29	18.1	160	11.8
I	34	51.5	32	48.5		0.0		0.0		0.0	66	4.9
Total	300	22.2	285	21.1	273	20.2	253	18.7	242	17.9	1353	100.0

Fuente: I.E. Emblemática Santa Teresita (2015)

Elaboración Propia

B. Muestra

PARA POBLACIÓN FINITA: Tomado de:

Sierra Bravo (1988). Técnicas de Investigación Social, Madrid: Ed. Paraninfo.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza al 95.45% equivalente a 2

p = Proporción de alumnos (por ej. que utilizan técnicas de estudio) equivalente a 0.5

q = Proporción de alumnos (por ej. que no utilizan técnicas de estudio) equivalente a 0.5

N = Población

E2 = Margen de error al 5% equivalente a 0.05

En esta investigación los valores son:

$$Z = 2^2 = 4 \quad p = 0.5 \quad q = 0.5 \quad N = 1353 \quad E = 0.05^2 = 0.0025$$

Entonces el tamaño es obtenido de la siguiente manera:

$$n = \frac{4 * 0.5 * 0.5 * 1353}{0.0025(1353 - 1) + 4 * 0.5 * 0.5} = 309$$

Para la muestra se ha considerado la elección aleatoria mediante el sorteo de 2 secciones de los 5 grados académicos, de esta manera lograr la representatividad de la población. La Tabla 2 muestra la distribución de la muestra.

Tabla 2: Muestra estudiantil de la I.E. Emblemática Santa Teresita-Cajamarca – 2015

Grados	1°	2°	3°	4°	5°	Total
Sección	N°	N°	N°	N°	N°	
A	-	-	-	-	30	30
B	33	-	-	-	-	33
C	-	-	-	31	-	31
D	-	31	-	30	-	61
E	33	-	-	-	-	33
F	-	-	33	-	-	33
G	-	32	-	-	30	62
H	-	-	33	-	-	33
I	-	-	-	-	-	0
Sub Total	66	63	66	61	60	316

Nota: La muestra es de 309 estudiantes, sin embargo la Tabla 2 muestra 316 estudiantes porque existe la probabilidad de que alguna de ellas falte o llegue tarde el día de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos; de no ser el caso, se descartarán aleatoriamente y no formarán parte de la muestra.

Fuente: I.E. Emblemática Santa Teresita (2015)

Elaboración Propia

C. Unidades de análisis

Alumnas de la I.E. Emblemática Santa Teresita

D. Unidades de observación

Docentes de la I.E. Emblemática Santa Teresita

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentos teóricos generales

2.1.1. Bases epistemológicas del problema de investigación

Paradigma cuantitativo: El enfoque cuantitativo buscará la medición de los fenómenos sociales, en particular, la medición individual de las propiedades que se dan en esos objetos, mediante las llamadas variables, de tal modo que sea posible la utilización de las técnicas estadísticas del caso. (Briones, 1996)

Guillermo Briones (1996) manifiesta, en su obra *epistemología en las Ciencias Sociales* (pág. 115) que en el campo de la investigación cuantitativa existe un gran número de marcos conceptuales, “marcos teóricos” y “marcos de antecedentes, que son conceptualizaciones construidas, no siempre, sobre una o dos hipótesis centrales, pero cuyos elementos no están relacionados en forma lógica, en sentido estricto; además Briones (1996) menciona:

“El enfoque cuantitativo buscará la medición de los fenómenos sociales, en particular, la medición individual de las propiedades que se dan en esos objetos, mediante las llamadas variables, de tal modo que sea posible la utilización de las técnicas estadísticas del caso” (pág. 14).

Es por ello que esta investigación se centra en el enfoque cuantitativo, cuyas variables de investigación son: variable independiente: Redes Sociales (Facebook y Twitter); Variable dependiente: Rendimiento académico; Variable interviniente: Estudiantes del Colegio Santa Teresita Cajamarca – 2015.

El racionalismo crítico

Las teorías, para Popper, según Briones (1996), son sistemas deductivos. Cuando una proposición específica que se refiere a un fenómeno por explicar se deduce lógicamente de otras generales que constituyen una teoría, se dice que esa proposición - el fenómeno - ha sido explicada por la teoría (pág. 51).

Para Popper todas las teorías son meras hipótesis; todas pueden ser rechazadas en un cierto momento, al ser contrastadas con la realidad. Esta afirmación no quiere decir, sin embargo, que haya que abandonar la búsqueda de la verdad. En el hecho, menciona Popper, la verdad es una idea reguladora que guía nuestras investigaciones. En tal proceso se procede a la contratación de las teorías para encontrar la verdad y eliminar la falsedad. Que no podamos dar razones suficientes de nuestras conjeturas no significa que con algunas de ellas no nos hayamos acercado a la realidad (Briones, 1996, pág. 51).

2.2. Fundamentos teóricos específicos referidos a la investigación objeto de estudio

2.2.1. Teorías Sociológicas que sustentan el problema de investigación

A. La teoría de Grafos (Euler)

Lo que Euler (1736) logró probar es que “nodos con un número impar de vínculos deben ser o el comienzo o el final del camino”, ya que, la existencia de los caminos son una propiedad del grafo (y no de sus unidades). De allí se desprende que los “grafos o redes tienen propiedades, escondidas en su

construcción, que limitan o aumentan nuestra habilidad de hacer cosas con ellos” (pág. 37).

Los **nodos** de la red son personas y las conexiones surgen de algún tipo de interacción entre dichas personas. Hay personas con muy pocas conexiones pero también personas con muchísimas más conexiones de lo esperado. Como consecuencia es posible identificar en la red lo que se conoce como “hubs”, nodos muy conectados de especial relevancia en los procesos que puedan ocurrir en la red, como por ejemplo, cualquier proceso de transmisión de información (Buldú, 2011).

B. Teoría de redes

Para Carlos Lozares, en su obra *La Teoría de Redes Sociales* menciona que la teoría de campos de Kur Lewin (1925), puso de relieve el hecho de que la percepción y el comportamiento de los individuos y la misma estructura del grupo al que pertenece se inscriben en un espacio social formado por el grupo y su entorno formando un campo de *relaciones*. Estas relaciones del campo social, que son una necesidad (Requema, 1994) pueden ser analizadas formalmente por procedimientos matemáticos. Barnes y Harary (1983), aportan en este sentido, argumentando que son los conceptos-forma los medios útiles para organizar las relaciones, que los teoremas también han de ser aplicables a estos conceptos, ya que, los teoremas no son más que los lazos lógicos entre conceptos formales y que de esta manera, se pueden revelar sus implicaciones en el mundo real que de otra manera no se

hubieran percibido o utilizados por el que ha diseñado el modelo. (Barnes y Harary, 1983: 239. - Referencia en Scott 33-38).

Ritzer, (1997) en su obra *Teoría Sociológica Contemporánea* afirma que un aspecto distintivo de la teoría de redes es que analiza una amplia variedad de estructuras micro y macro. Es decir, los actores pueden ser personas, pero también pueden ser grupos, corporaciones y sociedades. “Los vínculos pueden establecerse en el nivel socioestructural macro, así como en los niveles más microscópicos” (Ritzer, 1997, págs. 447-451). White (2009) afirma que las redes permiten *el análisis micro, meso y macro de la vida social*.

Ritzer distingue 6 principios de la teoría de las redes sociales. Primero, los vínculos entre los actores suelen ser simétricos tanto en lo que respecta al contenido como a la intensidad (pág. 449). Los actores se proporcionan mutuamente diversas cosas y lo hacen con mayor o menor grado de intensidad. Segundo, los vínculos entre los individuos se deben analizar dentro del contexto de la estructura de las grandes redes. Tercero, la estructuración de los vínculos sociales conduce a una diversidad de tipos de redes no aleatorias. Por un lado, las redes son transitivas: si existe un vínculo entre A y B, y entre B y C, es probable que A y C estén vinculados; lo más probable es que exista una red que implique a A, B y C. Por otro lado, existen limitaciones a la cantidad de vínculos que pueden existir y su grado de intensidad. Lo más probable es que se desarrollen conglomerados de redes con distintas fronteras que los separan. Cuarto, la existencia de conglomerados conduce al hecho de que puedan existir vínculos cruzados

entre los conglomerados y entre los individuos. Quinto, pueden existir vínculos asimétricos entre los elementos de un sistema, resultado de lo cual los recursos escasos están diferentemente distribuidos. Sexto, la distribución desigual de los recursos escasos conduce tanto a la colaboración como a la competencia. Algunos grupos se unen para adquirir recursos escasos conjuntamente, mientras otros compiten y entran en conflicto. Rosenthal et al., (1985), citado por Ritzer (1997) manifiesta que estas ideas confieren a la teoría de redes una naturaleza dinámica ya que la estructura del sistema cambia conforme a las pautas cambiantes de la coalición y el conflicto.

Mizruchi (1990) cree que la semejanza entre las conductas no solo se debe a la cohesión, sino también a lo que él llama equivalencia estructural: “Los actores estructuralmente equivalentes tienen relaciones idénticas con otros actores en la estructura social”, aun cuando no exista comunicación entre ellas, se comportan del mismo modo porque mantienen una relación idéntica con otra entidad de la estructura social; la equivalencia estructural implica una red de relaciones sociales.

Según Lozares (s.f), La Teoría de las Redes Sociales ha abierto y conseguido nuevos marcos de referencia en la teoría sociológica o la reinsertión en ella en teorías existentes, así se invocan influencias mutuas de otras teorías: La teoría del intercambio; el enfoque "transaccionista" y las teorías de la elección racional. No hay duda de que los análisis de Redes implican una orientación teórica particular sobre la manera de entender la estructura del mundo social vinculada a las teorías estructurales de la acción

aunque no es evidente para todos que constituya aún una teoría sustantiva.
(pág. 4)

C. Sociedad red (Manuel Castells)

Manuel Castells manifiesta en su obra: *Sociedad red: una perspectiva global (2004)*, que la sociedad red “es aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de la información y de la comunicación basadas en la microelectrónica” (Castells, 2004, pág. 27). Además, manifiesta que una red es “un conjunto de nodos interconectados; un nodo es un punto de intersección de una curva, una red no posee ningún centro, solo nodos. Los nodos pueden tener mayor o menor relevancia de la red”. Resalta que la importancia relativa de un nodo no proviene de sus características especiales, sino de su capacidad para contribuir a los objetivos de la red; por lo tanto la red es la unidad, no el nodo.

En la actualidad, “lo específico en el mundo es la extensión y el aumento del cuerpo y la mente de los sujetos humanos en redes alimentadas por la tecnología de la comunicación, basadas en la microelectrónica y que operan mediante software” (Castells, 2004), en donde las características específicas que posee este nuevo sistema de información y comunicación son: La capacidad de auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente; y su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalización (Castells, 2004, pág. 34).

D. Teoría de la Acción comunicativa (Habermas)

Habermas (1984) entiende paradigmáticamente el significado de una palabra o una oración. Parte de que no existe algo así como intenciones puras o previas del hablante; el sentido tiene o encuentra siempre una expresión simbólica para poder ser expresadas o manifestadas. Estas manifestaciones pueden ser elementos de un lenguaje natural, o un derivado lingüístico; pero también puede adoptar la forma de acción o expresión del cuerpo. “Todo lo que puede decirse, puede ser también expresado en términos extralingüísticos” (Habermas, 1984, pág. 20).

Solo al comportamiento orientado por reglas es lo que se le llama acción. (pág. 21). En ese sentido el comportamiento puede ser observado, en cambio la acción entendida y se interpretan por referencia a un contexto. La acción debe estar orientada al entendimiento en la cual los sujetos coordinan su plan de acción sobre la base de acuerdos motivados racionalmente a partir la aceptación de pretensiones (First, 2013).

En ese sentido los comportamientos en las redes sociales son consideradas como acciones, ya que este tipo de comportamiento está regulado por reglas sociales, por ejemplo, las que regulan el tiempo de uso y el tipo de relaciones que se mantienen entre sí, ya que no es lo mismo que el comportamiento de una hormiga y que, este tipo de comportamiento simplemente puede ser observable, pero no comprendida, como en el caso de las redes sociales, que vienen a ser acciones humanas, por ende, entendidas.

Habermas, afirma que todo aquel que domine un lenguaje natural puede en virtud de su competencia comunicativa comprender en principio, y hacer comprender al otro, es decir, interpretar, cualquier expresión con tal que tenga sentido. (pág. 23). Lev Vigotsky - en (Restrepo, 1996) - plantea una relación entre pensamiento, lenguaje y aprendizaje, al poner énfasis en el factor sociocultural como determinante de los significados del lenguaje y la influencia recíproca del lenguaje y el pensamiento.

Habermas entiende la acción comunicativa como: "... una interacción simbólicamente mediana. Se orienta por normas obligatorias que definen expectativas recíprocas de comportamiento y que tienen que ser entendidas y reconocidas al menos por dos sujetos agentes" (Habermas, 1984, pág. 27).

La acción comunicativa es interacción y que presupone ingenuamente la validez de las emisiones o manifestaciones, para intercambiar información. La acción comunicativa se efectúa en juegos del lenguaje convertidos en hábitos y normativamente asegurados, en que las emisiones o manifestaciones de todas tres categorías (oraciones, expresiones ligadas al cuerpo, acciones) no solo se forman conforme a reglas, sino que también pueden coordinarse entre sí, conforme a reglas de complementación y sustitución. En cambio los discursos exigen una virtualización de las pretensiones de validez, que habría que conducir a que dejemos en suspenso la cuestión de la existencia de la acción comunicativa, es decir, de cosas y sucesos, de personas y manifestaciones. (Habermas, 1984, pág. 109). En la acción comunicativa, Habermas, según Jokisch (2000) "...locutor y escucha se refieren, simultáneamente, desde la perspectiva del mundo de vida

preinterpretado, a algo en el mundo objetivo, social y subjetivo, para negociar definiciones conjuntas de las situaciones en caso.” Con ello, se trata de una “...interacción de por lo menos dos sujetos capaces de acción y habla, los cuales forman una relación interpersonal.”

Tomando el ejemplo de Habermas, se puede decir que si se trata a las personas como sujetos y no como objetos, que incluso se puede manipular, se entienda entonces que las personas suponen capacidad de responder de sus actos. Solo en el plano de la intersubjetividad, se puede entrar en una interacción con él, es decir, si se presuponen que al preguntarle, él podría dar razón de sus acciones, podrá decir por qué él ha actuado así, pero también nosotros podremos dar cuenta de nuestra acción si otro sujeto nos preguntara. Es así que se distinguen 4 actos del habla (Jokisch, 2000).

Actos del habla	exigencia de validez	orientaciones de las acciones
Perlocutiva	Efectividad	hacia el éxito
constativa	Verdad	hacia la comunicación comprensible
regulativa	Corrección	hacia la comunicación comprensible
expresiva	Veracidad	hacia la comunicación comprensible.

La teoría de la acción cotidiana se ocupa de la práctica cotidiana de los contextos o regiones del mundo de la vida, es decir, la teoría de la acción comunicativa es una explicación del mundo de la vida, en la que se encuentran, la subjetividad – modo y manera como sale al sujeto al paso su

propia naturaleza interna - , la objetividad, y la intersubjetividad (Beltran, Gisselle, Orozco, & Chica, 2012). Según Jaime Vargas (2006), Habermas contrapone el ámbito de la acción comunicativa, que define como “una interacción mediada por símbolos”. Este tipo de acción da lugar al marco institucional de la sociedad en contraposición a los sistemas de acción instrumental y estratégica (Vargas, 2007).

Los llamados “medios de comunicación” expresan según (Jokisch, 2000) formas de sistemas de sentido muy potentes: son comunicaciones y acciones altamente abreviadas, mismas que, sobre la base de los medios como el “dinero”, “dios” o el “poder” posibilitan las operaciones de “comprar”, “rezar” o “elegir”, sin incluir explícitamente los procesos de decisión explícita o de consentimiento reflexivo. La función de los “medios de comunicación simbólicamente generalizados” radica en la tarea de *reducir la complejidad comunicativa*.

E. Teoría de la acción social (Weber)

En primer lugar “Aristóteles situará a la acción como objeto del conocimiento práctico o moral y la define como el uso activo de la razón dirigida a la consecución del bien del hombre” (López, 2005).

Por otro lado para Hobbes, según López, en “la acción humana está guiada por *las pasiones* y tiene como fin inmediato la conquista del *máximo poder*, a tal fin se sirve de los medios más eficaces (...) a su alcance: la fuerza y el fraude” (pág. 3); y para Lock - según el mismo autor – más que de la necesidad de una función represiva por parte del gobierno hay que poner el

acento en el incentivo que las ventajas de la asociación —el contrato social—, imputando así al hombre no solo la capacidad de lograr racionalmente sus fines, sino también la de sacrificar los intereses inmediatos a favor de objetivos más generales.

Pero fue Weber (1992) en su obra *Economía y Sociedad* quien definitivamente convirtió la acción humana en acción social.

Por “acción” debe entenderse una conducta humana (bien consista en un hacer externo o interno, ya en un omitir o permitir) siempre que el sujeto o los sujetos de la acción enlacen a ella un sentido subjetivo. La “acción social”, por tanto, es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo. (Weber, en Bruno, 2010)

Con esta definición, Bruno (2010) manifiesta que es posible afirmar que Weber concibe a la acción social como la forma elemental de sociabilidad que permite a un individuo relacionarse y ser relacionado con los demás, además manifiesta que el ser-en-sociedad y el ser aceptado por la sociedad tienen como punto de referencia constantemente renovado y verificado, la adecuación del actuar individual con las prescripciones invisibles pero reales del grupo. (...)

El mismo autor manifiesta que el marco de referencia implícito compartido por los miembros de un grupo o sociedad es dotado de un poder estructurante cuando es capaz de condicionar la acción de propios y ajenos. “Es más, el grado de cohesión social es proporcional a la fuerza centrípeta de

atracción de los individuos hacia un modelo ideal que garantice la armonía de las desigualdades” (Bruno, 2010).

Así, la acción social es percibida como el “átomo de sociabilidad” (...) Una acción puede ser considerada como una acción social cuando se orienta significativamente con respecto a *la acción de los demás*. Pero toda la dificultad reside en agregar el adjetivo calificativo “significativo” a una acción. Precisamente, aquí el término “significativo” es fundamental, porque existen acciones donde las circunstancias externas y/o la acción de los demás no ejercen una influencia socialmente marcada; pueden ser situaciones límites donde la intencionalidad de la acción es extremadamente tenue. (Bruno, 2010, pág. 10)

En definitiva se dice que “acción social”, para Weber:

(...) se orienta por las acciones de otros, las cuales pueden ser pasadas, presentes o esperadas como futuras (...) Los “otros” pueden ser individualizados y conocidos o una pluralidad de individuos indeterminados y completamente desconocidos (el dinero por ejemplo, significa un bien –de cambio– que el agente admite en el tráfico porque su acción está orientada por la expectativa de que otros muchos, ahora indeterminados y desconocidos, estarán dispuestos a aceptarlo también, por su parte, en un cambio futuro. (Weber, 1992, pág. 18)

De esta forma, manifiesta Bruno, la acción es una acción social cuando está orientada por la acción de otros, quienes pueden ser individuos reales y conocidos, o bien individuos supuestamente reales (pág. 12). Profundizando

su reflexión, Weber asevera que la acción social, como cualquier otra acción, puede dividirse en cuatro categorías en función de la orientación del proceder social:

- 1) *La acción racional con arreglo a fines*: “orientada por expectativas acerca de la conducta, tanto de los objetos del mundo exterior como de otros hombres, empleando esas expectativas como “condiciones” o “medios” para la consecución de fines propios racionalmente ponderados y perseguidos” (Lagiu & Pérez, 2011)
- 2) *La acción racional con arreglo a valores*: “determinada por la creencia consciente en el valor –ético, estético, religioso o de cualquiera otra forma como se le interprete– propio y absoluto de una determinada conducta, sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor” (Bruno, 2010)
- 3) *La acción afectiva* que es determinada por emociones y estados de ánimo (Bruno, 2010), especialmente emotiva, orientada por afectos y sentimientos actuales (Lagiu & Pérez, 2011) y
- 4) *La acción tradicional* que es determinada por una costumbre arraigada. (Lagiu & Pérez, 2011).

Estos cuatro tipos de acción engloban, según Weber, en Bruno (2010) a la gran mayoría de las acciones reales, pero no pueden pretender representar a todas las acciones ni tampoco impedir a priori la existencia de otro tipo de acción. En la experiencia científica, el estudio sociológico es el que tiene la

capacidad de validar o no el bien fundado en esta división cuatripartida.
(2010, pág. 12)

F. Teoría del intercambio.

Según Ritzer, (1997) la figura más importante de esta corriente es George Homans. Este personaje menciona que la teoría del intercambio se ocupa no solo de la conducta individual, sino también de la interacción entre las personas que entraña un intercambio de recompensas y costes. La premisa es que las interacciones suelen continuar siempre que exista un intercambio de recompensas. Y a la inversa, es menos probable que sigan existiendo las interacciones que son costosas para una o ambas partes actuantes. (Homans, 1958, págs. 81-83)

Por otro lado, Parsons (1975) - en Ritzer (1997) - teniendo en cuenta los medios generalizados de intercambio menciona que el modelo de los medios generalizados de intercambio no solo es el dinero, que opera como tal en la economía. Es por ello que se centró - más que en medios materiales tales como el dinero - en medios simbólicos de intercambio, como el poder político, la influencia, y los compromisos con los valores... Los medios simbólicos de intercambio tienen la capacidad, como la tiene el dinero, de ser creados y de circular en el conjunto de la sociedad. (págs. 127-128)

G. Teoría del Comportamiento Colectivo (Smelser)

Una forma de entender el comportamiento de las personas, dentro de las redes sociales virtuales, es mediante la teoría del Comportamiento Colectivo.

Blumer menciona que el comportamiento colectivo es, el comportamiento de dos o más individuos que actúan juntos o de manera colectiva... concebir el comportamiento, de esta manera sería abarcar toda la vida del grupo. (Blumer, en Smelser (1989), pág. 15)

Roger Brown, en (Smelser, 1989) ha sugerido varias detenciones para la clasificación de las colectividades: *a)* Su magnitud: Es importante saber si un grupo cabrá en una habitación, en un salón, o si es demasiado numeroso para congregarse en un sitio; *b)* La frecuencia de las reuniones; *c)* la frecuencia de la polarización de la atención al grupo; *d)* El grado de pertenencia de la identificación psicológica de los integrantes.

La característica determinante del comportamiento colectivo elemental es la inquietud comunicada por un proceso de reacción circular, “de modo que la respuesta de un individuo reproduce el estímulo precedente de otro individuo, y al reflejarse en ese individuo refuerza el estímulo”. Varios mecanismos concretizan el desarrollo de tal estado de inquietud: la repetición, la excitación colectiva, y el contagio social. (Smelser, 1989, pág. 19) Por lo tanto, las colectividades de humanos en el mundo virtual, se mueven bajo la repetición del resto de individuos, logrando así un comportamiento similar.

Para que un comportamiento se vuelva colectivo – menciona Smelser – debe existir *algún* modo de comunicación de esta creencia y *algún* modo de incitación a la gente a la acción. Sin embargo ninguna forma *singular* de comunicación o interacción constituye una característica que defina el comportamiento colectivo.

H. Teoría acerca de la relación entre capital social y logro educativo (Bourdieu y Coleman)

Ramírez y Hernández, (2012) en su obra: *¿Tenía razón Coleman? Acerca de la relación entre capital social y logro educativo*, mencionan que la idea intuitiva que la gente se forma sobre por qué unos estudiantes progresan en sus estudios y otros se estancan o abandonan la escuela suele invocar características personales (su falta de talento, su indisciplina, su comportamiento rebelde, entre otras) o institucionales (profesores mal preparados, deficiente infraestructura, clases saturadas...). En la visión de Bourdieu y Coleman, era necesario considerar también la estructura social en la que está inserta la escuela y sus estudiantes. Los alumnos concurren al aula con desiguales recursos, lo que permitiría entender los distintos rendimientos escolares. Dicha desigualdad no solo consiste en diferencias de capital económico, ni de conocimientos y habilidades, sino que abarca los distintos recursos en posesión de sus **redes sociales** y que ellos pueden usar a su favor. Estos recursos constituirían el capital social; es decir que el logro educativo no solo descansa en las capacidades de los alumnos o en las características de las escuelas, en la escolaridad de los padres o en sus recursos financieros, sino también en ciertos rasgos de sus redes sociales.

De acuerdo con el estudio de Sheldon (2002) en (Ramírez & Hernández, 2012), el tamaño de las redes sociales de los padres es un buen predictor de su nivel de participación en la educación de sus hijos. Esta participación se estructura de modo distinto según el contexto: cuando las redes paternas tienen su base en la escuela, es más probable que los padres se involucren en

sus actividades, mientras que cuando estas redes son ajenas al ámbito escolar, los padres participan más en la educación de sus hijos dentro del hogar.

I. Teoría Socio-Histórica de Lev Vigotsky (TSH)

Los procesos psicológicos superiores se originan en la vida social, es decir, en la participación de sujeto en las actividades **compartidas** con otros. La Teoría Socio-Histórica propone analizar el desarrollo de los procesos psicológicos superiores a partir de la internalización de prácticas sociales específicas. El lenguaje es el ejemplo paradigmático, puesto que cumple el doble papel de ejemplificar los procesos psicológicos superiores y es el instrumento central de mediación para la interiorización de los procesos psicológicos superiores (Vigotsky, 1917).

J. Aprender descubriendo (Jean Piaget)

La aplicación de las teorías de Piaget a la enseñanza de la ciencia como reacción contra la enseñanza tradicional memorística se fundamentó en el denominado aprendizaje por descubrimiento. Según la concepción del aprendizaje por descubrimiento, “es el propio alumno quien aprende por sí mismo si se le facilitan las herramientas y los procedimientos necesarios para hacerlo” (Piaget, 1896-1980).

2.2.2. Desarrollo teórico reflexivo de las variables principales del problema de investigación

A. Redes Sociales

La cualidad social es inherente al ser humano, no solo como necesidad rotunda de comunidad, sino como elemento insustituible para que la misma se concrete. Mónica Chadi menciona que “todo ser humano es la integración de relaciones y que el desafío del “ser” es “ser con los otros y en los otros” (Chadi, 2000, pág. 24). Esta autora considera al ser humano como **ser social**, y afirma que el ser humano, desde su nacimiento, hasta su muerte, forma parte de grupos sociales. Estos grupos van modificando en extensión, calidad y cantidad, a medida que la vida transcurre.

Según Terrones (2010) - *Fundamentos de la teoría de la Comunicación* - “La red Social es una estructura compuesta por personas, organizaciones o entidades, que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones; tales como amistad, parentesco, intereses en comunes, intercambios económicos, conocimientos, etc. Enmarcados en una cultura”.

Chadi (2000) no lo llama, enmarcado en una cultura, sino que las redes sociales se instituyen en el contexto al que pertenece. De acuerdo a ello, la autora clasifica a las redes sociales en: primarias, secundarias, e institucionales.

El estudio de las redes sociales, vista desde la sociología es resaltante, Molina (2011), menciona que el análisis de redes sociales es estudiar las relaciones específicas entre una serie definida de elementos, según él pueden ser personas,

grupos, organizaciones, países e incluso acontecimientos. Las relaciones que existen en estos elementos puedan darse de manera presencial, visible, por ejemplo una red de comerciantes, o el número de veces que asisten los estudiantes a una capacitación, etc. También es posible el análisis de redes sociales a través de la fluidez de mensajes vía internet.

1. Redes sociales primarias

Las redes sociales primarias componen la suma de todas las relaciones que un individuo percibe como significativas; son lazos, que integran uniones más estrechas (Chadi, 2000, pág. 31).

Dentro de las redes sociales se distinguen: La familia, Familia ampliada, Amigos, y el Vecindario.

2. Redes sociales secundarias

Las redes sociales secundarias son relaciones entabladas en el microsistema. En ellas encontramos a: Grupos recreativos, Relaciones Comunitarias y religiosas; y relaciones Laborales o de Estudio.

3. Redes sociales institucionales.

Chadi, (2000) menciona que son organizaciones gestadas y constituidas para cumplir con objetivos específicos, que satisfagan necesidades particulares del sistema usuario; necesidades que son puntuales y deben ser canalizadas dentro de organismos creados para tales fines. (pág. 58). Estas redes poseen una estructura intitucional, configurada por un organizagrama que difine las jerarquias, las relaciones reciprocas y

el rol de cada uno de sus miembros. Dentro de estas están: la Escuela, el Sistema de Salud, y el sistema judicial. (pág. 58)

B. Redes sociales virtuales.

Según el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado – ISFTIC:

“Las redes sociales son, sin lugar a dudas, uno de los desarrollos más innovadores de la Web 2.0. Concebidas con el propósito de interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, vídeos y elementos multimedia de todo tipo, han crecido hasta la hipertrofia, engullendo una buena parte del tráfico de información en la Red... Constituyen un auténtico fenómeno de masas, del que podemos extraer numerosas aplicaciones educativas” (Cascales, Real, & Marcos, 2011, pág. 3)

En ese sentido, se coincide con lo que manifiesta Terrones (2010) “Las redes sociales en internet, son una estructura importante de relaciones humanas de producción, consumo, experiencia y poder de interacción de información; en éstas se pueden compartir fotografías, videos, textos y demás tipos de contenidos”

1. Historia de las Redes sociales en internet.

Trazar la historia de las redes sociales no es una tarea fácil, su origen es difuso y su evolución acelerada. No existe consenso sobre cuál fue la primera red social, y podemos encontrar diferentes puntos de vista al respecto. Por otro lado, la existencia de muchas plataformas se cuenta en tiempos muy cortos, bien sabido es que hay servicios de los que hablamos hoy que quizá mañana no existan, y otros nuevos aparecerán dejando

obsoleto, en poco tiempo, cualquier panorama que queramos mostrar de ellos. Su historia se escribe a cada minuto en cientos de lugares del mundo. Lo que parece estar claro es que los inicios se remontan mucho más allá de lo que podríamos pensar en un primer momento, puesto que los primeros intentos de comunicación a través de Internet ya establecen redes y son la semilla que dará lugar a lo que más tarde serán los servicios de redes sociales que conocemos actualmente, con creación de un perfil y lista de contactos. Por todo ello, vamos a plantear su historia contextualizada mediante una cronología de los hechos más relevantes del fenómeno que suponen las redes sociales basadas en Internet.

- 1971. Se envía el primer e-mail entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.
- 1978. Ward Christensen y Randy Suess crean el BBS (Bulletin Board Systems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.
- 1994. Se lanza GeoCities, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.
- 1995. La Web alcanza el millón de sitios web, y The Globe ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias on-line, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares. En este mismo año, Randy Conrads crea **Classmates**, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de

Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y ex-alumnos.

- 1997. Lanzamiento de AOL Instant Messenger, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza el blogging y se lanza **Google**. También se inaugura Sixdegrees, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos, algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Solo durará hasta el año 2000.
- 1998. Nace Friends Reunited, una red social británica similar a Classmates. Asimismo, se realiza el lanzamiento de Blogger.
- 2000. Estalla la "Burbuja de Internet". En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la Red.
- 2002. Se lanza el portal Friendster, que alcanza los tres millones de usuarios en solo tres meses.
- 2003. Nacen MySpace, LinkedIn
- 2004. Nace Facebook, aunque la fecha no está clara puesto que llevaba gestándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como Hi5 y Netlog, entre otras. Se lanzan además Digg, como portal de noticias sociales; Bebo, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y Orkut, gestionada por Google.
- 2005. Youtube comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y MySpace se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.

- 2006. Se inaugura la red social de microblogging Twitter. Google cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y Facebook sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza Tuenti, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad Badoo.
- 2008. Facebook se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios, adelantando a MySpace. Nace Tumblr como red social de microblogging para competir con Twitter.
- 2009. Facebook alcanza los 400 millones de miembros, y MySpace retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.
- 2010. Google lanza Google Buzz, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, Pinterest. Los usuarios de Internet en este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial. Las cifras son asombrosas: Tumblr cuenta con dos millones de publicaciones al día; Facebook crece hasta los 550 millones de usuarios; Twitter computa diariamente 65 millones de tweets, mensajes o publicaciones de texto breve; LinkedIn llega a los 90 millones de usuarios profesionales, y Youtube recibe dos billones de visitas diarias.
- 2011. MySpace y Bebo se rediseñan para competir con Facebook y Twitter. LinkedIn se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales. La recién creada Pinterest alcanza los diez millones de visitantes

mensuales. Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en solo un año aumenta los tweets recibidos hasta los 33 billones.

- 2012. Facebook ha superado los 800 millones de usuarios, Twitter cuenta con 200 millones, y Google+ registra 62 millones. La red española Tuenti alcanzó en febrero de este año los 13 millones de usuarios. Pero, como decíamos al comienzo de este apartado, es cuestión de semanas que estas cifras se queden anticuadas, y a lo largo del mismo año podemos encontrar registros completamente diferentes. (Gobierno de España, 2012)

2. Tipo de redes sociales virtuales

a. Redes sociales directas

Son redes sociales directas aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet en los que existe una colaboración entre grupos de personas que comparten intereses en común y que, interactuando entre sí en igualdad de condiciones, pueden controlar la información que comparten. Los usuarios de este tipo de redes sociales crean perfiles a través de los cuales gestionan su información personal y la relación con otros usuarios. El acceso a la información contenida en los perfiles suele estar condicionada por el grado de privacidad que dichos usuarios establezcan para los mismos. (Urueña, 2011)

- **Según finalidad.** Se tiene en cuenta el objetivo que persigue el usuario de la red social cuando emplea la misma. Se establecen las siguientes categorías:

- **Redes sociales de ocio.** El usuario busca fundamentalmente entretenimiento y mejorar sus relaciones personales a través de la interacción con otros usuarios ya sea mediante comentarios, comunicándose, o bien mediante el intercambio de información ya sea en soporte escrito o audiovisual.
- **Redes sociales de uso profesional.** El usuario busca principalmente promocionarse a nivel profesional, estar al día en su campo o especialidad e incrementar su agenda de contactos profesionales.
- **Según modo de funcionamiento.** Se tiene en cuenta el conjunto de procesos que estructuran las redes sociales y las orientan de forma particular hacia actividades concretas. Se establecen las siguientes subcategorías:
 - **Redes sociales de contenidos.** El usuario crea contenidos ya sea en soporte escrito o audiovisual que posteriormente distribuye y comparte a través de la red social con otros usuarios. Una característica interesante de este tipo de redes consiste en que la información suele estar disponible para todo usuario sin necesidad de tener un perfil creado.
 - **Redes sociales basadas en perfiles tanto personales como profesionales.** Los perfiles consisten en fichas donde los usuarios aportan un conjunto de información de contenido personal y/o profesional que suele complementarse con una fotografía personal. En este tipo de redes suele ser obligatoria la creación de

un perfil para poder ser usuario y poder emplear así todas las funciones de la red.

- **Redes sociales de microblogging.** Están diseñadas para compartir y comentar pequeños paquetes de información pudiendo ser emitidos desde dispositivos fijos o móviles que facilitan el seguimiento activo de los mismos por parte de sus usuarios.
- **Según grado de apertura.** Se tiene en cuenta la capacidad de acceso a las mismas.
 - **Redes sociales públicas.** Están abiertas a ser empleadas por cualquier tipo de usuario que cuente con un dispositivo de acceso a Internet sin necesidad de pertenecer a un grupo u organización concreta.
 - **Redes sociales privadas.** Están cerradas a ser empleadas por cualquier tipo de usuario. Solo se puede acceder a ellas por la pertenencia a un grupo específico u organización privada. Los usuarios suelen mantener relación contractual o de otra índole con dicho grupo específico u organización.
- **Según nivel de integración.** Se tiene en cuenta el nivel de afinidad, interés e involucración en materias o actividades de tipo, preferentemente, profesional.
 - **Redes sociales de integración vertical.** Su empleo suele estar acotado al uso por parte de un grupo de usuarios a los que aún una misma formación, interés o pertenencia profesional.

- **Redes sociales de integración horizontal.** Su empleo no está acotado a un grupo de usuarios con intereses concretos en una materia.

Según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) Facebook es, según su finalidad, en una red social de ocio, pero también de uso profesional. Según su modo de funcionamiento, es una red basada en perfiles: personales / profesionales. Según grado de apertura, es una red pública. Según nivel de integración, no pertenece a ninguna. Twitter es una red social muy parecida a Facebook, la diferencia es que, según modo de funcionamiento, aparte de estar basadas en perfiles: personales / profesionales, también es una red Microblogging y es, según nivel de integración, una red de integración horizontal (ONTSI, 2011, pág. 15)

b. Redes sociales indirectas

Son aquellas cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto.

Las redes sociales indirectas se pueden clasificar en foros y blogs:

- **Foros.** Son servicios prestados a través de Internet concebidos, para su empleo por parte de expertos dentro un área de conocimiento específico o como herramienta de reunión con carácter informativo.

En los mismos se llevan a cabo intercambios de información, valoraciones y opiniones existiendo un cierto grado de bidireccionalidad en la medida en que puede responderse a una pregunta planteada o comentar lo expuesto por otro usuario.

- **Blogs.** Son servicios prestados a través de Internet que suelen contar con un elevado grado de actualización y donde suele existir una recopilación cronológica de uno o varios autores. Es frecuente la inclusión de enlaces en las anotaciones y suelen estar administrados por el mismo autor que la crea donde plasma aspectos que, a nivel personal, considera relevantes o de interés. (Urueña, 2011, pág. 16)

C. Rendimiento Académico

“Probablemente una de las dimensiones más importantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje lo constituye el rendimiento académico del alumno” (Navarro, 2003). Cuando se trata de evaluar el rendimiento académico y cómo mejorarlo, Navarro (2003) - citando a (Benitez, Gimenez & Osicka, 2000) – menciona que se analizan en mayor o menor grado los factores que pueden influir en él, generalmente se consideran, entre otros, factores socioeconómicos, la amplitud de los programas de estudio, las metodologías de enseñanza utilizadas, la dificultad de emplear una enseñanza personalizada, los conceptos previos que tienen los alumnos, así como el nivel de pensamiento formal de los mismos, sin embargo, Jiménez (2000) - según Navarro (2003) - refiere que “se puede tener una buena capacidad

intelectual y una buenas aptitudes y sin embargo no estar obteniendo un rendimiento adecuado”...

La complejidad del rendimiento académico inicia desde su conceptualización. Jiménez (2000) - según Navarro (2003) - postula que el rendimiento escolar es un “*nivel de conocimientos demostrado en un área o materia comparado con la norma de edad y nivel académico*”, encontramos que el rendimiento del alumno debería ser entendido a partir de sus procesos de evaluación.

Pantoja & Alcaide (2013) mencionan que Kaczynska (1986), por su parte afirma que el rendimiento académico es el fin de todos los esfuerzos y todas las iniciativas escolares del maestro, de los padres de los mismos alumnos; el valor de la escuela y al maestro se juzga por los conocimientos adquiridos por los alumnos. Las autoras antes mencionadas manifiestan que Nováez (1986) sostiene que el rendimiento académico es el quantum obtenido por el individuo en determinada actividad académica.

El rendimiento académico es: “Una medida de las capacidades respondientes o indicativa que manifiestan, en forma estimativa, lo que una persona ha aprendido como consecuencia de un proceso de instrucción o formación” Pizarro (1985) en (Reyes, 2003, pág. 13).

Basándose en esta propuesta de Pizarro, Clark y Allen (2003) manifiestan que “La medición del rendimiento académico... es la capacidad

del alumno por responder al proceso educativo en función a objetivos y competencias” Clark y Allen (2003) en (Burga, 2005, pág. 2).

“Pizarro ahora desde una perspectiva propia del alumno, define el rendimiento como una capacidad respondiente de éste frente a estímulos educativos, susceptible de ser interpretado según objetivos o propósitos educativos pre-establecidos. Este tipo de rendimiento académico puede ser entendido en relación con un grupo social que fija los niveles mínimos de aprobación ante un determinado cúmulo de conocimientos o aptitudes (Carrasco, 1985). Según Herán y Villarroel (1987), el rendimiento académico se define en forma operativa y tácita afirmando que se puede comprender el rendimiento escolar previo como el número de veces que el alumno ha repetido uno o más cursos” (Reyes, 2003, pág. 13)

Chadwick (1979) citado por Reyes (2003); define el rendimiento académico como la expresión de capacidades y de características psicológicas del estudiante desarrolladas y actualizadas a través del proceso de enseñanza-aprendizaje que le posibilita obtener un nivel de funcionamiento y logros académicos a lo largo de un período o semestre, que se sintetiza en un calificativo final (cuantitativo en la mayoría de los casos) evaluador del nivel alcanzado.

Por otro lado Navarro (2003) conceptualiza al rendimiento académico como un constructo susceptible de adoptar valores cuantitativos y cualitativos, a través de los cuales existe una aproximación a la evidencia y dimensión del perfil de habilidades, conocimientos, actitudes y valores

desarrollados por el alumno en el proceso de enseñanza aprendizaje. Lo anterior en virtud de destacar que el rendimiento académico es una intrincada red de articulaciones cognitivas generadas por el hombre que sintetiza las variables de cantidad y calidad como factores de medición y predicción de la experiencia educativa y que contrariamente de reducirlo como un indicador de desempeño escolar, se considera una constelación dinámica de atributos cuyos rasgos característicos distinguen los resultados de cualquier proceso de enseñanza aprendizaje. (pág. 12)

Por lo tanto, para esta investigación, el rendimiento académico - tomando como referencia a Figueroa (2004) - es definido como el producto de la asimilación del contenido de los programas de estudio, es decir lo que una persona ha aprendido como consecuencia de un proceso de instrucción o formación -Pizarro (1985) - expresado en calificaciones dentro de una escala convencional. En otras palabras se refiere al resultado cuantitativo de la capacidad del alumno por responder al proceso educativo - Clark y Allen (2003) - de acuerdo a las evaluaciones que realizan los docentes de las instituciones educativas, mediante las pruebas objetivas y demás actividades complementarias.

- **Variables del rendimiento académico**

- **La motivación escolar:** La motivación escolar es un proceso general por el cual se inicia y dirige una conducta hacia el logro de una meta. (...) según Navarro (2003) Los adeptos de los planteamientos

conductuales explican la motivación con conceptos como 'recompensa' e 'incentivo' (pág. 5). Una recompensa es un objeto o evento atractivo que se proporciona como consecuencia de una conducta particular. Un incentivo es un objeto que alienta o desalienta la conducta, la *promesa de una calificación* alta es un incentivo, recibir la *calificación es una recompensa*. Por tanto, de acuerdo con la perspectiva conductual, una comprensión de la motivación del estudiante comienza con un análisis cuidadoso de los incentivos y recompensas presentes en la clase.

- **El autocontrol.**

Goleman (1996), quien en su libro *Emotional Intelligence: Why it can matter more than IQ*, según Navarro (2003); relacionan el rendimiento académico con la inteligencia emocional y destacan el papel del autocontrol como uno de los componentes a reeducar en los estudiantes, en ese sentido Goleman manifiesta que el rendimiento escolar del estudiante depende del más fundamental de todos los conocimientos: aprender a aprender. Los objetivos a reeducar como clave fundamental son los siguientes:

1. *Confianza*. La sensación de controlar y dominar el propio cuerpo, la propia conducta y el propio mundo. La sensación de que tiene muchas posibilidades de éxito en lo que emprenda y que los adultos pueden ayudarlo en esa tarea.
2. *Curiosidad*. La sensación de que el hecho de descubrir algo es positivo y placentero.

3. *Intencionalidad*. El deseo y la capacidad de lograr algo y de actuar en consecuencia. Esta habilidad está ligada a la sensación y a la capacidad de sentirse competente, de ser eficaz.

4. *Autocontrol*. La capacidad de modular y controlar las propias acciones en una forma apropiada a su edad; sensación de control interno.

5. *Relación*. La capacidad de relacionarse con los demás, una capacidad que se basa en el hecho de comprenderles y de ser comprendidos por ellos.

6. *Capacidad de comunicar*. El deseo y la capacidad de intercambiar verbalmente ideas, sentimientos y conceptos con los demás. Esta capacidad exige la confianza en los demás (incluyendo a los adultos) y el placer de relacionarse con ellos.

7. *Cooperación*. La capacidad de armonizar las propias necesidades con las de los demás en las actividades grupales”. (Goleman, 1996 en Navarro, 2003).

- **Las habilidades sociales**

La escuela menciona según Levinger (1994) – citado por Navarro (2003) - brinda al estudiante la oportunidad de adquirir técnicas, conocimientos, actitudes y hábitos que promuevan el máximo aprovechamiento de sus capacidades y contribuye a neutralizar los efectos nocivos de un ambiente familiar y social desfavorables. Navarro cita esta vez a Giraldo y Mera (2000) para manifestar que estos autores concluyen que si las normas son flexibles y adaptables, tienen una

mayor aceptación, contribuyen a la socialización, a la autodeterminación y a la adquisición de responsabilidad por parte del estudiante, favoreciendo así la convivencia en el colegio y por tanto el desarrollo de la personalidad. El compañerismo es otra de las características que se desarrolla en la escuela (Requena, 1994), ya que es una relación más frecuente que la amistad... es una relación sociable y voluntaria. Los compañeros están limitados por el entorno... el contexto define la relación y marca los límites.

- **Tipo de estudiantes según su esfuerzo según Covington (1984)**

Navarro manifiesta que en el contexto escolar los profesores valoran más el esfuerzo que la habilidad. En ese sentido cita a Covington (1984), para describir a tres tipos de estudiantes:

- 1) *Los orientados al dominio.* Sujetos que tienen éxito escolar, se consideran capaces, presentan alta motivación de logro y muestran confianza en sí mismos.
- 2) *Los que aceptan el fracaso.* Sujetos derrotistas que presentan una imagen propia deteriorada y manifiestan un sentimiento de desesperanza aprendido, es decir que han aprendido que el control sobre el ambiente es sumamente difícil o imposible, y por lo tanto renuncian al esfuerzo.
- 3) *Los que evitan el fracaso.* Aquellos estudiantes que carecen de un firme sentido de aptitud y autoestima y ponen poco esfuerzo en su desempeño; para “proteger” su imagen ante un posible fracaso, recurren

a estrategias como la participación mínima en el salón de clases, retraso y la realización de una tarea, trampas en los exámenes, etc.

Sin embargo Navarro (2003) reflexiona y menciona que lo anterior significa que en una situación de éxito, las autopercepciones de habilidad y esfuerzo no perjudican ni dañan la estima ni el valor que el profesor otorga. Sin embargo, cuando la situación es de fracaso, las cosas cambian. Decir que se invirtió gran esfuerzo implica poseer poca habilidad, lo que genera un sentimiento de humillación. Así el esfuerzo empieza a convertirse en un arma de doble filo y en una amenaza para los estudiantes, ya que éstos deben esforzarse para evitar la desaprobación del profesor, pero no demasiado, porque en caso de fracaso, sufren un sentimiento de humillación e inhabilidad.

- **Dimensiones que inciden en el rendimiento académico**

Montes & Lerner (2010 - 2011) dan a conocer cinco dimensiones que inciden en el rendimiento académico:

- a) Dimensión académica**

Lerner, Vargas et al (2004) y Gargallo (2007) en (Montes & Lerner, 2010 - 2011) manifiestan que el rendimiento académico se ve afectado por la calidad de vínculo que establece el estudiante con el aprendizaje mismo, teniendo en cuenta que el deseo de saber, la curiosidad, la duda y la pregunta, como elementos de una actitud

investigativa, se constituyen en un estilo de vida que caracteriza a los estudiosos y apasionados por la búsqueda del saber.

b) Dimensión económica

La dimensión económica se relacionan con las condiciones que tienen los estudiantes para satisfacer las necesidades que plantea el sostenerse mientras cursa su programa académico (...) Si estas son favorables se espera que desarrollen sus actividades académicas con solvencia, autonomía y los resultados sean satisfactorios.

c) Dimensión Familiar

Se entiende esta dimensión, como el ambiente familiar donde se desarrolla y crece un individuo, el cual puede favorecer o limitar su potencial personal y social, además de tener efectos en la actitud que asume frente al estudio, la formación académica y las expectativas con proyectos de educación superior.

d) Dimensión personal

El aprendizaje se construye en la experiencia de cada ser único, irreplicable, que tiene una historia personal, tanto en su forma de escuchar, percibir e interpretar el mundo, como en sus capacidades, aptitudes y el deseo que fundamenta sus búsquedas, dentro de un entramado de vínculos tejidos con —el otro y los otros - con los cuales se relaciona en la búsqueda del saber.

3.2.3. Antecedentes de la investigación

3.2.3.1. A nivel internacional

- **Ventajas y desventajas del uso de las tecnologías de la información y comunicación (tic) en el desempeño académico de los estudiantes de cuarto bachillerato del Instituto Nacional de Educación Diversificada (INED) del municipio del Chal, Petén (Tesis) - Auner Alexander Ramírez González (2014) – Guatemala.**

Ramírez G. A., (2014) ha realizado su investigación, cuyo universo fue de cuatro docentes y 19 alumnos del centro educativo del nivel diversificado de la Aldea El Chal, Dolores, Petén – Guatemala.

Los resultado de su investigación muestran que el 50% de los docentes recurre a Internet, y el otro 50% recurre a libros personales, para la planificación de su clase, además el 100% de los ellos considera que el uso de la Tecnología le ayuda a mejorar el rendimiento académico de los estudiantes, y todos manifiestan que el uso de la Tecnología genera ventajas en las aulas. (págs. 28-29)

En relación, si los medios de tecnológicos dificultan el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes, 75% de los docentes manifiesta que no lo han dificultado, muestras que el 25% manifiesta que sí. (pág. 30)

Una de los resultados muy importantes de esta investigación es que el “52% de los estudiantes encuestados manifiestas que a veces hacen uso frecuente de las redes sociales, mientras que el 26% manifiestan

que no hacen uso frecuente de las redes sociales, y el 22% manifiestan que si hacen uso frecuente de las redes sociales” (pág. 30)

El 84% de los estudiantes encuestados manifiestan que hacer uso de la computadora e internet si ayuda a enriquecer sus conocimientos, mientras que el 16% manifiesta que no ayuda a enriquecer sus conocimientos.

El autor concluye que ha logrado establecer una de las ventajas del uso de las Tics, y es que facilita el aprendizaje de los estudiantes, sin embargo indican que una de las desventajas es que algunos estudiantes hacen un mal uso a la tecnología.

- **Relación entre el uso de Internet y el Rendimiento Académico en una muestra de adolescentes Canarios. Conde, E., Ruiz, C. y Torres-Lana, E. Universidad de La Laguna (España)**

La investigación llevada a cabo por Conde, Ruiz, & Torres-Lana (s.f) tiene como muestra a 578 adolescentes - alumnos/as - pertenecen a tres institutos de la zona urbana de Santa Cruz de Tenerife. La muestra se repartió por igual entre los cuatro cursos de ESO (Enseñanza Secundaria Obligatoria). El 52% de los participantes fueron hombres y el 48% mujeres. El instrumento usado fue la entrevista semiestructurada individual para recoger las respuestas de cada participante.

Los resultados muestran que es frecuente en esta muestra consumir 2 horas diarias en la red. Por otro lado aunque el 78% de los alumnos encuestados confirma que ha usado Internet en algún momento para realizar trabajos de clase, cuando se les pregunta por el uso más frecuente la respuesta mayoritaria es “chatear” (42%), seguida de “explorar páginas por la red y ayudarse en los estudios” (39%). El resto utiliza el medio para actividades relacionadas con Internet, como informarse sobre técnicas, buscar archivos para el mejor funcionamiento de la red o descargarse programas.

Para el subgrupo de 105 participantes de los que se obtuvo información sobre su rendimiento académico, se calcularon las correlaciones entre las variables de número de horas que se pasan frente al ordenador (Consumo de Internet) con el número de suspensos, las faltas de asistencia al instituto y el rendimiento medio en lengua y matemáticas. Los resultados señalan que los alumnos que más consumen son los que más faltan a clase y tienen mayor número de suspensos, aunque no se encontró relación con el rendimiento en las asignaturas de matemáticas o lengua. Esto significa que los chicos que pasan más horas frente al ordenador faltan más a clase y tienen más asignaturas suspendidas, pero su rendimiento en matemáticas y lengua no está relacionado directamente con las horas.

- **Influencia de las redes sociales en el Rendimiento Académico de los estudiantes de la U.E.D.A Centro de apoyo Tutorial Sígsig. Cabrera & Quituisaca (2013-2014) - Ecuador.**

Llanos & Magdalena (2013 - 2014) realizaron una investigación de tipo monográfico en que utilizaron encuestas a 58 alumnos, cuyos resultados muestran que las redes sociales de internet inciden en los estudiantes en su rendimiento académico debido a que los padres de familia NO controlan el tiempo que sus hijos utilizan en el uso de las redes sociales en internet... considerando que dedican de 2 a 3 horas diarias o más al uso de las redes sociales... teniendo en cuenta que también lo realizan durante la jornada escolar de clases... descuidando las tareas educativas. (pág. 32)

- **Influencia de las redes sociales sobre el rendimiento académico. John Jairo Morales (2011) Cali – Colombia.**

Jairo (2011) ha aplicado encuestas en un prestigioso colegio de la ciudad de Cali, a profesores, estudiantes y padres de familias, en el cual menciona que pudo observar, que para ellos, el verdadero propósito de las redes sociales es comunicarse, exhibirse, compartir información, conectar gente. Pero el problema radica en como la “comunicación permanente” afecta el rendimiento académico.

Las redes sociales influyen de manera positiva, cuando se usan con recato y moderación, ya que es un medio por el cual se puedes comunicar, no solo para charlar y planear eventos sociales, sino también para hacer tareas y trabajos. Debemos observar que los

estudiantes de promedio alto usan las redes sociales, pero muy poco”. No la usan en exceso, saben priorizar su tiempo, pero eso no influye, puesto que pueden pasar su tiempo haciendo otras cosas y no estando en una red social.

El problema radica en cuando el estudiante hace un abuso de esta, en donde el día entero está en el computador y no sale a la sociedad, ni hace tareas, solo se encuentra en una vida virtual chateando en una red social, o sencillamente jugando en ella. Entonces el problema radica en cómo el estudiante usa las redes sociales, y como esto lo afecta a él y a su entorno.

- **El uso de las redes sociales y su beneficio en los estudiantes de la Preparatoria 20 de la universidad Autónoma de Nuevo León. [Tesis] Monterrey. Alfonso Garza, (2012)**

La investigación se llevó en la escuela preparatoria No. 20 de la UANL; en el municipio de Santiago N.L. El estudio fue aplicado a 210 estudiantes de primer semestre de los cuales 97 son hombres y 113 son mujeres, todos oscilan entre las edades 25 de los 15 y 16 años. En el semestre Agosto – Diciembre 2011.

Los resultados muestran que el 100% de los estudiantes de la Preparatoria de la UANL; sabe que es una Red Social. Facebook con el 71% es por excelencia la red más utilizada por los estudiantes, seguida por You Tube con el 16 %. En relación a las cosas que más se realizan en la Red Social es el uso del chat con el 62 % seguido con Tareas con el 19 %. Se concluye que el tiempo de conexión del 72 % de los

alumnos de la Preparatoria se conecta dentro de las primeras 3 horas, mientras el 23% se conectan entre 4 y 5 horas y solamente el 5% dura 8 horas de duración en la red. Los mayores beneficios que los alumnos pueden obtener de las Redes Sociales de la Preparatoria No 20 de la UANL, son: socialización, información y diversión. En relación a la frecuencia de tareas dejadas por los docentes a sus alumnos mediante internet, el autor concluye que es 3 veces por semana.

En relación a que si el uso de las Redes Sociales puede ayudar en tus tareas diarias o escolares, el 95 % según el autor, respondió que sí, mientras el 5 % restante respondió que no. Entonces se considera que las Redes Sociales pueden ayudar en tus tareas diarias o escolares.

Las conclusiones que el autor manifiesta es que las Redes Sociales son una *herramienta que facilita el aprendizaje de los estudiantes de manera significativa*, permiten el desarrollo de destreza cognitivas. Se utilizan las Redes Sociales para tener mayor *información* y que esto se vea reflejado en las calificaciones de los estudiantes. Las Redes Sociales deben ser utilizadas adecuadamente por los estudiantes de la preparatoria No. 20 de la UANL, para su debida conservación. Las Redes Sociales deben de tomar conciencia de la utilidad y beneficio que brindan los equipos informáticos; por lo que es necesario desarrollar actividades que permitan una correcta interiorización del aprendizaje. Para motivar a los estudiantes se deben aplicar las clases interactivas con mayor frecuencia, utilizando significativamente las Redes Sociales.

3.2.3.2. A nivel nacional

- **Factores de riesgo asociados a la conducta de adicción a internet en adolescentes de la I. E. Jorge Martorell Flores, Tacna-2012 [Tesis] Bach. Lesly Del Carmen Morales Gallegos (2013) – Tacna.**

Lesly Del Carmen Morales (2013) ha realizado una investigación cuya población de estudio está conformada por 544 adolescentes de la I.E. Jorge Martorell Flores, Tacna 2012, cuya muestra es de 225 adolescentes comprendidos entre los 13 a 17 años de edad matriculados en la I.E.

La hipótesis que plantea la autora es “Es probable que los factores de riesgo se relacionen con la conducta adictiva a internet en adolescentes de la I.E. Jorge Martorell Flores, Tacna 2012.” (pág. 12)

Los resultados son: en relación al tiempo de conexión a internet, el 39,1%, se conecta por más de dos horas, según la frecuencia del uso de internet, el 37,8% utiliza el internet algunas veces a la semana, mientras que el 50,2% a veces utiliza el servicio de redes sociales, el 53,8% a veces utiliza el servicio de correo electrónico, el 50,7% a veces utiliza el servicio de buscador de información, mientras que el 48,4% a veces utiliza juegos en red y el 84,4% nunca utiliza el servicio de pornografía.

Los factores de riesgo personales que se asocian a la conducta de adicción a internet son: edad (5,4%) entre 14 a 16 años; sexo (50,2%) femenino; frecuencia de uso del servicio de redes sociales (5,8%)

siempre y frecuencia de uso del servicio juegos en red (4,4%) siempre; y dentro de los factores de riesgo personales que presentan una relación altamente estadística son: el tiempo de conexión (8%) siempre y la frecuencia del uso de internet (6,2%) diariamente. (pág. 94)

La conclusión a la que se arriba con respecto al tipo de conducta de adicción a internet, es que el 52,4% es normal, el 39,1% en riesgo y el 8,4% son adictivos, es decir de cada 12 adolescentes, uno presenta adicción a internet y de cada 3 adolescentes uno presenta riesgo de adicción a internet. (pág. 95)

• Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal. [Tesis] Luz Orellana, (2012) - Lima.

Luz Orellana (2012) ha realizado una investigación cuyo objetivo es describir y comparar el uso de internet por los jóvenes universitarios de las Escuelas Académicas Profesionales de Ciencias de la Comunicación, Trabajo Social y Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV); y, la hipótesis de su investigación es existen diferencias en el uso de internet de los jóvenes universitarios de las Escuelas Académicas Profesionales de Ciencias de la Comunicación, Trabajo Social y Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la

Universidad Nacional Federico Villarreal; para ello la autora ha realizado su investigación con una muestra de 307 estudiantes.

Los resultados muestran que el 61% de los universitarios encuestados usa internet desde el hogar; luego, el 36% desde la cabina pública y en un 4% desde otro lugar. Se observa que el 58% usa una a dos horas de internet y un 32% está conectado a internet durante más de dos horas. También hay un 4% que usa otro tiempo. Se observa que la frecuencia es de 43% de forma diaria y de 42% de manera interdiaria. Solo un 10% dijo que usa internet una vez por semana. Del mismo modo, otro 2% mencionó que usa internet una vez al mes.

Los resultados en torno al uso del internet, la autora menciona que en la encuesta realizada el 35% de los encuestados indicó que siempre usa el chat cuando se conecta a internet y un 26% dijo que casi siempre realiza esta actividad. Solo un 3% dijo que nunca utiliza el chat; y específicamente tratándose de las redes sociales, la autora menciona que el 27% de sus encuestados señalan que siempre usan sus redes sociales cuando se conecta a internet y el 19% indica que casi siempre. Hay un 10% que refiere que nunca usa las redes sociales. En torno al uso de internet relacionado con la educación la autora manifiesta que El 35% de los encuestados afirman que a veces leen diarios electrónicos. Y un 21% casi siempre lee diarios electrónicos; el 17 y el 27% de los entrevistados indicaron, respectivamente, que siempre o casi siempre descargan libros de internet; el 32% indicó que lo hace a veces. Un 10% afirmó que nunca

descarga libros usando la red; el 28% de los universitarios señaló que a veces usa tutoriales o software educativos; el 15% a veces toma cursos en línea, el 47% de los nunca toma cursos en línea.

Una de las conclusiones que resulta interesante para esta investigación (Influencia de las redes sociales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Estudiantes de la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – Cajamarca 2015) es que inicialmente se usó internet para obtener información, los jóvenes usan las redes sociales para “informar y estar informados”. El Twitter y el Facebook son dos herramientas usadas actualmente por ellos. El uso educativo de internet, descargar libros y usar tutoriales, son las principales actividades que realizan los jóvenes universitarios. Se adaptan más al lenguaje audiovisual para el aprendizaje de programas de diseño.

3.2.3.3. A nivel local

- **Influencia de las Redes Sociales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Alumnas del 5to año “A” de la Institución Educativa Juan XXIII. Kely Machuca (2013) Cajamarca.**

Machuca (2013), ha escrito un artículo científico, en el que manifiesta que una red social ofrece muchas ventajas, sin embargo muchas veces no se analiza las desventajas, como el tiempo que se pierde innecesariamente conectados a una red social, afectando así el rendimiento en el proceso de aprendizaje, las jóvenes son

psicológicamente perjudicadas al abandonar sus estudios, su alimentación, sus responsabilidades en el hogar, y perdiendo la comunicación con la familia con la que conviven diariamente.

• **Situación socio-económica y el Rendimiento Académico de las alumnas de Centro Educativo Estatal de Mujeres Santa Teresita. 1989-1990. Ledy Llanos y Maruja Saucedo (1991) – Cajamarca.**

Llanos & Saucedo (1991) han realizado una investigación cuya metodología se basaba en aplicar 35 encuestas a alumnas de primaria (5° y 6°) y secundaria (1° a 5°); 35 a padres y 10 a profesores. (pág. 33)

En los años en los que se realizó la investigación las autoras menciona que “económicamente el alumno vive en situación (económica) precaria, por ello en algunos de los casos... tienen que trabajar para obtener medios necesarios para subsistir” (Llanos & Saucedo, 1991)

Los padres de familia que recibe un ingreso de S/.12 a S/.29, tienen hijos que no cursaron cursos desaprobados en 25,71%, los que sacaron un curso desaprobado son el 2,86% y dos cursos desaprobados 0%. Los padres de familia que reciben un ingreso de S/.30 a S/. 39, tienen hijos que no desaprueban ningún curso en 17,14%, los que desaprueban un curso suman 8, 57%, y los que desaprueban en 2 cursos son 0%. (pág. 42). Las autoras mencionan “con este ingreso familiar mensual, creemos que es imposible para los padres de familia, darles una buena alimentación a sus respectivos hijos”. En relación al grado de

instrucción de los padres Llanos & Saucedo (1991) mencionan que “el 37,14% de los padres de familia, tienen un grado de instrucción de secundaria completa... el 22,86% de padres de familia, tienen un grado de instrucción de superior completa... 11, 43%... tiene un grado de instrucción de primaria incompleta... 8, 57%... tienen un grado de instrucción de primaria completa y superior incompleta” (pág. 57)

Por otro lado las autoras manifiestan que el 80.0% de alumnos es responsable, cumple con sus tareas o trabajos asignados, en cambio un 2,86% no lo hace, y un 11,43% casi siempre lo hace, y un 5,71% lo hace a veces. (pág. 59). Finalmente se aprecia que 60% de alumnas no desapueba ningún curso, 20% desapueba un curso, y el 20% restante desapueba 2 cursos.

La conclusión que las autoras manifiestan es que la educación es deficiente por una serie de problemas que aquejan al sistema educativo actual.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Redes sociales virtuales

Las redes sociales virtuales son páginas web donde la gente crea un perfil (Monseriu, 2013), concebidas con el propósito de interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, vídeos y elementos multimedia de todo tipo... Constituyendo un auténtico fenómeno de masas (Cascales, Real, & Marcos, 2011)

A. Comunidades

Son una variación de las páginas. Han sido creadas por el propio Facebook con el objetivo de agrupar en ellas a los usuarios relacionados por afinidad geográfica o temática (ejemplo, el gusto por la cocina). Las geográficas las distinguiremos porque en ellas, como imagen de su perfil, tienen puesto el escudo de la ciudad. El muro está conformado por una descripción de la ciudad extraída de Wikipedia, en primera posición, seguido de un espacio para las publicaciones de nuestros amigos relacionadas con la zona (los mensajes que han escrito y llevan el nombre de la zona) y un último recuadro con los mensajes relacionados publicados en todo Facebook. Serán las adecuadas para promocionar actividades muy arraigadas en la localidad. (Periodistas hoy.es)

B. Grupos

Las personas se relacionan porque entre ellas existe, un mayor o menor sentido de identidad, un mayor o menor comportamiento de intereses; están conscientes de sus valores semejantes, de sus relaciones recíprocas y son capaces de diferenciarse a sí mismos frente a los miembros de otro grupo social. Así podemos hablar de la familia, de la tribu, el clan, de la iglesia católica, de los partidos políticos, del grupo de vecinos, del grupo de amigos, de las clases sociales, “de los grupos de edades y sexos de una población” (Sánchez, 1981, pág. 524)

Grupos en las redes sociales son agrupación de perfiles de usuarios creados para tratar un tema de interés concreto. Sus participantes adquieren el

nombre de "miembros". Los comentarios que realizan sus miembros dentro del grupo únicamente se pueden leer allí (al contrario de lo que pasa en las páginas). El creador del grupo puede decidir si el contenido es público (todo el mundo lo puede ver) o privado (Únicamente lo pueden ver e intervenir los miembros del grupo). (Periodistas hoy.es) Es usada para agrupar a personas que quieran debatir en torno a un tema en concreto. Por lo tanto, es óptimo para conseguir fomentar las conversaciones entre sus miembros, o fomentar la creación de una comunidad (pública o privada) dentro de él.

C. Familia

La familia es, en primera instancia una forma de organización de las relaciones sociales. Para cualquier sociólogo, la particularidad de su concepción como institución social radica en que las relaciones familiares se presentan como un subsistema que se integra como una totalidad y se relaciona con un sistema más amplio que es la sociedad general, y con la cual establece lazos de interdependencia. (Rodríguez, 2012).

Según el Instituto Interamericano del Niño (2002), la familia es un conjunto de personas que conviven bajo el mismo techo, organizadas en roles fijos (padre, madre, hermanos, etc.) con vínculos consanguíneos o no, con un modo de existencia económico y social comunes, con sentimientos afectivos que los unen y aglutinan.

La familia es un “imprescindible organismo intermedio... modulador inevitable, entre macrocontexto social y las personas que lo integran” (Chadi, 2000, pág. 32)

D. Amigos

Los amigos son personas de aproximadamente la misma edad, que comparten actitudes similares, y poseen un estatus social semejante. Son grupos que carecen de organización formal y de funciones manifiestas fijadas desde fuera.

Nuestros amigos nos confirman nuestros valores que tenemos. Nos ayudan. Nos apoyamos en ellos... cuando lo necesitamos. Fortalecen nuestra propia capacidad de imaginar, de conocer y de construir la realidad. Nos proporcionan un sentimiento... de identidad y de pertenencia a un grupo. De otra forma, los amigos confirman nuestro **mundo social**. (Requena, 1994, pág. 1)

Chadi, (2000) afirma que la amistad cumple aspectos de significación, y que ésta brinda una condición: el aprendizaje de la elección. Los amigos..., se eligen desde edades muy tempranas, construyendo un referente al tener como contante en el devenir de la vida, que el amigo es un “**par**” con el cual se comparten similares experiencias generacionales (pág. 37). Sin embargo con las nuevas tecnologías y el boom de las redes sociales, tener amigos es muy fácil. A todos estos “amigos” se les muestra una cara de cuestionable: matrimonios perfectos, hijos bien portados, viajes inolvidables y comidas exuberantes, situaciones que solo los amigos de verdad conocen en su realidad.

El punto es que en esta nueva era de tecnología, la amistad es algo subjetivo, sin embargo, no haría nada raro que cobrara un nuevo paquete de valores diferentes a los de antes. La mejor muestra es que los verdaderos amigos se contactan por otros medios que no son redes sociales, con frecuencia.

Definitivamente habrá que replantearnos lo que es ser o tener un buen amigo, porque para tener una relación que merezca ser llamada amistad se necesita más que una actualización de estado y algún comentario estéril en una foto repetitiva. (Bolena, 2015)

E. Seguidos (Following)

Son las personas que los usuarios siguen para que les llegue lo que ellos escriban. Cada vez que alguna de las personas que sigan haga una actualización de estado (envíe un tweet), éste llegará al usuario.

Para seguir a alguien en Twitter solo se tiene que ir al perfil del usuario de interés, por ejemplo, @PSUV, y pinchar en el botón “Seguir” que se encuentra justo debajo del logo, o desplegar el botón de configuración que está más a la derecha y seleccionar “Seguir a Partido PSUV” (PSUV, 2010, pág. 10).

F. Usuario

Está creado para albergar los perfiles individuales de los usuarios que entren en a la red social. Es la puerta de entrada a todos los servicios que ofrece la red social. Sin él no se pueden crear las diferentes tipologías de perfiles. Es el perfil óptimo para disfrutar de las redes sociales como Facebook o Twitter desde un nivel personal. Hacer amigos, hablar, interactuar, compartir fotografías e incluso jugar con las diferentes aplicaciones que se van creando para la red social. Es la manera más

adecuada de encontrar un contacto directo y bidireccional con el resto de usuarios. Además, es la base de todo lo demás, porque para crear o unirte a un grupo, una página o una comunidad, necesitas tener una cuenta de usuario. Para abrirte un usuario únicamente tienes que entrar en su página y rellenar el formulario que aparece en la red. (Periodistas hoy.es)

G. Nodo

Los nodos de la red son personas y las conexiones surgen de algún tipo de interacción entre dichas personas. Hay personas con muy pocas conexiones pero también personas con muchísimas más conexiones de lo esperado. Como consecuencia, es posible identificar en la red lo que se conoce como “hubs”, nodos muy conectados de especial relevancia en los procesos que puedan ocurrir en la red, como por ejemplo, cualquier proceso de transmisión de información. (Buldú, 2011)

La red social – manifiesta Terrones (2010) – no tiene centro, sino que está formada por nodos, y los nodos son puntos de interacción o unión de varios elementos que confluyen en un mismo lugar. “En las redes sociales son puntos de unión entre usuarios o grupos de personas que participan en ellas”

Los nodos según Terrones pueden ser de diferentes medidas, por lo tanto de distinta relevancia, aunque todos son necesarios para la red. Además menciona que un nodo adquiere mayor importancia en las redes cuando absorbe la mayor cantidad de información y la procesa de forma más eficiente.

H. Perfil

El perfil de usuario es el lugar donde se agregan los datos personales que los amigos podrán ver. La edición de los datos se puede realizar, una vez en el perfil, se puede acceder a este desde la opción "Perfil" del menú que se encuentra en la parte derecha del cabezal de la página. (PSUV)

I. Página

("Me gusta"). Son sitios creados en Facebook con objetivos principalmente comerciales. Se está convirtiendo en la herramienta preferida por las empresas para promocionarse. Los usuarios que deciden seguir a la página eran llamados "admiradores o fans", hasta que a mediados de 2010 se decidió cambiar la denominación por "personas a las que les gusta eso".

El contenido de las páginas es abierto para todos los usuarios de Facebook y Twitter. Si decides unirte a una de ellas todo lo publicado por el creador y los administradores de la página aparecerá en los paneles de inicio de los admiradores (usuarios que han hecho clic en "Me gusta"); en cambio, las cosas que publiquen los seguidores en el muro de la página solo se podrán ver acudiendo directamente allí. Por lo tanto, la comunicación no es tan abierta como en los grupos, pero promocionalmente es mucho más directa. (Periodistas hoy.es)

J. Publicaciones

La participación es diferente en cada página. Normalmente, las publicaciones de página que despiertan más interés son breves y originales,

proporcionan algún tipo de beneficio a la persona que ve el contenido y están relacionadas con tus objetivos y tu identidad.

Según Facebook (2015), en su centro de ayuda, muestra que los usuarios tienden a responder de forma positiva a los siguientes tipos de publicaciones:

Fotos y videos: Las imágenes luminosas y llenas de colorido que muestran interacciones humanas tienen particular éxito. Puede tratarse de fotos de un menú de temporada, un evento en la tienda, nuevos productos recién llegados o personas disfrutando de tu producto o servicio. “Las imágenes son la manera más sencilla de captar la atención, ya que visualmente son lo más atractivo” (Villar)

Rellena los espacios en blanco. Habitualmente, la opción de dar la opción al usuario para que termine una frase suele funcionar bastante bien. Esos espacios en blanco se utilizan para que las personas compartan su creatividad. Suelen ser mensajes cortos y divertidos que animan a otros usuarios a interactuar.

Preguntas: Las preguntas son uno de los métodos más sencillos para que tus fans compartan y respondan. Si no la haces (...) lo más habitual es que el usuario “como mucho” haga clic en “Me gusta” pero raramente se le incite a la interacción.

Lo ideal de la pregunta es que sirva para generar debate dentro de tu sector y pueda ayudar a otras personas de tu comunidad. Que invite a compartir una opinión personal con una experiencia propia.

También puedes hacer preguntas simples en las que se incluya una imagen con diferentes posibilidades.

Hacer preguntas fomenta la interacción y transmite a las personas que su opinión cuenta. Cuando pidas comentarios o una opinión, asegúrate de responder a los comentarios de modo que los usuarios sepan que les escuchas.

Consejos: Los consejos que se publican con una imagen “paso a paso” y que los fans son capaces de poner en práctica fácilmente tienen una respuesta importante en la acción de los usuarios, tanto al comentarlos como al compartirlos con sus propios amigos.

Citas textuales: Las citas textuales son una de las maneras más fáciles y más populares de conseguir “Me gusta” y ser compartidas en Facebook. A menudo tienen más impacto en esas dos acciones que en los comentarios, ya que a menudo son fuentes de inspiración con las que solemos estar de acuerdo.

K. Mensajes emitidos

En Twitter (PUMAROLA, 2012) los Mensajes directos (direct message o DM) lo podemos mandar un mensaje privado, pero solo a quienes nos estén siguiendo. Y para que nos pueda contestar y establecer así una conversación, nosotros también debemos seguirle. Para ello, podemos ir a <http://www.twitter.com/messages> y seleccionar el usuario. Si ya conocemos la cuenta en Twitter de a quien queremos escribir un privado, lo más fácil es empezar el mensaje con una «d» (de directo) seguida del nombre de @usuario. Ejemplo: «d @pumarola me mandas tu último artículo?»

Posibilidades con los mensajes

- Favoritos: Permite archivar los mensajes que nos parezcan más interesantes.
- Responder: Podemos responder a un usuario tras leer su tweet. La aplicación pone el nombre de ese usuario precedido de la @, para que le llegue nuestra respuesta.
- Retweetear: Es como se denomina el difundir entre nuestros seguidores un mensaje de nuestro tablón, conservando su contenido.

En **Facebook** si se quieres decir algo a un amigo, o enviarle alguna foto o enlace, pero de forma privada sin que lo vea todo el mundo en su muro, solamente se tiene que enviar un mensaje, en el que se puede enviar Enlaces y adjuntos. .. Puedes añadir enlaces, fotos, videos, etc... (Skiter, 2011)

L. Facebook

Fuente: www.facebook.com

Tipo de red: directa.

Categoría: perfil personal.

Objetivo: El área principal de trabajo en Facebook es el perfil, es de el que se puede ir configurando y añadiendo toda la información. Además de perfiles, existen grupos y páginas. Los perfiles y grupos están diseñados para personas físicas (éstas agregan contactos), mientras que las páginas son para las empresas o productos, (éstas agregan fans). Los grupos están diseñados para grupos de personas que tienen un interés común no teniendo por qué ser contactos entre ellos. Los perfiles tienen un límite de 5.000 contactos, mientras que las páginas no tienen límite de contactos y están indexadas por

los buscadores. Se puede crear tres tipos de grupos: abierto (cualquier persona puede entrar), cerrado (el administrador decide quién puede entrar), y secreto (solo conocen el grupo los miembros e invitados). Entre ellos se pueden mandar mensajes privados o escribir en el muro.

Cronograma:

- 2004: en febrero es creada por Mark Zuckerberg para unir una comunidad de estudiantes de la Universidad de Harvard, donde estudiaba. En diciembre de ese año alcanza el millón de usuarios.
- 2005: llega a los 5,5 millones de usuarios.
- 2006: obtiene 12 millones de usuarios y se extiende con éxito en la India.
- 2007: alcanza la cifra de 50 millones en octubre, y se pone en marcha en español, ganando grandes adeptos de las comunidades latinas.
- 2008: 100 millones de usuarios. 2009: en diciembre llega a los 350 millones de usuarios.
- 2010: 400 millones de usuarios.
- 2010: en julio posee 500 millones de usuarios activos.
- 2010: en octubre alcanza los 535.297.180 usuarios.
- 2011: en noviembre alcanza los 800 millones de usuarios activos. (Urueña, 2011, págs. 155 - 156)

M. Twitter

Twitter es un servicio gratuito que combina características de los sms, los blogs y la mensajería instantánea. Se trata de redactar y enviar micromensajes de texto de una longitud máxima de 140 caracteres, denominados tweets, que

son vistos por los usuarios que te siguen. Y tú ves los mensajes que escriben la gente a la que sigues. El envío de estos mensajes se puede realizar desde la página web de Twitter, un teléfono móvil o aplicaciones que se instalan en el escritorio del ordenador

En inglés, el vocablo twitter significa «**gorjear, trinar, parlotear**», de ahí que su símbolo sea un pajarito, y ofrece interesantes posibilidades de comunicación tanto para uso individual como para empresas. Es bastante sencillo de utilizar, pero no es tan intuitivo como Facebook y eso genera barreras de entrada a los potenciales usuarios. (PUMAROLA, 2012)

Características más relevantes

- Nombre: Para identificarnos en Twitter, nuestro nombre de usuario va precedido del signo @. En mi caso sería @pumarola.
- Siguiendo (following): Usuarios a los que decidimos empezar a seguir. Cuando alguno de ellos escribe un mensaje o tweet, automáticamente aparecerá en nuestro tablón (también conocido como timeline)
- Seguidores (followers): Son aquellos que nos siguen porque les interesa lo que escribimos o aportamos. Cada vez que escribimos un tweet, lo ve en su tablón. Podemos seguir a un usuario pero éste no tiene por qué seguirnos, y viceversa.
- Listas: Sirven para poder organizar a los que seguimos por temáticas, intereses... de forma que sea más sencillo seguir sus actualizaciones. Podemos seguir también listas creadas por otros usuarios; de hecho,

curiosear en ellas es un buen método para encontrar usuarios afines a nuestros intereses.

- Avisos: Cada vez que alguien empieza a seguirnos en Twitter recibiremos un correo electrónico con su nombre de usuario, la descripción del perfil y las cuentas comunes que ambos seguimos. Esto nos servirá también para saber si nos interesa seguirle.
- Etiquetas (hashtags): Para poder seguir con mayor facilidad un tema, conversación o discusión existen las etiquetas, que puede crear o utilizar cualquier usuario. Basta con incluir el símbolo # delante de palabras, expresiones o temas. Por ejemplo #crisis si hablamos de la situación económica. Si alguien busca ese término en el cajetín de búsqueda, los tweets que contengan esa etiqueta aparecerán en los resultados.
- Temas del momento (trending topics): Índice formado por las etiquetas, términos o frases de las que más se está hablando en ese momento en Twitter, muy útiles para estar informado. Se puede elegir el país y la ciudad.

2.3.2. Rendimiento académico

El Rendimiento académico “es el producto de la asimilación del contenido de los programas de estudio, expresado en calificaciones dentro de una escala convencional” (Figuroa, 2004). Es decir “es el resultado cuantitativo que se obtiene del proceso de aprendizaje - la capacidad del alumno por responder al proceso educativo” - Clark y Allen (2003) – “de acuerdo a las evaluaciones que realizan los docentes mediante las pruebas objetivas y demás actividades complementarias”

A. Notas de asignatura

La nota de la asignatura es el promedio de las notas de las diferentes prácticas realizadas. (Linguee, 2015), es decir es el promedio de notas de las actividades de evaluación continua, y de los exámenes, parciales o finales. (Bous, 2015).

En Perú se emplea una escala del 0 al 20 en la mayoría de colegios. La nota mínima para aprobar es 11 o en su defecto, 10,5, ya que se promedia como tal. (Moodle, 2015)

Calificación alta: La calificación alta, expresada numéricamente oscila entre 16 – 20, lo que se podría llamar también aprobado - notable. (UGEL - Cajamarca, 2014)

Calificación media: La calificación alta, expresada numéricamente oscila entre 11 - 15, lo que se podría llamar también aprobado - regular (UGEL - Cajamarca, 2014)

Calificación baja: La calificación Baja, expresada numéricamente oscila entre 00 - 10, lo que se podría llamar también desaprobado (UGEL - Cajamarca, 2014)

B. Participación en clase

La participación en clase es una parte valiosa del aprendizaje. En muchos casos, participar de clase es un criterio importante que los profesores usan

para asignar las calificaciones finales. (How-To-Stady, 2015). Se aprecia entonces la importancia que reviste la participación de los estudiantes en la clase, pues si los alumnos se disponen a plantear cuestiones y ofrecer comentarios, probablemente el profesor verá facilitada su tarea de ofrecer una ayuda pedagógica ajustada a sus necesidades (Rinaudo, Donolo, & Chiecher, 2002).

Pero para que exista una buena participación en clase How-To-Stady, (2015) manifiesta que el estudiante debe de asegurarse de ir a clases preparado. Hacer todas las asignaciones y lecturas, revisar notas de sesiones de clase previas, para así evitar hacer comentarios desinformados o hacer preguntas inadecuadas. También el autor recomienda escuchar lo que otros estudiantes dicen, pues se pueden hacer comentarios a partir de ellos. Tener confianza en que las opiniones serán apreciadas por el profesor y por los demás estudiantes. Ser constructivo cuando reaccione a algo que otro estudiante diga. Puede estar en desacuerdo, pero no debe entrar en "modo ataque". Tener la certeza que sus preguntas y comentarios son importantes para el tema de la clase. No desperdicie el tiempo del profesor ni de otros estudiantes saliéndose del tema.

C. Tardanzas y faltas a clases

Las tardanzas y faltas a clases son actitudes que los alumnos suelen realizar. Las razones según los docentes – que declararon para el Diario “El Territorio” - pueden deberse a la lejanía... pero también consideran que las faltas se dan por cuestiones de organización familiar. (Diario El Territorio, 2012)

D. Comportamiento.

“El comportamiento es el conjunto de acciones que los organismos ejercen sobre el medio exterior para modificar algunos de sus estados o para alterar su propia situación con relación a aquel (Piaget, 1977, p.7)” (Duilio, 2015).

En la I.E Emblemática Santa Teresita la calificación del comportamiento tiene que ver con tres componentes: la primera hace referencia al respeto, la segunda a la responsabilidad, y la tercera a la honestidad. El calificativo del comportamiento es de AD si se cumple todos los indicadores, el calificativo A es cuando existe un demérito, B cuando existen dos deméritos, y C si existen tres o más deméritos. (I.E Santa Teresita , 2015, pág. 76)

2.3.3. Globalización

Joachim Hirsch (1996) en su libro *Globalización, capital y Estado* menciona, cuando se habla de “globalización” pueden diferenciarse analíticamente varios niveles de significados (págs. 95 - 105):

i) en lo técnico, se relaciona sobre todo con la implantación de nuevas tecnologías, especialmente las revoluciones tecnológicas, vinculadas con las modernas posibilidades de elaboración y transferencias de información. Con rapidez y “on line”, permiten unir regiones del mundo muy distantes. Este desarrollo sirve de base sobre todo para la idea de una “aldea global”. En relación a esto, Jean Marie Guéhenno - en (Bodemer, 1998)- menciona que la revolución de las telecomunicaciones libera de la territorialidad física las vías de intercambio, de modo que el control de un territorio delimitado, que constituía la

clave del concepto clásico del poder estatal, ha perdido importancia en favor del acceso a las redes de comunicación. Sin embargo Abugattas & Tubino (1997), manifiestan que “más allá de las computadoras, de los modems, y de las redes de correo electrónico, lo cierto parece ser que una de las reivindicaciones mayores del futuro será el libre acceso a las fuentes de información” (pág. 57). Pero además estos autores aclaran que el control diferenciado de la información y del conocimiento se está establecido con el nuevo criterio dominante de diferenciación y jerarquización tanto al interior de las sociedades, como en la relación entre las sociedades. (Abugattas & Tubino, 1997, pág. 57)

ii) en lo **político** se habla de globalización, relacionándola con la finalización de la “guerra fría” y de la división del mundo en dos bloques enemigos derivada de la misma. Tras la caída de la Unión Soviética, se presenta como definitiva la victoria histórica del modelo democrático liberal. Estados Unidos se han convertido mundialmente en una potencia militar dominante sin restricciones.

Sobre ello se basa el nuevo papel que desempeña la Organización de las Naciones Unidas, de la que se espera algún día podrá desempeñar la función de un “gobierno mundial” general.

Por otro lado la globalización, según BODEMER, (1998) les permite no solo gozar de un rol clave en el manejo de la tecnología, sino que también les garantiza un rol político predominante porque pueden decidir, por ejemplo, deshacerse de puestos de trabajo que les resulten costosos (pág. 11).

iii) en lo **ideológico-cultural**, puede entenderse la globalización como la universalización de determinados modelos de valor; por ejemplo, el

reconocimiento general de los principios liberal democráticos y de los derechos fundamentales; sin embargo, también puede entenderse como la generalización del modelo de consumo capitalista. Este desarrollo se vincula fuertemente con la formación de monopolios de los medios de comunicación de masas.

iv) en lo **económico**, el concepto hace referencia a la liberación del tráfico de mercancías, servicios, dinero y capitales; a la internalización de la producción y también a la posición cada vez más dominante de las empresas multinacionales. Es importante señalar, sin embargo, que el capital ciertamente se ha extendido más allá de las fronteras; no así la fuerza de trabajo, los seres humanos. Éstos siguen adscritos a los territorios de los Estados nacionales, a menos que estén obligados a migrar o huir. Regresaré más adelante a las particularidades del proceso dominante de globalización. Sea como sea, puede hablarse de que por vez primera en la historia existe un mercado capitalista que abarca todo el mundo. El capitalismo ha llegado a ser mundialmente dominante y universal. En ese sentido Touraine, en Bodemer, (1998) menciona: Hoy estamos dominados por una ideología neoliberal, cuyo principio central es afirmar que la liberalización de la economía y la supresión de las formas caducas y degradadas de intervención estatal son suficientes para garantizar nuestro desarrollo. Es decir, que la economía solo debe ser regulada por ella misma, por los bancos, por los bufetes de abogados, por las agencias de rating y en las reuniones de los jefes de los Estados más ricos y de los gobernadores de sus bancos centrales. “Esta ideología ha inventado un concepto: la globalización” (Touraine, 1996, pág. 13).

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Aspectos generales de las redes sociales

3.1.1. Tipo de Redes Sociales utilizadas por las estudiantes

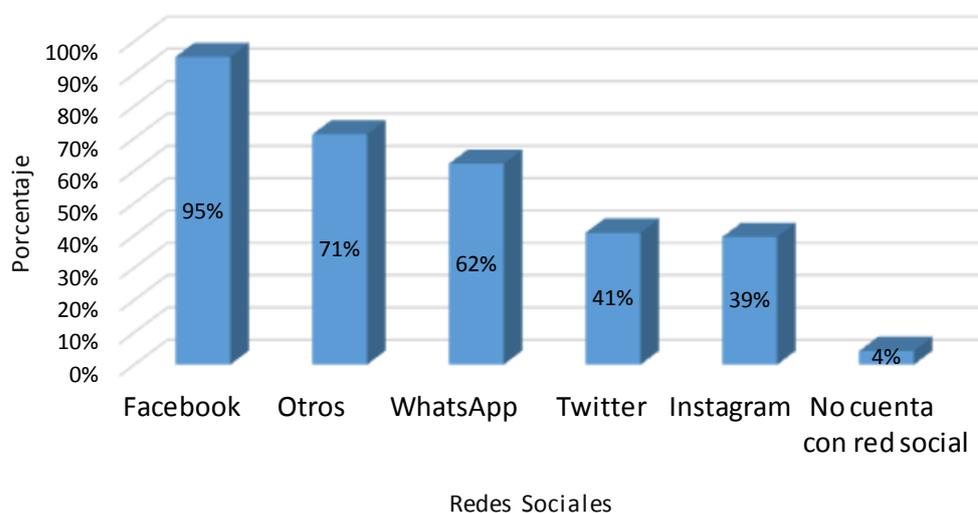
Se considera que las redes sociales virtuales son páginas web donde la gente crea un perfil (Monseriu, 2013), con el propósito de interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, vídeos y elementos multimedia de todo tipo, constituyendo un auténtico fenómeno de masas (Cascales, Real, & Marcos, 2011). Por otro lado, el rendimiento académico es el producto de la asimilación del contenido de los programas de estudio, expresado en calificaciones dentro de una escala convencional (Figuerola, 2004).

En este capítulo se mostrará cómo influyen las redes sociales Facebook y Twitter en el rendimiento académico de las estudiantes de nivel secundario de la I.E. Emblemática “Santa Teresita” – Cajamarca.

En primer lugar, se conoce qué cantidad de estudiantes usan las redes sociales, qué tipo de redes sociales usan, cuáles son las redes prioritarias, qué uso se dan en las redes sociales y cuáles de ellas son las prioritarias, cuáles son los horarios de uso de las redes sociales Facebook y Twitter.

De 309 estudiantes, el 96% (296) cuenta con al menos una red social, y tan solo el 4 % (13) no las usa. El promedio de redes sociales usadas es 4.

Figura 1: Uso de redes sociales virtuales según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Según la Figura 1, Facebook es la red social más usada por las estudiantes de nivel secundario, ocupando un 95% del total; en segundo lugar están las redes sociales como google+, ask, fm, YouTube con 71%, en tercer lugar la red social más usada es WhatsApp con un 62% de usuarias, en cuarto lugar está Twitter con un porcentaje inferior a la mitad (41%); y finalmente en quinto lugar usan Instagram representando el 39%. Las estudiantes que no cuentan con ninguna red social representan el 4%. Si se trabaja solo con los que cuentan con alguna red social (96%), los estudiantes que usan Facebook representan el 99.3%.

3.1.2. Modalidad de uso de las redes sociales por las estudiantes

Tabla 3: Tipo de uso de las redes sociales virtuales según porcentaje (%) de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015.

Tipo de uso	Estudiantes	Ns/No	No cuenta con ninguna red social	Total
Comunicarse	93.5	2.3	4.2	100
Entretenerse	80.9	14.9	4.2	100
Buscar información	79.6	16.2	4.2	100
Intercambiar Información	75.1	20.7	4.2	100
Jugar	71.8	23.9	4.2	100
Hacer Publicaciones	71.5	24.3	4.2	100
Enterarse de los estado de amigos o seguidores	69.3	26.5	4.2	100

Nota: Total de estudiantes 296

Fuente: Encuesta

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

La Tabla 3 muestra que en el caso de las estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", la mayor cantidad de ellas la usa para comunicarse (93.5%), seguido de entretenerse (80.9%) y buscar información (79.6%). La teoría de redes en una de sus principios menciona que los actores - en este caso las estudiantes - se proporcionan mutuamente diversas cosas y lo hacen con mayor o menor grado de intensidad (Ritzer, 1997); es decir, las estudiantes se proporcionan información a través de estas redes sociales y unas lo hacen con más intensidad que otras; por otro lado, Habermas afirma que todo aquel que domine un lenguaje natural puede en virtud de su competencia comunicativa comprender en principio y hacer comprender al otro, interpretar las expresiones del otro con tal que tenga sentido. La comunicación es muy resaltante en las estudiantes que usan las redes sociales, pero para que sea entendida como acción comunicativa, se debe entender además que es una interacción de dos sujetos agentes, que interactúan simbólicamente, pero que

esta comunicación también se orienta a normas que defienden expectativas recíprocas de comportamiento. ¿Por qué la mayoría de estudiantes usa las redes sociales para comunicarse, ya sea en cantidad o prioridad? Justamente porque la acción comunicativa se efectúa en juegos del lenguaje convertidos en hábitos y normativamente asegurados en los que los sujetos forman una interacción social (Habermas, 1984).

3.1.3. Condiciones materiales de las redes sociales

A. Tiempo y horario de uso de las redes sociales

Tabla 4: Tiempo de uso de las redes sociales Facebook y Twitter según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

min/día	Twitter		Facebook	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-30	69	22.3	71	23.0
30-60	28	9.1	91	29.4
60-120	5	1.6	70	22.7
120 a más	0	0.0	56	18.1
No usa esta red	170	55.0	1	0.3
No usa ninguna red	13	4.2	13	4.2
Total	309	100.0	309	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El tiempo dedicado a las redes sociales es principalmente de 0 a 30 minutos por día para la red social Twitter (22.3%); y, para la red social Facebook es de 30 a 60 minutos por día (29.4%) (Ver Tabla 4)

Tratando específicamente de la red social Facebook, la Tabla 5 muestra que del 100% de estudiantes que conforman la muestra, mayoritariamente

usan el Facebook todos los días (46.3%), principalmente en las tardes (23.6%), en un tiempo mayor o igual a los 120 minutos por día (14.6%).

Tabla 5: Horario y minutos de uso de la red social Facebook según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Días	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
Todos los días	0.3	23.6	21.7	0.6	46.3	8.4	10.7	12.6	14.6	46.3
2-3 veces por semana	0.6	25.9	10.0	0.0	36.6	8.4	15.2	9.7	3.2	36.6
1 vez a la semana	0.3	7.4	1.9	0.0	9.7	5.8	3.2	0.3	0.3	9.7
2-3 veces al mes	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	1.3	1.0	0.0	0.3	2.6
Ns/No*					0.3					0.3
No tiene Facebook					0.3					0.3
No usa ninguna red social					4.2					4.2
Total					100.0					100.0

* Estudiantes que no saben, no opinan.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Los que usan el Facebook 2 a 3 veces por semana, representa el 36.6%; y de éstas mayormente, al igual que las que usan todos los días, usan el Facebook por las tardes, en un tiempo que va de 30 a 60 minutos por día.

Se sabe que el desarrollo de las clases se da por las mañanas en la Institución Educativa, por lo que en las tardes las estudiantes tienen actividades de clase a desarrollar, pero también existe mucha actividad en el Facebook. De acuerdo a la Tabla 5 se puede apreciar que las estudiantes usan la red social, ya sea todos los días, 2 a 3 veces por semana, una vez a la semana, y 2 a 3 veces por mes, pero la común en todos estos horarios es que mayormente se accede en las tardes.

La Tabla 6 muestra que el uso de la red social Twitter es muy escaso; del 100% de estudiantes 7.8% no sabe no opina, el 55% no tiene Twitter y el

4.2% no usa ninguna red social. De las que si usan, el 12% la usa una vez a la semana principalmente por la tarde (7.8%) mayormente de 0 a 30 minutos por día (8.7%), siendo este el horario más usado, seguido de los que usan el Twitter 2 a 3 veces al mes (11%), principalmente en las tardes (6.1%), en un tiempo que va de 0 a 30 minutos por día (9.1%).

Tabla 6: Horario y minutos de uso de la red social Twitter según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Días	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60 < 120	120 a más	
1 vez a la semana	0.0	7.8	4.5	0.0	12.3	8.7	3.2	0.3	0.0	12.3
2-3 veces al mes	1.6	6.1	2.9	0.3	11.0	9.1	1.6	0.3	0.0	11.0
2-3 veces por semana	0.6	3.9	2.6	0.0	7.1	3.6	3.2	0.3	0.0	7.1
Todos los días	0.0	1.0	1.3	0.3	2.6	1.0	1.0	0.6	0.0	2.6
Ns/No					7.8					7.8
No tiene Twitter					55.0					55.0
No usan ninguna red social					4.2					4.2
Total					100.0					100.0

* Estudiantes que no saben, no opinan.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Tanto en Facebook como en Twitter el uso es también es por las mañanas, pero muy poco; y, el lugar donde se usa es justamente la Institución Educativa, y lo resaltante es cómo es posible esto, ya que es horario de estudio. La respuesta la manifiestan los docentes al afirmar que han encontrado en varias ocasiones a sus estudiantes, especialmente con celular, Tablet, distraídas en clase, a pesar que la I.E prohíbe el ingreso de equipos electrónicos, salvo algunas Laptops - las estudiantes no son muchas (1, 2 ó 3) - Ellas saben que no deben portar estos objetos electrónicos durante las clases, ya que les desconcentra y las distrae totalmente. Solo 3 docentes de

los 14 entrevistados manifiesta que no han encontrado a ninguna de sus estudiantes distraídas con algún objeto electrónico en su clase.

B. Medios de acceso

Tabla 7: Medios de acceso a las redes sociales según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Dispositivo	Frecuencia	Porcentaje
Celular	148	47.9
Laptop	67	21.7
Computadora de escritorio	60	19.4
Tablet	20	6.5
Otros*	1	0.3
No usa ninguna red social	13	4.2
Total	309	100.0

* Cabinas de Internet, Tv, etc.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Manuel Castells menciona que vivimos en una sociedad red cuya estructura social está constituida de redes potencialmente de tecnologías de la información y de la comunicación basada en la microelectrónica (Castells, 2004), es por ello que tanto en Facebook, Twitter y las demás redes sociales, los medio más usados para acceder son en primer lugar el celular (47.9%), ya que es un dispositivo de fácil acceso que está al alcance de todos y muchos de ellos tienen aplicaciones instaladas o para instalar relacionadas a las redes sociales, facilitando su uso. Además las líneas telefónicas entran por ahora en un proceso de competencia por brindar más posibilidades de tener internet en los celulares. Como segundo medio más usado está la laptop (21.7%), un equipo móvil con el cual se puede acceder rápidamente a las redes sociales, ya que se puede movilizar de un lugar a otro, cuanta con la función Wi-fi que sirve para conectarse a internet en lugares en donde exista esta señal. Como

tercer medio más usado para acceder a las redes sociales es la computadora de escritorio (19.4%). En este caso es un equipo electrónico que no es móvil, por lo que muchas estudiantes pueden tener en sus casas, sin embargo para ingresar a las redes sociales es importante e indispensable contar con internet. Como cuarto medio de acceso esta la Tablet (6.5%), un equipo móvil de reciente entrada en los mercados de la región cuyo precio se mantiene un poco elevado hasta el momento, pero que en comparación con los celulares, su precio es inferior; la mayoría de las Tablet's se conectan a internet mediante Wi-fi, por lo tanto se necesitan lugares con esta señal. En quinto lugar se encuentran otros medios (0.3%), que en su mayoría son cabinas de internet (Ver Tabla 7). El uso de todos estos equipos electrónicos obedece a que en la actualidad las características del sistema de información y comunicación es la capacidad de auto-expansión de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad; su capacidad para recombinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente; y su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalización. (Castells, 2004, pág. 34)

C. Lugares de acceso

Los lugares de acceso tienen relación directa con los medios de acceso. La Tabla 8 muestra que el lugar de mayor acceso a las redes sociales según las estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita 2015, es en su casa (74.8%) y de acuerdo al análisis de las redes sociales Facebook y Twitter, es por las tardes. El segundo lugar donde se accede no tiene un punto geográfico específico ya que se accede en cualquier lugar (9.4%), porque es mediante el

móvil (mayormente el celular, ya que en ella cuentan con internet, o la Tablet ya que ambas cuentan con Wi-fi), esto gracias al aspecto técnico de la globalización; es decir, con la implantación de nuevas tecnologías especialmente las revoluciones tecnológicas, vinculadas con las modernas posibilidades de elaboración y transferencias de información. Con rapidez y “on line” permiten unir incluso regiones del mundo muy distantes (Hirsch, 1996, págs. 95 - 105).

Tabla 8: Lugares de acceso a las redes sociales según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Casa	231	74.8
En cualquier lugar*	29	9.4
Lugares con Wifi	23	7.4
Casa de familiares	6	1.9
Otros	4	1.3
casa de amigo	1	.3
centro educativo	1	.3
biblioteca	1	.3
No usa ninguna red social	13	4.2
Total	309	100.0

* A través de cualquier dispositivo móvil.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

El tercer lugar de mayor acceso son en donde existe la función Wi-fi (7.4%), es decir que pueden ser la institución educativa en donde concurren, centros comerciales, su casa o casa de sus amigos o familiares que cuenten con Wi-fi, etc. Es por ello que el cuarto, quinto y sexto lugar de acceso es la casa de familiares, otros lugares y casa de amigos respectivamente. El centro educativo, así como la biblioteca, son los lugares de menor acceso, ya que en la institución educativa en donde asisten no se les permite el ingreso de celulares y otros dispositivos electrónicos, salvo algunas laptops que se autorizan u otros dispositivos electrónicos que ingresan sin que el personal de

la institución se lo autorice y esto se comprueba porque algunos docentes han encontrado en algún momento a sus estudiantes distraídas en clase con el celular.

3.1.4. Flujos de información

A. Páginas en las redes sociales

Páginas en Facebook: Son sitios creados por Facebook, en donde una persona puede decidir unirse a una de ellas y todo lo publicado por el creador y los administradores de la página aparecerá en los paneles o muros de inicio de los admiradores (usuarios que han hecho clic en "Me gusta"); en cambio, las cosas que publiquen los seguidores en el muro de la página solo se podrán ver acudiendo directamente allí. Por lo tanto, la comunicación no es tan abierta como en los grupos, pero promocionalmente es mucho más directa. (Periodistas hoy.es)

Lo que suceda en las páginas "Me gusta" es lo que se aprecia en las redes y en los muros de cada una de las personas, además de las publicaciones de amigos y seguidores; es decir, el contenido de Facebook es definido en gran parte por estas páginas, que puede o no ayudar a las estudiantes en su vida académica.

En primer lugar el número de páginas a los que le dan "Me gusta" las estudiantes son el 92.2% y tan solo el 3.6% no le da me gusta a ninguna página, y los que no usan ninguna red social representan el 4.2%.

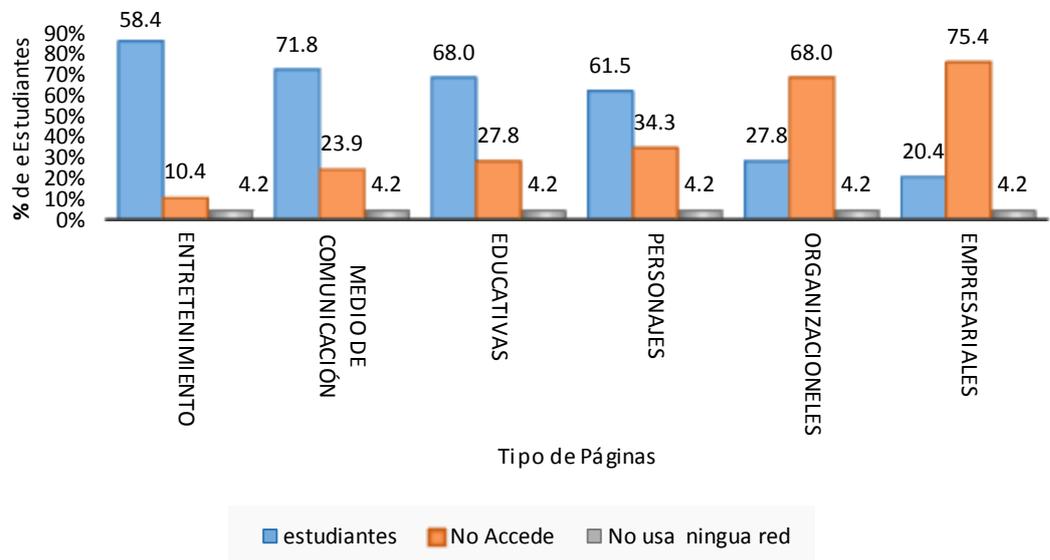
Tabla 9: Número de páginas en Facebook que le dan “Me Gusta” según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

N° de páginas	porcentaje de estudiantes
1 - 14226	92.2
0 (ninguna)	3.6
No usa ninguna red social	4.2
Total	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

La variedad de número de páginas es de 150 cuyo número mínimo de páginas es 1 (uno) y el máximo de páginas que le dan “Me Gusta” es 14 226, el promedio de páginas a los que se accede es de **470**.

Figura 2: Páginas de acceso en Facebook según % de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Luego de analizar los estadísticos descriptivos ahora se analiza el tipo de páginas a los que se accede, es decir, no solo basta con saber que se acceden

a páginas en Facebook sino a qué tipo, ya que de ello depende - como se menciona líneas atrás - el tipo de información y el contenido de la red social al que se accede. En ese sentido, se aprecia en la Figura 2 que mayormente se accede a páginas de entretenimiento en un 58.4%, es decir que de 309 estudiantes, 264 acceden a páginas de entretenimiento, frente a un 10.4% que no accede a este tipo de páginas en Facebook o no le da “Me gusta”

Las paginas en Facebook relacionadas a los medios de comunicación abarcan el segundo lugar con un 71.8%, que es también muy significativo.

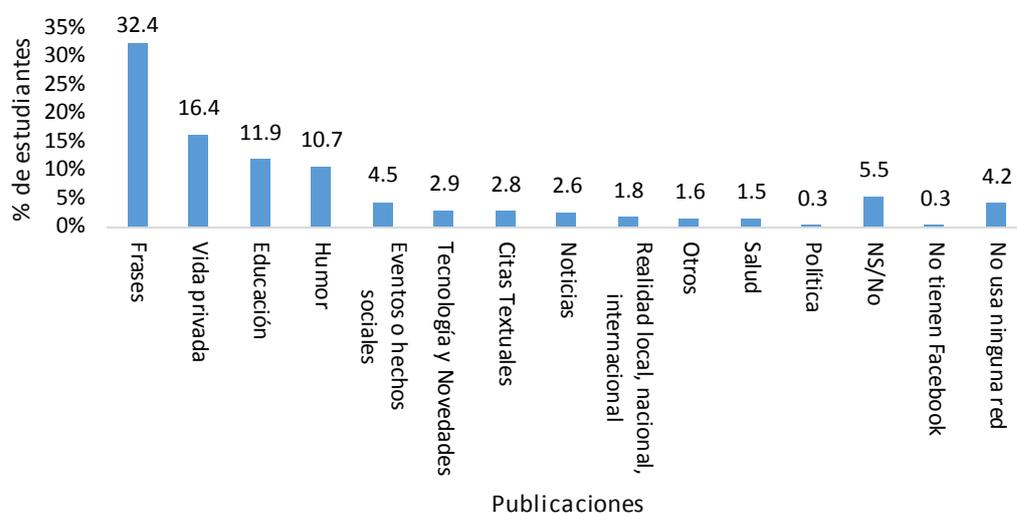
Las paginas educativas, tales como instituciones educativas - privadas / públicas - talleres de estudio, entre otros, ocupan el tercer lugar de la lista de páginas en Facebook con más Me gusta (68%), es decir de 309 estudiantes, 210 acceden a ellas.

B. Publicaciones en las redes sociales

Facebook: Las publicaciones que se dan en las redes sociales son muy variadas; sin embargo, a continuación se presenta las publicaciones que se dan mayormente en Facebook.

Rápidamente se puede contrastar en la Figura 3 que las estudiantes publican mayormente frases (32.4%); en segundo lugar, lo que mayormente publican sucede sobre su vida privada (16.4%); es decir, sus estados de ánimo, cosas que hicieron, etc. El tema educativo se ubica en el puesto tres, lo que significa solo representa al 11.9% de estudiantes.

Figura 3: Contenido de las publicaciones en Facebook según % de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Tabla 10: Publicaciones con más comentarios en Facebook según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Publicaciones con más comentarios	Frecuencia	%
Frases	79	25.6
Otros	74	23.9
Vida privada	43	13.9
Humor	22	7.1
Eventos o hechos sociales	16	5.2
Educación	11	3.6
Noticias	6	1.9
Citas textuales	5	1.6
Tecnología y novedad	5	1.6
Salud	2	.6
Realidad local, nacional, internacional	1	.3
Ns/No	31	10.0
No tiene Facebook	1	.3
No usa ninguna red social	13	4.2
Total	309	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

De todas esas publicaciones que se realizan en la red social Facebook, las estudiantes le hacen más comentarios a frases (25.6%), otros temas (23.9%) y vida privada (13.9%). El tema educativo ocupa el sexto lugar con tan solo el

3.6% de estudiantes, siendo esto un porcentaje muy reducido a pesar de ser el tercer tema que más se publica en Facebook. (Ver Tabla 10)

Tabla 11: Temas de conversación en Facebook según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Tema	Frecuencia	%
Vida privada	112	36,2
Educación	108	35,0
Otros	34	11,0
Humor	4	1,3
Eventos o hechos sociales	3	1,0
Salud	3	1,0
Frases	3	1,0
Tecnología y novedad	2	0,6
Ns/No	26	8,4
No tiene Facebook	1	0,3
No usa ninguna red social	13	4,2
Total	309	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

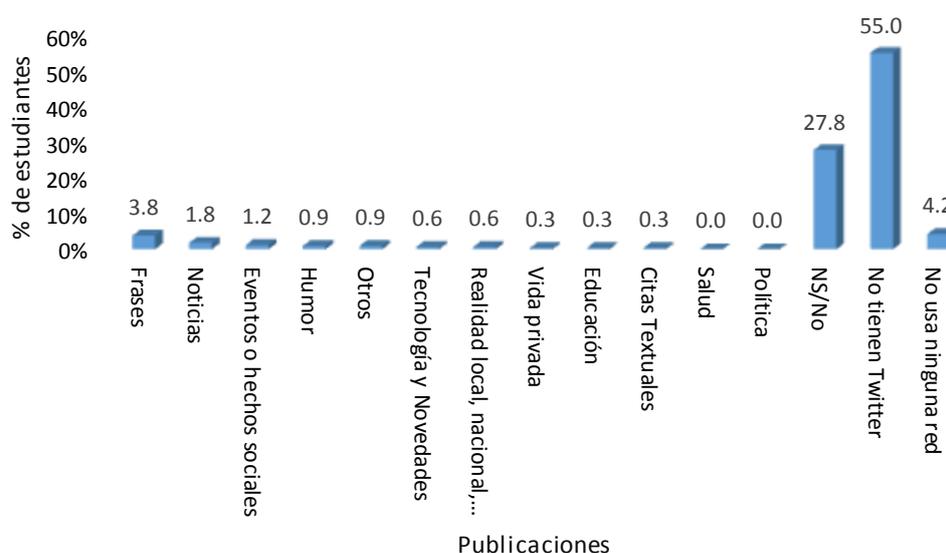
Cuando conversan con sus amigas o compañeras a través de Facebook, conversan mayormente temas que tiene que ver con su vida privada (36.2%), pero también sobre temas educativos (35%) y otros (11.0%). Los temas de conversación entre vida privada y educación no es mucha la diferencia, tan solo el 1.2% (Ver Tabla 11); es decir, conversar sobre su vida privada, pero a la vez sobre temas de educación usando el Facebook como una herramienta para transmitir información entre compañeras, preguntar sobre sus tareas o actividades de colegio, mandarse los trabajos, resolver dudas con sus maestros en algunas ocasiones.

Twitter: El Twitter es una red social no tan usada por las estudiantes de nivel secundario, ya que más de la mitad – 55% - no la usa, y el 4.2% no usa ninguna red social.

Se aprecia en la Figura 4 que el 3.8% - los que lideran la lista – publica mayormente frases y en segundo lugar es noticias (1.8%), ya que en esta red

social los personajes públicos hacen mayor uso. También se publican en tercer lugar eventos o hechos sociales (1.2%). Lo que menos publican las estudiantes en Twitter es sobre su vida privada, educación y citas textuales. Ninguna estudiante hace publicaciones en temas de salud y política.

Figura 4: Contenido de las publicaciones en Twitter según % de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Tabla 12: Publicaciones con más comentarios en Twitter según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Publicaciones con más comentarios	Frecuencia	Porcentaje
Frases	11	3.6
Otros	9	2.9
Noticias	3	1.0
Educación	2	0.6
Vida privada	2	0.6
Tecnología y novedad	2	0.6
Eventos o hechos sociales	1	0.3
Realidad local, nacional, internacional	1	0.3
Ns/No	95	30.7
No tiene Twitter	170	55.0
No usa ninguna red social	13	4.2
Total	309	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

De todas las publicaciones que se realizan en la red social Twitter, la que recibe más comentario es el tema de frases (3.6%) y otros temas (2.9%). El tema educativo ocupa el cuarto lugar en las publicaciones con mayores comentarios (0.6%). Los temas que reciben menos comentarios son eventos o hechos sociales (0.3%) y temas relacionados a la realidad local, nacional e internacional (0.3%) (Ver Tabla 12)

Tabla 13: Temas de conversación en Twitter según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015

Tema	Frecuencia	%
Otros	8	2,6
Vida privada	4	1,3
Educación	3	1,0
Noticias	3	1,0
Frases	2	,6
Tecnología y novedad	2	,6
Citas textuales	1	,3
Humor	1	,3
Ns/No	102	33,0
No tiene Twitter	170	55,0
No usa ninguna red social	13	4,2
Total	309	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Cuando conversan por Twitter, el 2.6% conversa temas muy variados, el 1.3% conversa temas de vida privada, el 1% sobre educación. (Véase Tabla 13)

Tanto en Twitter como en Facebook el tema educativo no es el principal tema de conversación, pero tampoco es el último, ya que en Facebook es el segundo tema de conversación y en Twitter el tercero.

3.1.5. Interrelaciones sociales

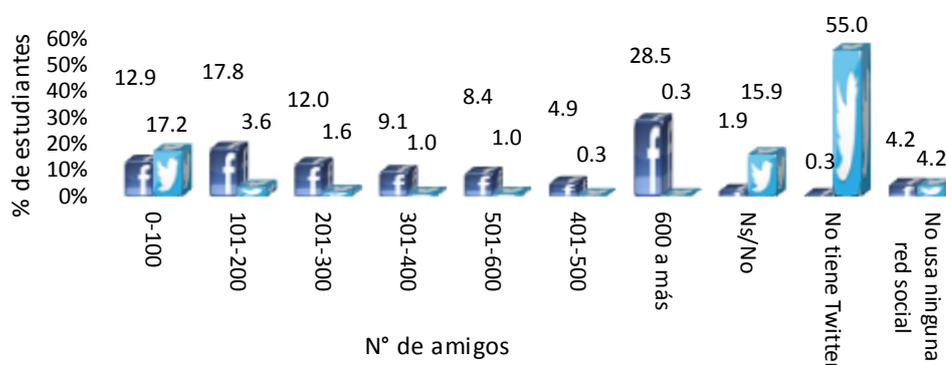
A. Los amigos de las redes sociales

Los amigos son personas de aproximadamente la misma edad, que comparten actitudes similares y poseen un estatus social semejante. Son grupos que carecen de organización formal y de funciones manifiestas fijadas desde fuera.

Con las nuevas tecnologías y el boom de las redes sociales, tener amigos es muy fácil y su cantidad es muy alta, tan así que en Facebook el 28.5% de estudiantes de la I.E Emblemática “Santa Teresita” tiene entre 600 a más amigos. En Twitter, la mayoría de estudiantes (17.2%) tiene de 0 a 100 seguidores (amigos) (Véase la Figura 5).

La pregunta es, de esa cantidad de amigos que tienen, ¿cuántos les ayudan en sus actividades de colegio?, ¿Cuántos comparten sus problemas familiares? y ¿Cuántos comparten sus éxitos personales?

Figura 5: Amigos y seguidores en Facebook y Twitter según % de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



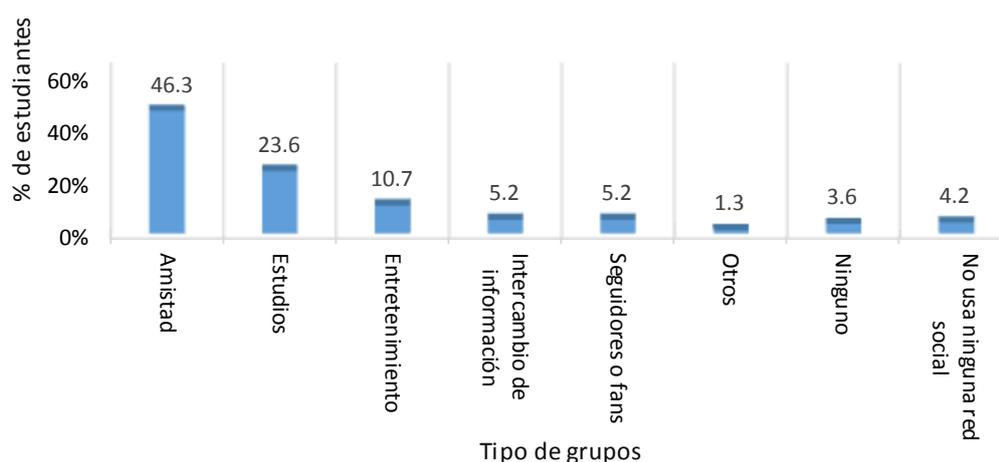
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

En promedio las estudiantes tienen 24 amigos o seguidores - entre Facebook y Twitter - que le ayudan en sus tareas o actividades de colegio; siendo el mínimo 0 y el máximo 200; 7 amigos que comparten sus problemas familiares (mínimo 0, máximo 250) y en promedio tienen 42 amigos que comparte sus éxitos personales (mínimo 0, máximo 632)

B. Grupos en las redes sociales

Los grupos en las redes sociales son agrupación de perfiles de usuarios creados para tratar un tema de interés concreto. Sus participantes adquieren el nombre de "miembros". Los comentarios que realizan sus miembros dentro del grupo únicamente se pueden leer allí. El creador del grupo puede decidir si el contenido es público o privado.

Figura 6: Grupos de pertenencia según % de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca – 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

En el caso de la I.E. Emblemática Santa Teresita, los grupos a lo que mayormente acceden las estudiantes, según la Figura 6, son grupos de amistad (46.3%), estudio (23.6%), entretenimiento (10.7%), grupos de intercambio de información (5.2%), de seguidores o fans (5.2%) y otros (1.3%).

Hasta aquí una mirada de la situación de las redes sociales en las estudiantes del nivel secundario de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca. Ahora la pregunta es cómo se comporta las redes sociales en relación a las estudiantes que tienen alto, medio, regular y bajo rendimiento académicos. En el siguiente bloque se trata este tema a mayor profundidad.

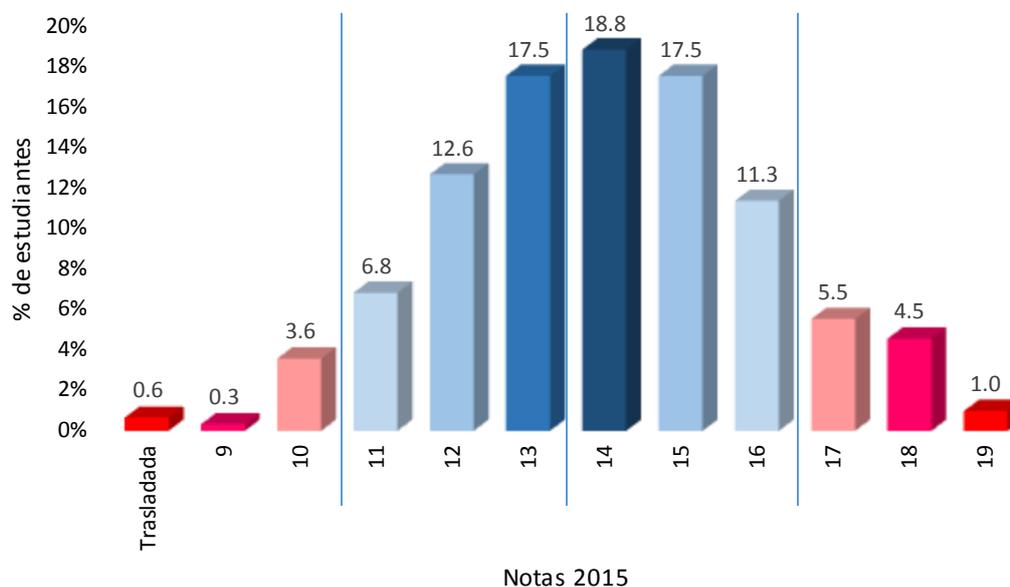
3.2. Situación educativa de las estudiantes de la Institución Educativa Santa Teresita y las redes sociales

3.2.1. Situación académica

La población mayoritaria acumula nota de 13, 14 y 15 (53.8%). Las notas inferiores van de 9 y 10 cuyo porcentaje de estudiantes es el 0.3% y 3.6% respectivamente. Las notas muy altas (17, 18, 19) representan el 11% del total de estudiantes.

El 0.6% son estudiantes que formaron parte del recojo de información, sin embargo sus notas no son posibles presentarlas porque fueron trasladadas a otra institución. (Véase la Figura 7)

Figura 7: Porcentaje de estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca, según notas 2015



*Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, realizado por la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015.
Elaboración: Propia*

En la Tabla 14 se puede apreciar que las calificaciones altas son para el área de Persona, Familia y Relaciones Humanas, Educación Física, y Arte. Las menores calificaciones se muestran para los cursos de Ciencia, Tecnología y Ambiente, Comunicación, y como último Matemática.

En las áreas de Matemática y Comunicación las estudiantes tienen las calificaciones más bajas en relación al resto de áreas cuyo promedio es de 13. Ésta situación es parecida a la del año 2014 (véase Figura 8) , ya que para ese año las estudiantes lograron obtener las notas más altas en Persona, Familia y Relaciones Humanas; Educación Física, y Educación Religiosa con nota promedio de 16, y las notas más bajas en los cursos de Matemática y Comunicación, cuyo promedio fue 13.

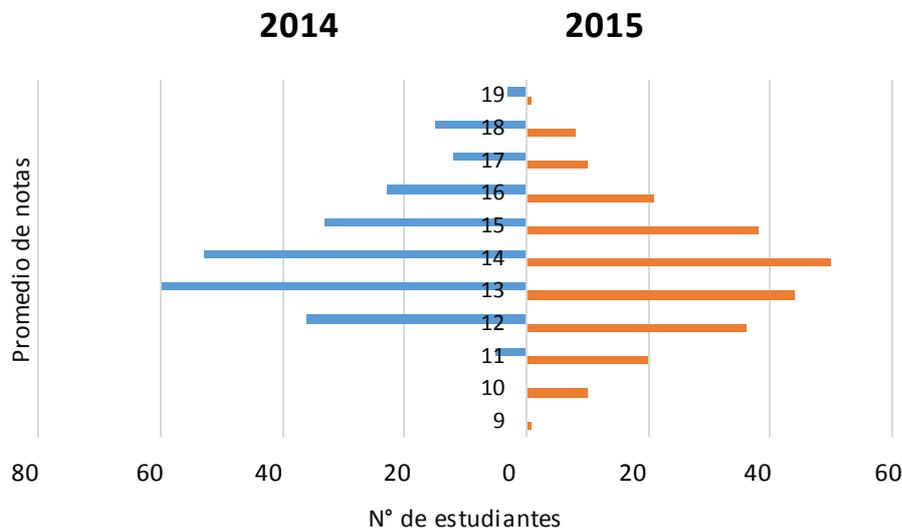
Tabla 14: Promedio de notas de la I.E. Emblemática Santa Teresita - Cajamarca, por grado y curso 2015

grado sección	matemática	persona, familia y relaciones humanas	Comunicación (taller)	educación religiosa	educación física	historia, geografía y economía	formación ciudadana y cívica	arte	Inglés	educación para el trabajo	ciencia, tecnología y ambiente	Situación Final		
												prom. gnral. per.	Prom Gral	N° áreas desaprobadas
1 B	12	19	12	15	16	14	16	18	15	16	15	15.19	15	1
1 E	14	17	12	17	17	15	16	17	14	15	15	15.30	15	0
2 D	12	17	11	14	12	12	14	15	12	14	12	13.16	13	2
2 G	12	17	13	14	13	13	15	16	13	14	11	13.66	14	2
3 F	12	17	12	13	12	14	12	12	13	12	11	12.61	13	3
3 H	12	17	12	12	11	13	12	12	14	12	14	12.90	13	3
4 C	12	15	15	14	16	10	14	14	14	13	13	13.70	14	2
4 D	13	15	14	17	18	12	15	13	16	14	14	14.66	15	1
4 G	13	17	13	16	15	11	14	16	13	13	14	14.05	14	2
5 A	12	12	13	17	16	15	14	16	13	13	12	13.94	14	1
5 G	15	14	12	17	16	14	15	16	15	14	12	14.55	15	1
Promedio	12.4	16.2	12.7	15.2	14.6	13.0	14.3	15.1	13.7	13.7	13.0	14	14	1
Mínimo	12	12	11	12	11	10	12	12	12	12	11	13	13	0
Máximo	15	19	15	17	18	15	16	18	16	16	15	15	15	3

Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, realizado por la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015.

Elaboración: Propia

Figura 8: Estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, según notas y año 2014 - 2015



Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, realizado por la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015.

Elaboración: Propia

Las estudiantes en el año 2014 tuvieron un promedio, que en el 2015 se refleja de la misma manera.

3.2.2. Calificaciones y redes sociales

Las estudiantes que cuentan con alguna red social, relacionada con su promedio de notas en el 2015, se muestra la Tabla 15 que la mayoría de ellas saca nota entre 14 y 15, mientras las que no usan ninguna red social, la mayoría saca 13 y 14.

Tabla 15: Relación del uso de las redes sociales con el promedio de notas 2015, según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca

		Promedio de notas 2015											Total de estudiantes	
		0	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		19
¿Cuenta con alguna red social?	NO	1	0	0	1	0	4	4	3	0	0	0	0	13
	SI	1	1	11	20	39	50	54	51	35	17	14	3	296
Total		2	1	11	21	39	54	58	54	35	17	14	3	309

Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, realizado por la Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015.

Elaboración: Propia

Las que usan redes sociales sacan notas que van desde 9 hasta 19, y las que no usan las redes sociales, sus notas son 11, 12, 13 y 15,

Las estudiantes que no usan las redes sociales, no son las que sacan las mejores notas, ni tampoco las peores notas, en cambio las que si la usan, sus notas son muy variadas.

La hipótesis plantea que las redes sociales influyen de manera positiva para aquellas estudiantes que tienen rendimientos muy altos y altos e influye de manera negativa para aquellas estudiantes cuyos rendimientos académicos son regulares y bajos; entonces de acuerdo a la información de la Tabla 16 las estudiantes que si cuentan con al menos una red social, su promedio de notas es mayor a las que no cuentan con ninguna red social, es decir las estudiantes que

si tienen y usan las redes sociales tienen un promedio de 13, frente al promedio 11 de las estudiantes que no tienen ni usan ninguna red social.

Tabla 16: Redes sociales y promedio de notas 2015, según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca

¿Cuenta con alguna red social?	Promedio de notas 2015
NO	11
SI	13

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

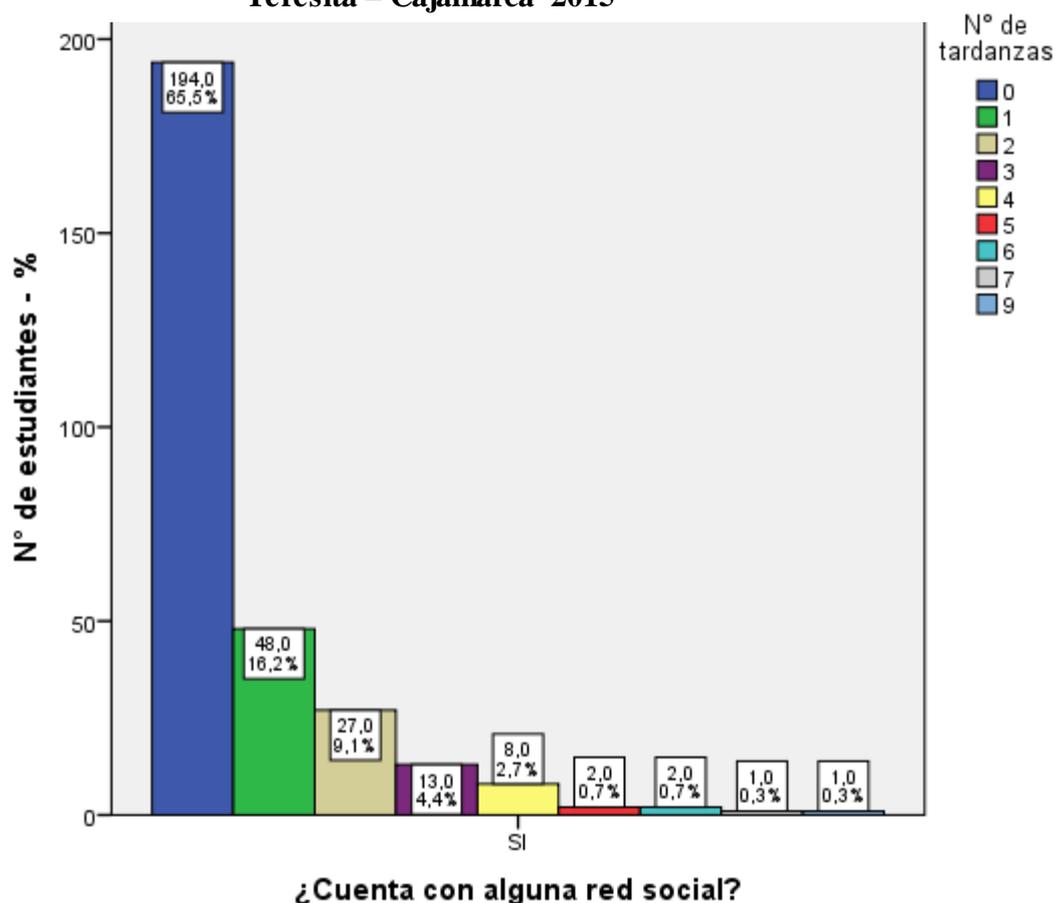
3.2.3. Tardanzas, faltas y redes sociales

Las tardanzas y faltas a clases son actitudes que las estudiantes suelen realizar. Existen múltiples razones, dentro de ellas las más comunes es la lejanía de las casas a la Institución Educativa, pero también se consideran que las tardanzas y faltas se dan por cuestiones de organización familiar.

En este caso, (véase la Figura 9) el uso de las redes sociales no son un elemento directo que influye en las tardanzas de las estudiantes, ya que del 100% de estudiantes, el 96% (296 estudiantes) usa las redes sociales; y de ellas el 65.5% nunca ha llegado tarde, mientras que el 16.2% ha llegado tarde una sola vez.

Del total de la muestra, el 4.6% (13 estudiantes) representa a los que no usan redes sociales y de ellos 61.5% (8 estudiantes) nunca ha llegado tarde, y 15.38% (2 estudiantes) solo ha llegado tarde una vez. Si lo comparamos con los que tienen y los que no tienen redes sociales se aprecia que en ambos caso la situación es similar con relación a las tardanzas y el uso de las redes sociales.

Figura 9: Número tardanzas según uso de redes sociales en las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca 2015



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

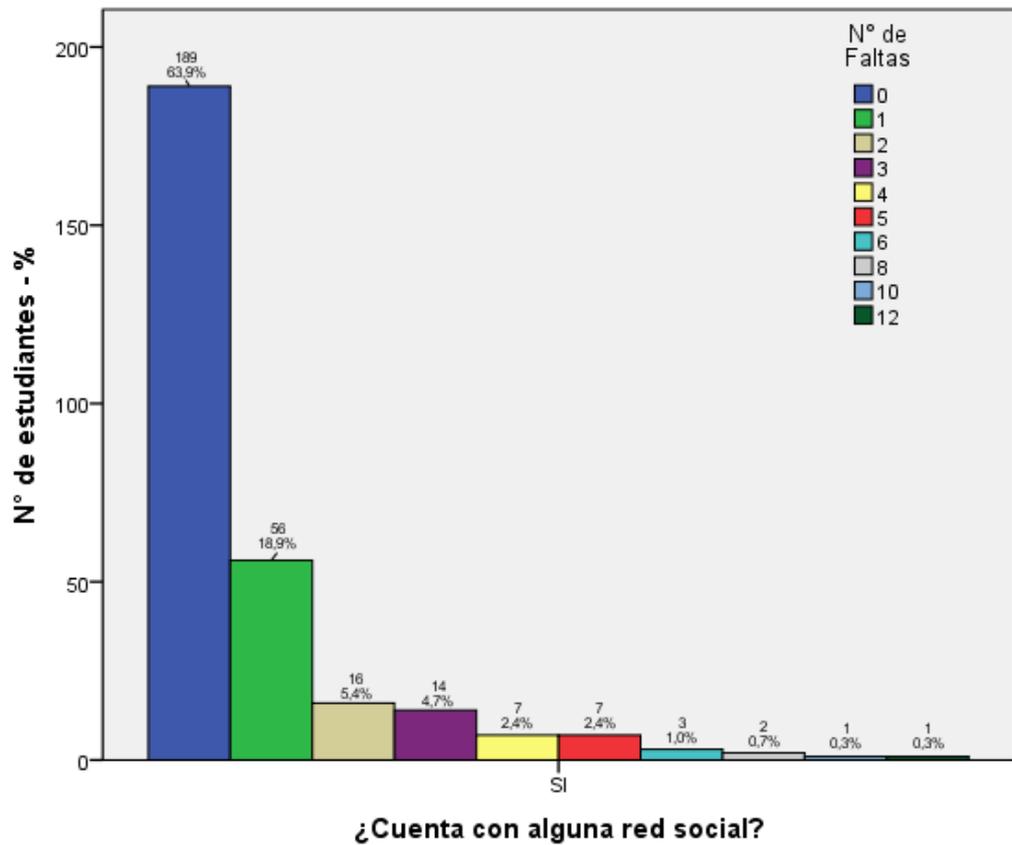
Las faltas a clases es en promedio es una sola vez, cuyo número mínimo es 0 faltas, y el número máximo de faltas es de 12. (Figura 10)

De las estudiantes que cuentan con al menos una red social se aprecia en la Figura 10 que el 63.9%, es decir 189 estudiantes, jamás ha llegado tarde, el 18.9% ha llegado tarde una sola vez, el 5.4% ha llegado tarde solo 2 veces.

Las estudiantes que no usan las redes sociales, representan el 4.2%, es decir 13 estudiantes y de ellas el 54% (7 estudiantes) jamás ha faltado a clases,

el 23% ha faltado una sola vez, el 15% ha faltado 2 veces y el 8% ha faltado 4 veces.

Figura 10: Número faltas según uso de redes sociales en las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca 2015



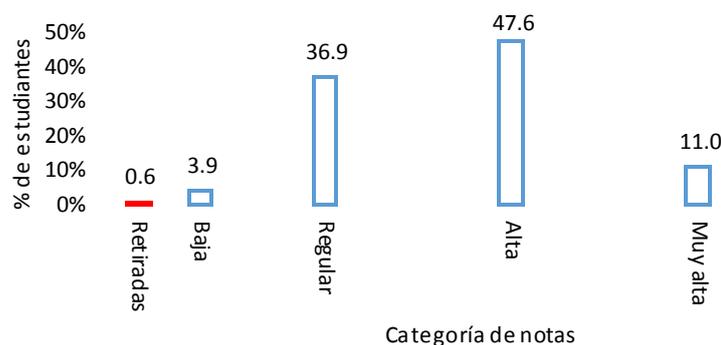
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

3.2.4. Redes sociales según categoría de notas

Para la presente investigación, se ha agrupado las notas en cuatro categorías: la primera, se ubican las notas muy altas (17, 18, 19); en la segunda las notas altas (14, 15, 16), en la tercera, las notas regulares (11, 12, 13); y, en la cuarta, se ubican las notas bajas (≤ 10)

Figura 11: Categoría de notas 2015, según % de estudiantes de la I. E. Emblemática Santa Teresita – Cajamarca.



Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015.

Elaboración: Propia

El 11% de estudiantes tiene las notas muy altas (17, 18, 19), el 47.6% de estudiantes tiene las notas altas (14, 15, 16), el 36.9% tiene las notas regulares (11, 12, 13), y el 3.9% tiene las notas más bajas (≥ 10) (Ver Figura 11)

A. Categoría: Notas muy altas

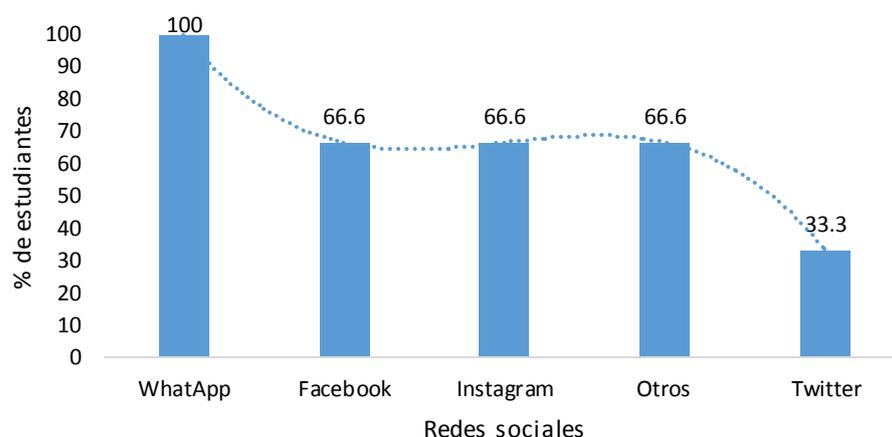
En la categoría notas muy altas están las notas 17, 18 y 19.

1. Análisis de la nota 19 con las redes sociales.

Dentro de la muestra total (309 estudiantes) las que sacan nota 19 representan el 1% (3 estudiantes). Las que sacan 19, son estudiantes de 1° grado y 2° grado (66.7% y 33.3% respectivamente). El 66,7% de ellos tiene como comportamiento AD, y el 33.3% tiene comportamiento B.

De las que sacan 19, mayormente usan WhatsApp (100% ó 3 estudiantes) y Facebook (66.6% ó 2 estudiantes) – Ver Figura 12.

Figura 12: Redes usadas por las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca 2015, según nota 19

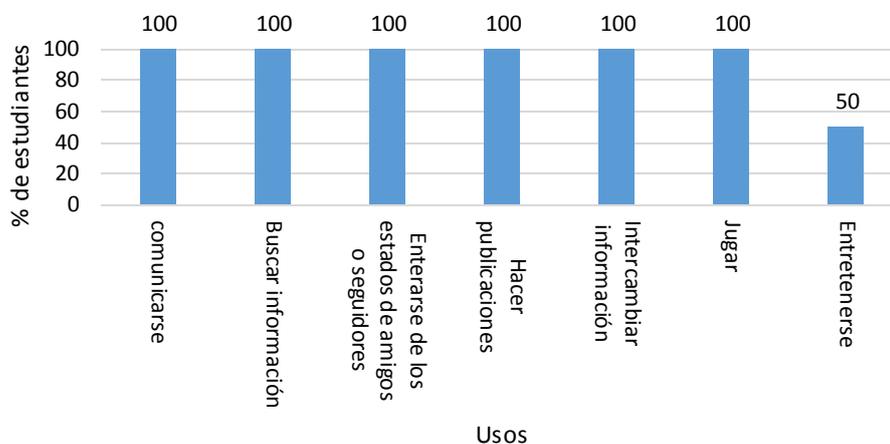


*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

La Hipótesis plantea que las redes sociales influyen de manera positiva en la estudiantes que tienen las notas muy altas y altas, entonces la pregunta es ¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en los estudios de las estudiantes que sacan nota 19?; pues sí, ya que las redes sociales para este grupo de estudiantes actúa como herramientas de búsqueda, interacción y manejo de información relevante para la educación, convirtiéndose en un elemento que facilita la comunicación y la interacción entre estudiantes.

La Figura 13 muestra que el 100% de estudiantes usan las redes sociales para comunicarse, buscar información, enterarse de los estados de amigos o seguidores, hacer publicaciones, intercambiar información y jugar; el 50% la usa para entretenerse.

Figura 13: Tipo de uso de las redes sociales Facebook y Twitter en las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, según nota 19 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Tabla 17: Horario y tiempo de uso de Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca según nota 19 (%)

Facebook	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
1 vez a la semana	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0
Todos los días	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0
Total	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El horario de uso del Facebook es 50% todos los días en la tarde entre 60 a 120 minutos por día; y, 50% una vez a la semana en la tarde en un tiempo menor o igual a 30 minutos por día. (Ver Tabla 17).

La estudiante que usa el Facebook una vez a la semana ha faltado dos veces a clases y nunca ha llegado tarde. Afirman que tienen de 101 a 200 amigos, pertenecen de 0 a 3 grupos en la red, mayormente son grupos de amistad. Accede a las redes sociales a través de su celular, mayormente en su casa.

Del total de amigos que tiene, 24 le ayudan en sus tareas o actividades de colegio, 10 comparten sus problemas familiares y 18 comparten sus éxitos personales. El número de páginas con los que cuentan o a los que se les da “Me Gusta” es 19, y de ellas son páginas organizaciones, de entretenimiento, y educativas (I.E Emblemática Santa Teresita). Lo que mayormente se publica son frases en fotos y videos y el contenido de esa publicación es especialmente sobre su vida privada; así mismo, cuando conversan o chatean con sus amigos o seguidores es también sobre vida privada.

La estudiante menciona que consulta en el Facebook sobre sus trabajos y exámenes, contacta con sus compañeras y comparte información sobre trabajos y exámenes, pero no usa el Facebook para copiar trabajos, sino más bien pide ayuda a sus compañeras, además comparte información sobre sus trabajos de clase, más no sobre los exámenes, así como tampoco obtiene información de algún centros de enseñanza mediante el Facebook. Se precisa que acceden rápido a la información que necesitan y que además el Facebook amplía sus conocimientos de manera general, pues mediante ella, pueden ayudar a sus compañeras de estudio. Si le dedican mucho tiempo al Facebook y le resta

a los estudios, ella menciona que no, pero también menciona que si le distrae y le hace perder la concentración; sin embargo, no es una adicción. En relación a si entra a páginas inadecuadas en el Facebook, ella menciona que no y tampoco conoce gente no adecuada, pero sí, en algún momento han sentido posibles peligros al dar demasiados datos personales. Las redes sociales mencionan que no le aísla del resto de sus compañeras, sino más bien como se menciona líneas atrás es un buen canal de comunicación. Si las redes sociales le ayudan a tener un mayor rendimiento académico, ella menciona que no. Ella no usa Twitter.

Es claro que la estudiante hace uso adecuado de las redes sociales, sin embargo al considerar que no le ayuda a tener un mayor rendimiento académico es un tema que está enmarcado en un pensamiento negativo frente al uso de las redes sociales, vistas como distractores de tiempo y que no es vista como una herramienta de aprendizaje, pero que en el fondo sí le ayuda a mejorar su rendimiento académico.

La estudiante que usa el Facebook todos los días ha faltado y ha llegado tarde una sola vez, tiene de 401 a 500 amigos, usa Twitter pero como tercera prioridad, accede a las redes sociales a través de su celular en cualquier lugar. Su condición es parecida a la que usan el Facebook una vez a la semana de 0 a 30 minutos, con diferencia de que ésta SÍ comparten información sobre sus exámenes a través de la red y en algún momento ha usado las redes para copiar trabajos.

Tratándose exclusivamente del *Twitter*, las publicaciones que se realizan son frases educativas, en fotos y videos, y obviamente el tema de conversación es sobre temas educativos.

Finalmente la estudiante que no usa, ni Facebook, ni Twitter, pero si usa otras redes sociales, nunca ha llegado tarde y nunca ha faltado a clase, su comportamiento es AD, y usa las otras redes sociales principalmente para comunicarse, entretenerse, y enterarse de los estado de sus amigos o seguidores, accede principalmente mediante su Tablet en su casa. No pertenece a ningún tipo de grupo en las redes sociales.

Gracias a las redes sociales - aparte de Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp – ella puede consultar información sobre sus trabajos y exámenes, comparte información de sus trabajos de clase y exámenes. En estas las otras redes que ella usa no pide ayuda a sus compañeras de clase, no accede a centros de enseñanza, no comparte información sobre sus tareas, no le dedica mucho tiempo en ellas, pero si le genera distracción. Estas otras redes amplían sus conocimientos de manera general.

Las tres estudiantes que han sacado la nota más alta de toda la Institución educativa, es decir nota 19, se les ha preguntado si las redes sociales les ayuda o no a tener un mejor rendimiento académico, ellas afirman que no; sin embargo, luego de analizar el uso que le dan a las redes sociales se comportan como herramientas que facilitan el intercambio y ampliación de conocimientos con otras personas, influenciando de manera positiva en el rendimiento académico.

2. Análisis de las notas 17 y 18 con las redes sociales

Del total de la muestra (309 estudiantes) los que sacan 17 y 18 representan el 10% (31 estudiantes). Ese 10% se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 18: Distribución de estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca (%) según nota 17 y 18 y grado académico.

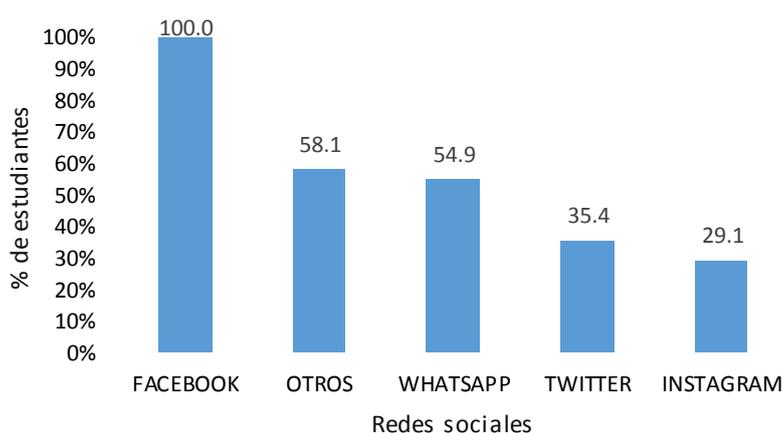
Grado	Frecuencia	%
1°	13	42
3°	5	16
5°	5	16
2°	4	13
4°	4	13
Total	31	100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El 100% (31 estudiantes) usa las redes sociales y las redes más usadas según Figura 15 son el Facebook (100%), otras redes sociales (58.1%) y WhatsApp (54.9%).

Figura 14: Redes usadas por estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca que sacan nota 17 y 18 (%)

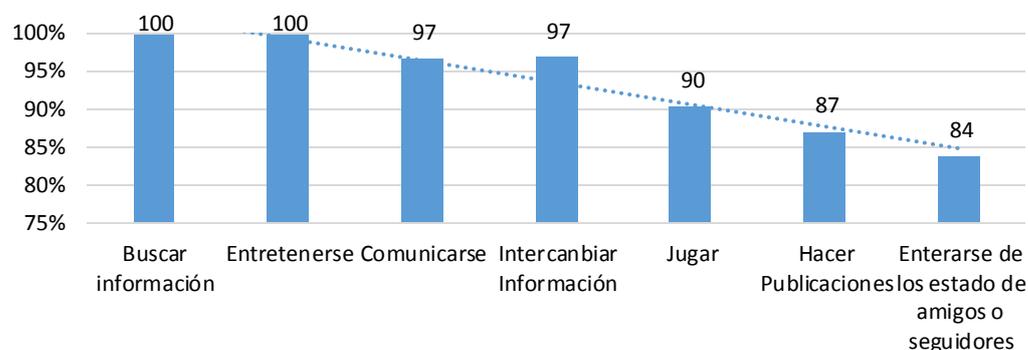


Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Las estudiantes que sacan notas 17 y 18 usan las redes sociales mayoritariamente para buscar información (100%) y entretenerse (100%)

Figura 15: Uso de redes sociales por estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, que sacan 17 y 18 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

En relación al uso específico del Facebook se plantea el horario y los minutos. Las estudiantes que tienen nota 17 y 18, usan las Facebook mayormente 2 a 3 veces por semana por la tarde de 60 a 120 minutos por día, luego la usan todos los días, también en la tarde de 30 a 60 minutos (ver Tabla 19)

Tabla 19 : Horario y tiempo de uso de Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, que sacan notas 17 y 18 (%)

Facebook	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
Todos los días	0	16.1	9.7	0	25.8	9.7	0	9.7	6.5	25.9
2-3 veces por semana	0	38.7	19.4	0	58.1	19.4	19.4	19.4	0	58.2
1 vez a la semana	0	9.7	3.2	0	12.9	6.4	6.5	0	0	12.9
2-3 veces al mes	0	0	3.2	0	3.2	3.2	0	0	0	3.2
Total					100					100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Publicaciones en las redes sociales

En **Facebook** las estudiantes que logran obtener un calificación de 17 y 18 publican mayormente frases 29%, temas educativos 26%, sobre su vida privada 13%, y las que menos se publican son noticias, citas textuales y temas sobre salud (Véase Tabla 20)

Las frases publicadas son temas libres de forma textual que puede ser en forma de fotos o videos, frases que en su mayoría son reflexiones de la vida, frases de amor, frases de sus estados de ánimo.

Las publicaciones en temas educativos mayormente se realizan en forma textual, pero también en fotos o videos, o publicación de terceros.

Por otro lado las publicaciones sobre su vida privada son en forma de fotos o videos, esto quiere decir que las estudiantes publican fotos o videos de ellas mismas o de otras personas que pueden ser sus amigos, quizás en un viaje, en una fiesta, etc. de allí la frase "Foto pal face". Pero las publicaciones textuales sobre su vida privada representa la menor cantidad de estudiantes, es decir, existen estudiantes que publican sus estados de ánimo, "que es lo que hicieron ese día", "qué harán después", "con quién saldrán", etc. Pero la gran minoría publica su vida privada en fotos o en algunos videos.

La publicación que menos se realiza son noticias, citas textuales y salud. Existen en el Facebook muchas cadenas televisivas, revistas y periódicos que publican noticias de una diversidad de temas que son de interés para muchas personas, si a alguien le parece interesante y desea

que otras personas también se enteren, entonces comparten esa información en sus muros de Facebook o el de otros amigos o grupos en los que pertenece; sin embargo, en el caso de las estudiantes, este acto de publicar noticias de terceros es un acto de menor medida. Las citas textuales se refieren a textos que se han sacado de otra fuente externa a las redes sociales, pero que se usan para ser publicadas, estas frases pueden ser de algún autor o personaje que tiene cierto conocimiento en algún tema. Y por último los temas de salud que se publicaban son fotos o videos, que mayormente son las que piden ayuda o un “Like”, para algún familiar o persona que se encuentra delicado (a) de salud.

Tabla 20: Publicaciones en Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

Publicaciones	Frecuencia	%
Frases	9	29
Educación	8	26
Vida privada	4	13
Humor	3	10
Tecnología y novedad	2	6
Noticias	1	3
Citas textuales	1	3
Salud	1	3
Otros	0	0
Eventos o hechos sociales	0	0
Realidad local, nacional, internacional	0	0
Ns/No	2	6
Total	31	100

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

De las publicaciones que se muestra en la Tabla 20, la que recibe más comentarios es frases (29%) (Ver Tabla 21), en forma de texto, que en su mayoría son cortos principalmente en forma de fotos o videos – y otros temas muy variados (25.8%).

Tabla 21: Publicaciones con más comentarios en Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

Tema	Frecuencia	%
Frases	9	29,0
Otros	8	25,8
Educación	3	9,7
Humor	3	9,7
Tecnología y novedad	2	6,5
Vida privada	1	3,2
Noticias	1	3,2
Ns/No	4	12,9
Total	31	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El tema educativo recibe el tercer lugar en publicación con más comentarios (9.7%), seguido en orden de importancia por humor, tecnología y novedad, vida privada y noticias.

Los temas que las estudiantes conversan en Facebook son temas educativos (67.7%); es decir sobre sus clases, trabajos académicos y tareas pendientes. El segundo tema de conversación es sobre su vida privada (16.1%), luego otros temas y por último sobre tecnología o alguna novedad en este rubro (Ver Tabla 22).

Tabla 22: Temas de conversación en Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

Tema	Frecuencia	%
Educación	21	67,7
Vida privada	5	16,1
Otros	2	6,5
Tecnología y novedad	1	3,2
Ns/No	2	6,5
Total	31	100,0

Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

En **Twitter**, de las estudiantes que logran obtener un calificación de 17 y 18, tan solo 11 usan Twitter y de ellas 9, que representa en 29% no sabe y no opina sobre las publicaciones que hace en esta red social.

Tabla 23: Publicaciones en Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

Publicación	Frecuencia	%
Noticias	1	3,2
Frases	1	3,2
Ns/No	9	29,0
No tiene Twitter	20	64,5
Total	31	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Tan solo 2 estudiantes (6.4%) publican en Twitter tanto noticias (3.2%) como frases (3.2%). Twitter por ser una red social no tan usada por las estudiantes, entonces no existe mucha actividad dentro de ella, por lo que las publicaciones también son muy escasas. (Ver Tabla 23)

Así como las publicaciones son sobre noticias y frases, entonces los comentarios son precisamente a esos temas, pero también a otros temas que no se han categorizado en esta investigación. Es decir solo tres estudiantes mencionan que comentan publicaciones sobre: noticias, frases y otros temas. Y en este caso 8 estudiantes no saben y no opinan, y 20 no cuentan con Twitter.

Al igual que en Facebook, en Twitter el tema de conversación en las estudiantes de la I. E Emblemática “Santa Teresita” es sobre educación

(3.2%) y otros temas (3.2%) que no se han categorizado en esta investigación. (Ver Tabla 24)

Tabla 24: Temas de Conversación en Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

Tema	Frecuencia	%
Educación	1	3,2
Otros	1	3,2
Ns/No	9	29,0
No tiene Twitter	20	64,5
Total	31	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Amigos en las redes sociales

Mayormente cuentan con amigos que van desde 0 a 100, tanto para Facebook, como para Twitter. En Facebook representa el 38.7% y en Twitter el 19.4%, según la Tabla 25.

Tabla 25: Amigos en Facebook y Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

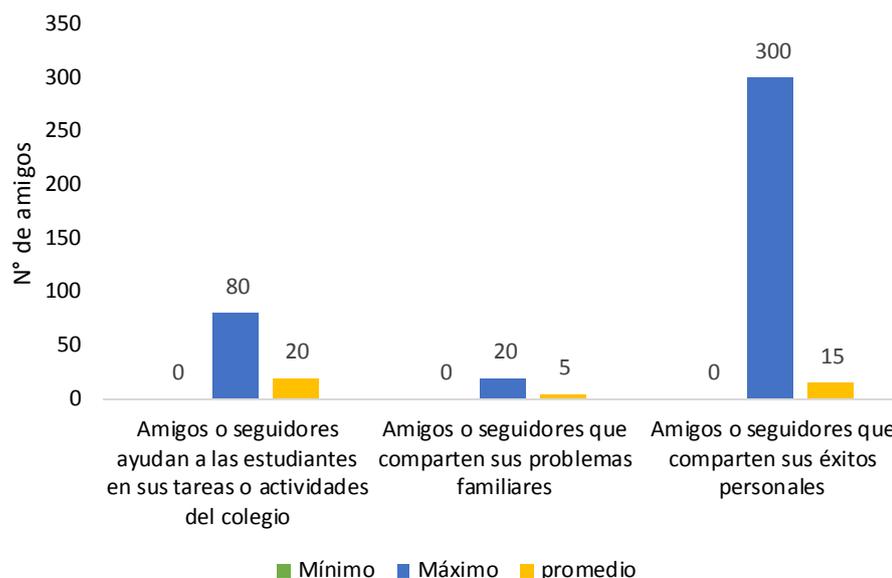
N° de amigos	Facebook		Twitter	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-100	12	38,7	6	19,4
101-200	7	22,6	0	0
201-300	5	16,1	1	3,2
301-400	2	6,5	0	0
401-500	3	9,7	0	0
600 a más	2	6,5	0	0
Ns/No	0	0	4	12,9
No cuenta con esta red	0	0	20	64,5
Total	31	100,0	31	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

De esa cantidad de amigos que tienen, ¿cuántos les ayudan en sus actividades de colegio? ¿Cuántos comparten sus problemas familiares? y ¿Cuántos comparten sus éxitos personales?

Figura 16: Amigos/Seguidores especiales según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

En promedio tienen 20 amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio, cuyo número mínimo de amigos es 0 y máximo es 80; 5 amigos que comparten sus problemas familiares (mínimo 0, máximo 20) y 15 amigos que comparten sus éxitos personales (mínimo 0, máximo 300).

Grupos y páginas en las redes sociales

Tanto en Facebook como en Twitter las estudiantes en su mayoría pertenecen entre 0 a 3 grupos - 54.8% para Facebook y 9.7% para Twitter - (Ver Tabla 26).

Tabla 26: Grupos en Facebook y Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18

N° de grupos	Total de Grupos			
	Facebook		Twitter	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-3	17	54,8	3	9,7
4 - 7	9	29,0	0	0,0
8-11	0	0,0	0	0,0
12-15	2	6,5	1	3,2
16-19	0	0,0	1	3,2
20-23	2	6,5	1	3,2
24 a más	1	3,2	0	0,0
Ns/No	0	0,0	5	16,1
No tiene cuenta con esta red	0	0,0	20	64,5
Total	31	100,0	31	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Para ambas redes los grupos de pertenencia mayormente son grupos de amistad (45.2%) y grupos de estudio (25.8%) (Ver Tabla 27)

Tabla 27: Grupos de pertenencia en las redes sociales según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18

Tipo de grupo	Tipo de grupo	
	Frecuencia	%
Amistad	14	45,2
Estudios	8	25,8
Entretenimiento	3	9,7
Intercambio de información	3	9,7
Seguidores o fans	2	6,5
Ninguno	1	3,2
Total	31	100,0

Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Las páginas a las que se accede en Facebook van desde 1 hasta 7000, cuyo promedio es de 706 páginas. El tipo de páginas a las que acceden en las redes sociales o a las que le dan “Me Gusta” se detallan en la Tabla 28.

Tabla 28: Páginas de acceso en categorías y tipos según porcentaje de estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuya nota es 17 y 18

Categoría de la página	Tipo de página	Frecuencia	%	% Total
entretenimiento	Música	12	38.7	90.3
	Tv	4	12.9	
	Videos	7	22.6	
	Juegos	5	16.1	
	No Accede	3	9.7	9.7
Educativas	Institución Educativa I. E. (Pública/Privada)	11	35.5	74.2
	Ciencia	10	32.3	
	No Accede	2	6.5	25.8
		8	25.8	
Medio de comunicación	Programa de Tv	11	35.5	61.3
	Radio	4	12.9	
	Revista	3	9.7	
	Diario/Periódico	1	3.2	
	No Accede	12	38.7	38.7
Personajes	Famoso(a)	8	25.8	58.1
	Figura pública	4	12.9	
	Profesor	3	9.7	
	Artista	2	6.5	
	Político	1	3.2	
	No Accede	13	41.9	41.9
Organizacionales	Comunidad organización	7	22.6	29.0
	ONG	1	3.2	
	No Accede	1	3.2	
		22	71.0	71.0
empresariales	Producto/Servicio	2	6.5	16.1
	Empresa	1	3.2	
	Negocio	1	3.2	
	Empresario	1	3.2	
	No Accede	26	83.9	83.9

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

La categoría de páginas que mayormente acceden las estudiantes en la red social Facebook son páginas de entretenimiento (90.3%) y páginas

educativas (74.2%) (Ver Tabla 28). Dentro de la categoría de páginas de entrenamiento a las que mayormente se accede es a páginas de música (38.7%) y en la categoría páginas educativas, a las que más se accede es a páginas de alguna Institución Educativa (35.5%).

Aspectos positivos de las redes sociales para los estudios.

Como herramienta, las redes sociales funcionan como un espacio de intercambio de información, ideas y trabajos que facilita a las estudiantes en el desarrollo de sus clases.

Tabla 29: Efectos positivos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca cuyas notas son 17 y 18 (%)

¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en los estudios?	SI	NO	NS/NO*	Total
¿Consulta información sobre trabajos de clase y exámenes?	96.8	3.2	0.0	100.0
¿Contacta con las compañeras de clase?	93.5	6.5	0.0	100.0
¿Puede ayudar a sus compañeras de estudio?	93.5	6.5	0.0	100.0
¿Comparte información sobre tareas?	90.3	9.7	0.0	100.0
¿Pide ayuda a las compañeras de clase o estudio?	83.9	16.1	0.0	100.0
¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?	80.6	19.4	0.0	100.0
¿Comparte información sobre trabajos de clase?	77.4	22.6	0.0	100.0
¿Amplía sus conocimientos en general?	77.4	22.6	0.0	100.0
¿Accede rápido a la información que necesita?	71.0	29.0	0.0	100.0
¿Comparte información sobre los exámenes?	54.8	45.2	0.0	100.0
¿Obtiene información de centros de enseñanza?	32.3	67.7	0.0	100.0

* No Sabe/No Opina

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El primer efecto positivo de las redes sociales según la Tabla 29 es que consultan información sobre trabajos y exámenes, con sus compañeros, amigos, profesores y otras personas.

El segundo efecto positivo es que gracias a las redes sociales las estudiantes se encuentran contactadas entre ellas, pueden conversar y de

acuerdo a la información antes mostrada se aprecia que los temas que mayormente se conversan por ejemplo en Facebook (Tabla 22) son temas educativos (clases, trabajos, y tareas)

Como se encuentran conectadas entre ellas, para hablar temas educativos, entonces el tercer efecto positivo es que pueden ayudar a sus compañeras en alguna actividad que tengan que previsto.

El cuarto efecto positivo es que gracias a las redes sociales las estudiantes pueden compartir información entre sus compañeras.

El quinto efecto positivo es que pueden ayudar a sus compañeras en algún tema que no les ha quedado claro o que simplemente quieren conocer.

El sexto efecto positivo es que a través de las redes sociales las estudiantes no solo pueden consultar información entre ellas, o en las páginas o grupos, sino que a través de ellas también se puede compartir información, por ejemplo algún documento de Word, Excel, Pdf, PowerPoint, linck's de internet, etc.

El séptimo efecto positivo es que las redes sociales amplían sus conocimientos de manera general, ya que logra entrarse de muchas cosas en estas ventanas virtuales, ya que anteriormente toda la información se encontraba separada, y en las redes sociales todas estas se concentran en una sola.

El octavo, noveno, décimo y décimo primer efecto positivo que ofrece las redes sociales a las estudiantes es que pueden compartir sus

trabajos entre compañeras, acceder rápido a la información que necesitan, compartir información sobre sus exámenes y finalmente obtener información de centros de enseñanza.

Aspectos negativos de las redes sociales para los estudios

Así como existen aspectos positivos que pueden ayudar a las estudiantes en el desarrollo de su vida académica, también existen aspectos negativos que perjudican en cierta medida su educación.

Tabla 30: Efectos negativos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)

¿Tiene algún efecto negativo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO*	Total
¿Es para Ud. una distracción o perdida concentración?	64.5	35.5	0.0	100.0
¿Ha sentido o siente posibles peligros al dar demasiados datos personales?	61.3	38.7	0.0	100.0
¿Su ortografía es adecuada en las redes sociales (Problemas ortográficos)?	58.1	41.9	0.0	100.0
¿Es para Ud. una adicción por estar muy enganchada a ellas?	25.8	74.2	0.0	100.0
¿Usa o ha usado páginas para copiar trabajos?	25.8	74.2	0.0	100.0
¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?	22.6	77.4	0.0	100.0
¿Conoce o conoció a gente no adecuada?	19.4	80.6	0.0	100.0
¿Estudia menos por conectarse?	9.7	90.3	0.0	100.0
¿Las redes sociales le generan aislamiento?	9.7	90.3	0.0	100.0
¿Entra a páginas no adecuadas?	6.5	93.5	0.0	100.0
¿Han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona?	6.5	93.5	0.0	100.0
¿Ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores?	3.2	96.8	0.0	100.0

* No Sabe/No Opina

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El primer efecto negativo según las estudiantes y la Tabla 30 es que las redes sociales son una distracción (64.5%) y en ellas pueden perder concentración en su educación.

El segundo efecto negativo tiene que ver con otras personas, en relación a la vida y seguridad de las estudiantes, ya que el 61% menciona

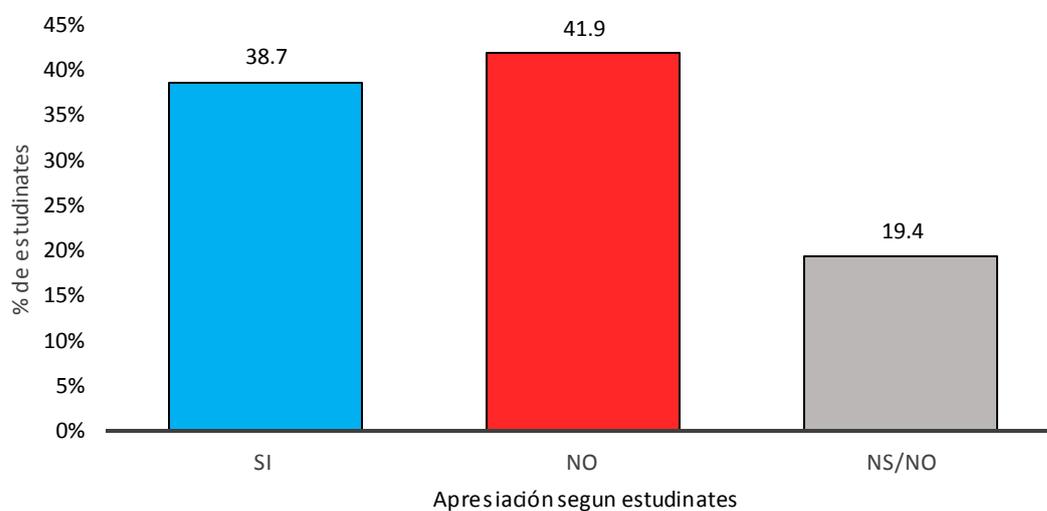
que se han sentido o se sienten amenazadas por peligros en las redes sociales por mostrar demasiados datos personales en las redes sociales.

Como se ha visto, los usos de las redes son muchas, en las que la gramática está presente y muchas personas piensan que los estudiantes olvidan la forma correcta de escribir, sin embargo no es en todas, ya que solo el 42% menciona que su ortografía no es adecuada, frente a un 58% que menciona que su ortografía es adecuada en las redes sociales. Saber que el 42% menciona que su ortografía no es adecuada en las redes sociales, entonces se convierte en el tercer efecto negativo que afrontan las estudiantes al hacer uso de las redes sociales.

Los siguientes efectos negativos, si ha usado las redes sociales para copiar trabajos, pasar mucho tiempo en las redes y conocer gente no adecuada son peligros o efectos negativos de mediana relevancia, ya que en promedio el 20% de estudiantes hace este tipo de acciones en las redes sociales.

Los efectos negativos inferiores y de poca relevancia son que las redes sociales les generan aislamiento, les quita tiempo para estudiar, es un espacio para hacer posibles engaños a alguna persona; las redes sociales les permite entrar a páginas no adecuadas y como último efecto negativo – solo el 3% - es peligro y malo para la educación porque a través de las redes se ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores.

Figura 17: Apreciación de las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 17 y 18 (%)



*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

Cuando se les pregunta a las estudiantes si las redes sociales les ayuda a tener un mayor rendimiento académico, el 38.7 % menciona que sí, el 41.9 % menciona que no; y el 19.4 % no sabe, no opina. (Ver Figura 17)

Después de haber analizado, las paginas, los grupos, los amigos, las dificultades, los beneficios y demás de las redes sociales, se concluye que las redes sociales contribuyen a que las estudiantes mejoren su condición académica, ya que hoy se vive en una era tecnológica y que estas estudiantes la están usando de la manera correcta en la mayoría de casos, es decir la usan como buscadores de información, facilitan el intercambio y ampliación de conocimientos con otras personas en temas de interés

educativo, económico, político y social, que son utilizados en el desarrollo de sus clases.

B. Categoría: Notas altas (14, 15, 16)

Del total de la muestra (309 estudiantes) los que sacan 14, 15, y 16 representan el 48% (147 estudiantes). Ese 48 % se distribuye de la siguiente manera:

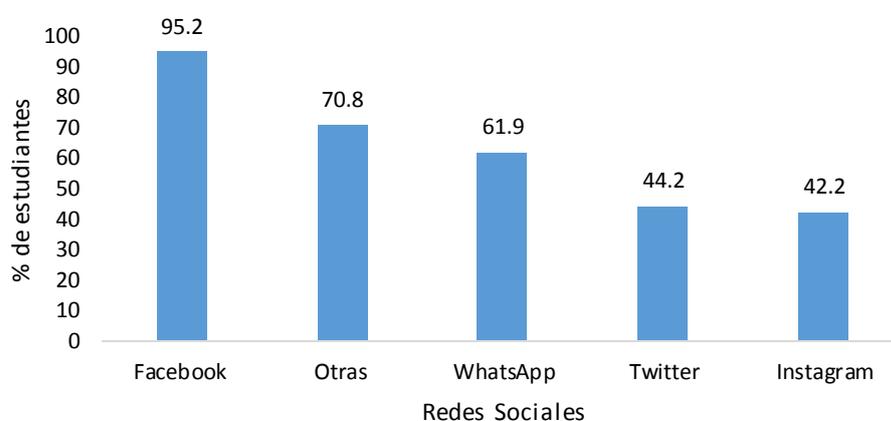
Tabla 31: Distribución de estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, por grados, cuyas notas son 14, 15 y 16

	Grado	Frecuencia	%
<i>e</i>	1°	37	25%
<i>n</i>	2°	23	16%
<i>t</i>	3°	16	11%
<i>e</i>	4°	39	27%
:	5°	32	22%
Total		147	100%

Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

El 95% (140 estudiantes) usa las redes sociales, y el 5% (7 estudiantes) no usa ninguna red social.

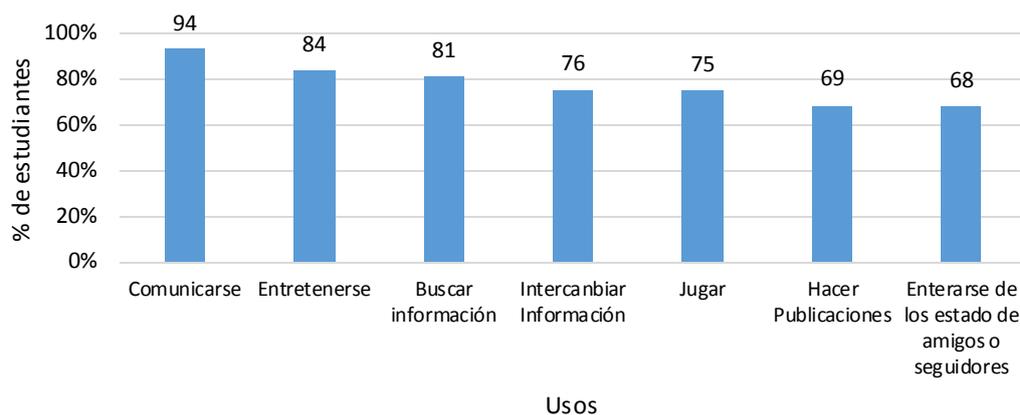
Figura 18: Redes usadas por estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas nota son 14, 15 y 16 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Las estudiantes que sacan notas 14, 15 y 16 usan mayoritariamente el Facebook (95.2%) y otras redes sociales (70.8%) que no son ni WhatsApp, ni Twitter, ni Instagram. (Véase la Figura 18)

Figura 19: Tipo de uso de las redes sociales por las estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15 y 16 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

En relación a cómo usan las redes, la mayoría de estudiantes lo usan principalmente para comunicarse (94%), entretenerse (84%) y buscar información (81%) (Ver Figura 19)

En relacion al uso específico del Facebook en horario y tiempo que le dedican las estudiantes que tienen nota 14, 15 y 16, tenemos que usan Facebook en primer lugar todos los días (40.2%), principalmente en la tarde en un tiempo que va desde 60 a 120 minutos por día, en segundo lugar lo usan de 2 a 3 veces por semana (38.1%), principalmente en la tarde, en un tiempo que va desde 30 a 60 minutos por día (Ver Tabla 32).

Tabla 32: Horario y tiempo de uso del Facebook por las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16 (%)

Facebook	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
a) Todos los días	0.7	20.4	18.4	0.7	40.2	8.8	10.2	12.2	8.8	40.1
b) 2 ³ veces por semana	0.0	29.3	8.8	0.0	38.1	6.1	17.7	11.6	2.7	38.1
c) 1 vez a la semana	0.0	10.2	2.7	0.0	12.9	8.2	4.1	0.0	0.7	12.9
d) 2 ³ veces al mes	0.0	3.2	0.0	0.0	3.2	2.0	0.7	0.0	0.7	3.4
e) Ns/No					0.7					0.7
f) No tiene Facebook					0.0					0.0
g) No usan ninguna red social					4.8					4.8
Total					100					100

*Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

En Twitter el uso es en primer lugar una vez a la semana (17.0%), principalmente en la tarde, en un tiempo menor o igual a 30 minutos por día. El segundo lugar es de 2 a 3 veces al mes (10.8%), principalmente en la tarde, en un tiempo menor o igual a 30 minutos por día. (Ver Tabla 33)

Tabla 33: Horario y tiempo de uso del Twitter por las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16 (%)

Twitter	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
a) Todos los días	0.0	0.7	1.4	0.0	2.1	0.0	1.4	0.7	0.0	2.1
b) 2-3 veces por semana	0.0	4.8	1.4	0.0	6.2	2.7	2.7	0.7	0.0	6.1
c) 1 vez a la semana	0.0	9.5	7.5	0.0	17.0	12.9	4.1	0.0	0.0	17.0
d) 2-3 veces al mes	2.0	6.1	2.7	0.0	10.8	9.5	1.4	0.0	0.0	10.9
e) Ns/No					8.2					8.2
f) No tiene Twitter					51.0					51.0
g) No usan ninguna red social					4.8					4.8
Total					100					100

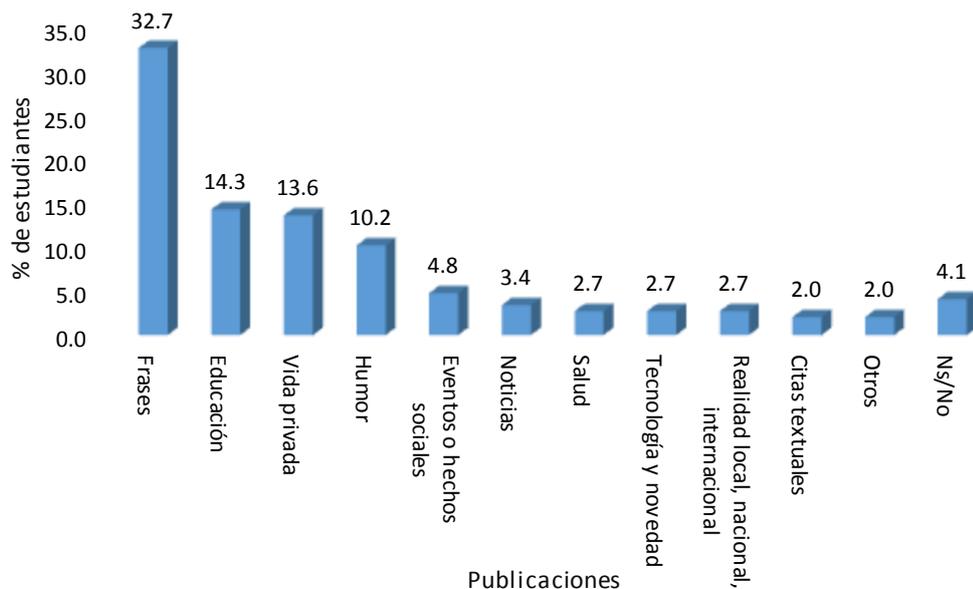
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Publicaciones en las redes sociales

En **Facebook** las estudiantes que logran obtener un calificativo de 14, 15 y 16 publican mayormente frases (32.7%), temas educativos (14.3%) y sobre su vida privada (13.6%) y las que menos se publican son citas textuales obtenidas de algún Sitio Web (2%) y otros temas (2%). (Véase figura 20)

Las publicaciones en temas educativos mayormente se realizan en forma textual, pero también en fotos o videos, o publicación de terceros.

Figura 20: Publicaciones en Facebook según estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15 y 16 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

De estas publicaciones que se realizan, la que recibe más comentarios son frases (25.2%), por mostrarse en forma de fotos o videos de fáciles visualización; a pesar de que las estudiantes publican mínimamente otros

temas – no categorizados en esta lista - los comentarios son en segundo lugar para esos temas (23.1%)

Tabla 34: Publicaciones con más comentarios en Facebook según estudiantes cuyas notas son 14, 15, 16

Tema	Frecuencia	%
Frases	37	25,2
Otros	34	23,1
Vida privada	16	10,9
Humor	12	8,2
Eventos o hechos sociales	9	6,1
Educación	7	4,8
Citas textuales	4	2,7
Noticias	3	2,0
Salud	2	1,4
Tecnología y novedad	2	1,4
Realidad local, nacional, internacional	1	,7
Ns/No	13	8,8
No usa ninguna red social	7	4,8
Total	147	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

El tema educativo recibe el sexto lugar en publicación con más comentarios (4.8%) siendo un porcentaje muy bajo, después de vida privada, humor y eventos y hechos sociales (Ver Tabla 34)

Tabla 35: Temas de conversación en Facebook según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16

Tema	Frecuencia	%
Educación	56	38,1
Vida privada	53	36,1
Otros	11	7,5
Eventos o hechos sociales	3	2,0
Frases	3	2,0
Humor	1	,7
Ns/No	13	8,8
No usan ninguna red social	7	4,8
Total	147	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Según la Tabla 35, los temas que mayormente se conversan en Facebook son temas educativos (38.1%), relacionados a sus clases, trabajos académicos

y tareas pendientes. El segundo tema de conversación es sobre su vida privada (36.1%).

En **Twitter**, de las estudiantes que logran obtener un calificación de 14, 15 y 16, el 56.5% usan Twitter y de ellas el 29.9% no sabe y no opina sobre las publicaciones que realizan (Ver Tabla 36), ya que no han respondido al cuestionamiento referido al tipo de publicaciones que realizan en esta red social; y, de las que sí han respondido al cuestionario, la Tabla 36 muestra que las publicaciones que mayormente se realizan Fases (2.7%), que en su mayoría son frases textuales; en segundo lugar noticias (2.7%), principalmente en fotos o videos; en tercer lugar están las publicaciones de humor (2%). Los aspectos educativos no se presentan en esta red social.

Tabla 36: Publicaciones en Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16

Publicaciones	Frecuencia	%
Frases	4	2.7
Noticias	4	2.7
Humor	3	2.0
Eventos o hechos sociales	2	1.4
Tecnología y novedad	2	1.4
Realidad local, nacional, internacional	2	1.4
Otros	2	1.4
Vida privada	1	0.7
Ns/No	44	29.9
No tiene Twitter	76	51.7
No usa ninguna red social	7	4.8
Total	147	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Así como las publicaciones son sobre frases y noticias, entonces los comentarios son precisamente a esos temas, pero también a otros temas que no se han categorizado en esta investigación.

Tan solo el 11% de 147 de estudiantes que sacan nota 14, 15 y 16, conversan mediante esta red social y los temas que mayormente conversan son en primer lugar sobre temas variados, el segundo lugar sobre su vida privada; y, en tercer lugar sobre noticias.

En conclusión, a las estudiantes que sacan notas 14, 15 y 16, la red social que contribuye a su rendimiento académico y educación es Facebook, pero no Twitter, por ser no muy usada.

Amigos en las redes sociales

A nivel global, en la Tabla 37 se aprecia que, en este grupo de estudiantes la mayoría en Facebook cuenta con “más de 600 amigos” (25.2%) y en Twitter es oscila entre 0 – 100 amigos (16.3%)

Tabla 37: Amigos en Facebook y Twitter según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, que sacan notas 14, 15, 16

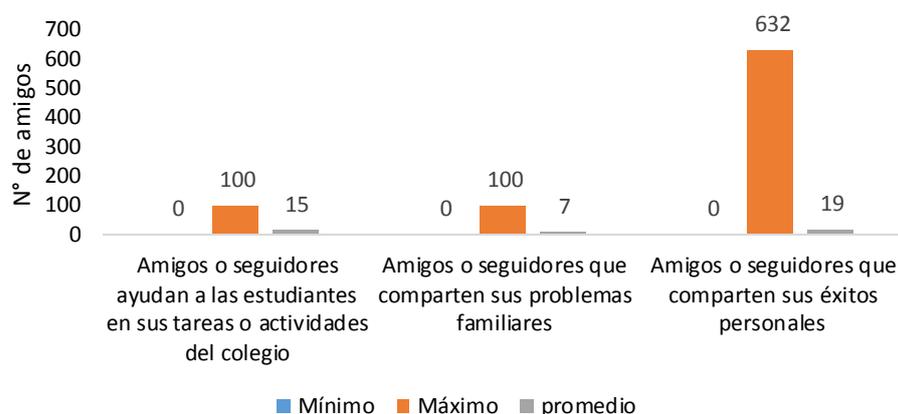
N° de amigos	Facebook		Twitter	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-100	18	12.2	24	16.3
101-200	32	21.8	7	4.8
201-300	18	12.2	3	2.0
301-400	11	7.5	1	0.7
401-500	12	8.2		
501-600	10	6.8	1	0.7
600 a más	37	25.2		
Ns/No	2	1.4	28	19.0
No usa esta red			76	51.7
No usa ninguna red	7	4.8	7	4.8
Total	147	100.0	147	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

De esa cantidad de amigos que tienen, ¿cuántos les ayudan en sus actividades de colegio? ¿Cuántos comparten sus problemas familiares? y ¿Cuántos comparten sus éxitos personales?

Claramente se aprecia en la Figura 21 que en promedio las estudiantes tienen 18 amigos que les ayudan en sus tareas o actividades de colegio, 7 amigos que comparten sus problemas familiares y 19 que comparten sus éxitos personales.

Figura 21: Amigos/Seguidores especiales según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16



Nota: Total de casos 139.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Grupos y páginas en las redes sociales

Las estudiantes que sacan nota 14, 15, y 16 (que son la gran mayoría), tienen mayormente de 0 a 3 grupos tanto para Facebook (34.7%) como para Twitter (9.5%). Cabe resaltar que los que no cuentan con Twitter representan el 52%. La tabla 38 detalla el número de grupos tanto para Facebook como para Twitter según las estudiantes cuyas notas son 14, 15, 16.

Tabla 38: Número y tipo de grupos según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15, 16

N° de grupos	Total de Grupos			
	Facebook		Twitter	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-3	51	34.7	14	9.5
4-7.	34	23.1	6	4.1
8-11.	17	11.6	4	2.7
12-15.	7	4.8	1	.7
16-19	7	4.8	2	1.4
20-23	6	4.1	1	.7
24 a más	14	9.5	0	0,0
Ns/No	4	2.7	36	24.5
No tiene cuenta con esta red	0	0.0	76	51.7
No usa ninguna red	7	4.8	7	4.8
Total	147	100.0	147	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Para ambas redes, los principales grupos de pertenencia son; en primer lugar grupos de amistad (43.5%), seguido de grupos de estudio (27.9%) y grupos de entretenimiento (12.9%) (Ver Tabla 39)

Los grupos de amistad se crean con la finalidad de intercambiar información accesible a varias personas, publicar, comentar y compartir información en esos grupos, que en su gran mayoría son del tipo cerrados, es decir, solo los miembros de esos grupos pueden ver lo que sucede en dichos grupos.

Tabla 39: Tipo de grupos según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, que sacan notas 14, 15, 16

Tipo de grupo	Frecuencia	%
Amistad	64	43.5
Estudios	41	27.9
Entretenimiento	19	12.9
Intercambio de información	3	2.0
Seguidores o fans	7	4.8
Otros	2	1.4
Ninguno	4	2.7
no usa ninguna red	7	4.8
Total	147	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Categoría de páginas en Facebook.

En primer lugar, el número promedio de páginas a las que se acceden o le dan “Me Gusta” las estudiantes cuyas notas son 14, 15 y 16 es de 615.

Tabla 40: Páginas de acceso en categorías y tipos según porcentaje de estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuya nota es 14, 15, 16

Categoría de la página	tipo de página	frecuencia	porcentaje	Porcentaje total
entretenimiento	Música	46	31.3	82.3*
	Tv	21	14.3	
	Videos	27	18.4	
	Juegos	20	13.6	
	Marca o producto	5	3.4	
	Álbum	2	1.4	
	No Accede	19	12.9	12.9
Medio de comunicación	Radio	29	19.7	72.1*
	Programa de Tv	53	36.1	
	Revista	14	9.5	
	Diario/Periódico	9	6.1	
	Periodista	1	.7	
	No Accede	34	23.1	23.1
Educativas	Institución Educativa	46	31.3	68.7*
	I. E. (Pública/Privada)	33	22.4	
	Talleres de Estudio	18	12.2	
	Ciencia	4	2.7	
	No Accede	39	26.5	25.8
Personajes	Famoso(a)	30	20.4	59.9*
	Artista	24	16.3	
	Figura pública	23	15.6	
	Profesor	8	5.4	35.4
	Político	3	2.0	
	No Accede	52	35.4	
empresariales	Empresa	12	8.2	20.4*
	Producto/Servicio	10	6.8	
	Negocio	8	5.4	
	No Accede	110	74.8	74.8

* se considera en todos los casos la sumatoria del 4.8% de los que no cuenta con ninguna red social

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Las categorías de páginas a las que acceden las estudiantes, de mayor menor son: páginas de entretenimiento (82.3%), medios de comunicación (72.1%), educativas (68.7%), personajes (59.9%) y empresariales (20.4%) (Ver Tabla 40). En cuanto a las páginas de entretenimiento, a la que mayormente se accede es a páginas musicales (31.3%), en cuanto a medios de comunicación, es a la radio (19.7%), en las páginas educativas es a I.E. (31.3%), en la categoría personajes la que más se accede es la página de algún famoso o famosa (20.4%); la que lideran las empresariales están las páginas de alguna empresa (8.2%).

Aspectos positivos de las redes sociales para los estudios

De 147 estudiantes, tan solo 140 usa al menos una red social y con ellas se ha evaluado tanto los aspectos positivos como los aspectos negativos de las redes sociales; es decir, las 140 representan el 100% en este caso.

Tabla 41: Efectos positivos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15 16 (%)

¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO*	total
¿Consulta información sobre trabajos de clase y exámenes?	98	1	1	100
¿Puede ayudar a sus compañeras de estudio?	94	4	2	100
¿Pide ayuda a sus compañeras de clase o estudio?	92	7	1	100
¿Contacta con las compañeras de clase?	92	6	1	100
¿Comparte información sobre tareas?	87	12	1	100
¿Comparte información sobre trabajos de clase?	85	14	1	100
¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?	79	20	1	100
¿Accede rápido a la información que necesita?	78	21	1	100
¿Amplía sus conocimientos en general?	69	29	1	100
¿Comparte información sobre los exámenes?	49	49	1	100
¿Obtiene información de centros de enseñanza?	39	59	2	100

* No Sabe/No Opina

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Como se puede ver en la Tabla 41, el primer efecto positivo que ofrece las redes sociales a este grupo de estudiantes es que consultan información

sobre trabajos y exámenes, ya sea a sus compañeros, amigos, profesores y otras personas (98%)

El segundo efecto positivo (94%) es que gracias a las redes sociales pueden ayudar a sus compañeras de clase en algún tema que no les ha quedado claro o que simplemente quieren conocer.

El tercer efecto positivo (92%) que les ofrece las redes sociales para los estudios es que las redes son plataformas virtuales que permite que las estudiantes se encuentran contactadas entre ellas, pueden conversar y hacer muchas cosas juntas virtualmente.

El cuarto efecto positivo (92%) es que permite a las estudiantes pedir ayuda a sus compañeras de clase o estudio.

El quinto efecto positivo (87%) es que permiten compartir información sobre sus tareas.

Compartir información sobre sus trabajos de clase (85%) es el sexto efecto positivo.

Compartir información sobre sus trabajos de clase en relación a los exámenes próximos (79%) es el séptimo efecto positivo, en estos casos pueden ser documento de Word, Excel, Pdf, PowerPoint, linck's de internet, etc.

El octavo efecto positivo (78%) es que pueden acceder rápido a la información que necesitan.

El noveno efecto positivo (69%) es que las redes sociales amplían sus conocimientos de manera general, porque logran entrarse de muchas cosas en estas ventanas virtuales, ya que anteriormente toda la información se

encontraba separada y en las redes sociales todas estas se concentran en una sola.

Como penúltimo efecto positivo (49%) es que se puede compartir información sobre sus exámenes; es decir, pueden estudiar juntos virtualmente, conversar sobre posibles preguntas que podrían venir y también después de los exámenes, dialogando con sus compañeras pueden saber cuáles han sido sus errores.

Y como último efecto positivo (39%) es también ofrecen centros de enseñanza, como diplomados, cursos on-line, etc.

Aspectos negativos de las redes sociales para los estudios

Así como existen aspectos positivos que pueden ayudar a las estudiantes en el desarrollo de su vida académica, también existen aspectos negativos que perjudican en cierta medida su educación. (Véase la Tabla 42)

Tabla 42: Efectos negativos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15 16 (%)

¿Tiene algún efecto negativo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO*	Total
¿Ha sentido o siente posibles peligros al dar demasiados datos personales?	69	30	1	100
¿Es para Ud. una distracción o perdida concentración?	59	40	1	100
¿Usa o ha usado páginas para copiar trabajos?	41	56	3	100
¿Es para Ud. una adicción por estar muy enganchada a ellas?	39	59	1	100
¿Su ortografía es inadecuada en las redes sociales (Problemas ortográficos)?	29	69	1	100
¿Conoce o conoció a gente no adecuada?	29	69	1	100
¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?	28	71	1	100
¿Estudia menos por conectarse?	26	73	1	100
¿Han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona?	14	84	2	100
¿Las redes sociales le general aislamiento?	11	86	2	100
¿Ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores?	5	93	2	100
¿Entra a páginas no adecuadas?	4	94	1	100

*No sabe/No Opina

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El primer efecto negativo (69%) es que en las redes sociales las estudiantes han sentido o se sienten posibles peligros al dar demasiados datos personales, como su nombre, edad, lugar en el que viven, número de celular, entre otros.

El segundo efecto negativo es que el 59% considera que las redes sociales son una distracción y en ellas pueden perder concentración en su educación.

El tercer efecto negativo es que las redes sociales contribuyen a que el 41% de estudiantes copien trabajos; es decir, como las redes permiten enviar e intercambiar información en tiempo inmediato, esto facilita que compañeras copien trabajos de alguna de ellas.

El cuarto efecto negativo para las estudiantes es que las redes las mantienen pendientes de las cosas que sucedan sobre ellas, convirtiendo al 39% en adictas a las redes sociales, restando tiempo para el tema estrictamente académico.

El quinto efecto negativo se basa en la ortografía que tienen las estudiantes en las redes sociales. El 29% no usa una adecuada ortografía dentro de ellas, usan abreviaciones, reemplazan palabras, pero también es importante rescatar que el 69% sí usa una adecuada ortografía debido a su formación en este sentido y también gracias a que en las redes sociales existe la opción de corregir las palabras mal escritas.

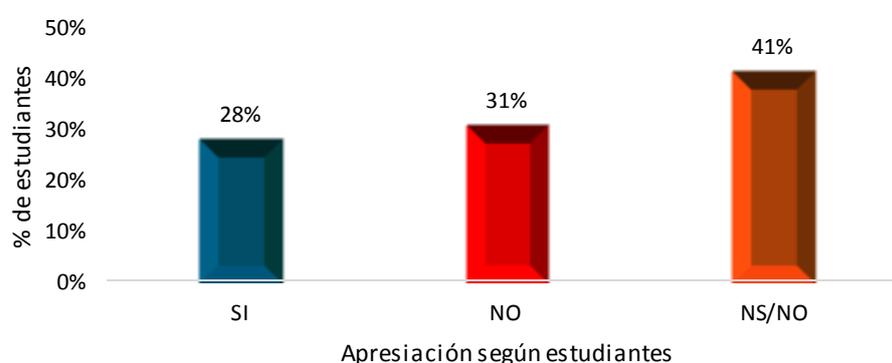
El sexto efecto negativo es que a través de las redes sociales las estudiantes conocen o han conocido gente no adecuada (29%) y en cierto modo pueden afectar negativamente a las estudiantes.

El séptimo efecto negativo es que el 28% considera que le dedica mucho tiempo a las redes sociales y le resta a los estudios – pero en este caso no es una adicción - por lo que estudia menos por conectarse.

El octavo efecto negativo se relaciona con el cuarto y el séptimo efecto negativo, ya que gracias a las redes sociales el 26 % estudia menos por concertarse o estar enganchadas en ellas.

Las dificultades inferiores y de poca relevancia son que a través de las redes sociales las estudiantes han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona, compañeras o profesores, entrar a páginas no adecuadas y que las redes sociales les generan aislamiento.

Figura 22: Apreciación de las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico según estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 14, 15 16 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Cuando se les pregunta a las estudiantes si las redes sociales les ayudan a tener un mayor rendimiento académico, según la Figura 22, el 28% menciona que sí, el 31% menciona que no y el 41% No sabe/No opina.

Después de haber analizado las paginas, los grupos, los amigos, los efectos positivos y negativo y demás aspectos de las redes sociales, se concluye que las redes sociales no necesariamente contribuyen a que las estudiantes mejoren su condición académica, es decir hay aspectos positivos que facilitan dinamizar la información y ayudan a las estudiantes en sus estudios, pero los aspectos negativos son superiores.

C. Categoría: Notas Regulares (11, 12, 13)

Del total de la muestra (309 estudiantes) los que sacan 11, 12, y 13 representan el 37% (114 estudiantes). Ese 37 % se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 43: Distribución de estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, según notas 11, 12, 13 y según grados.

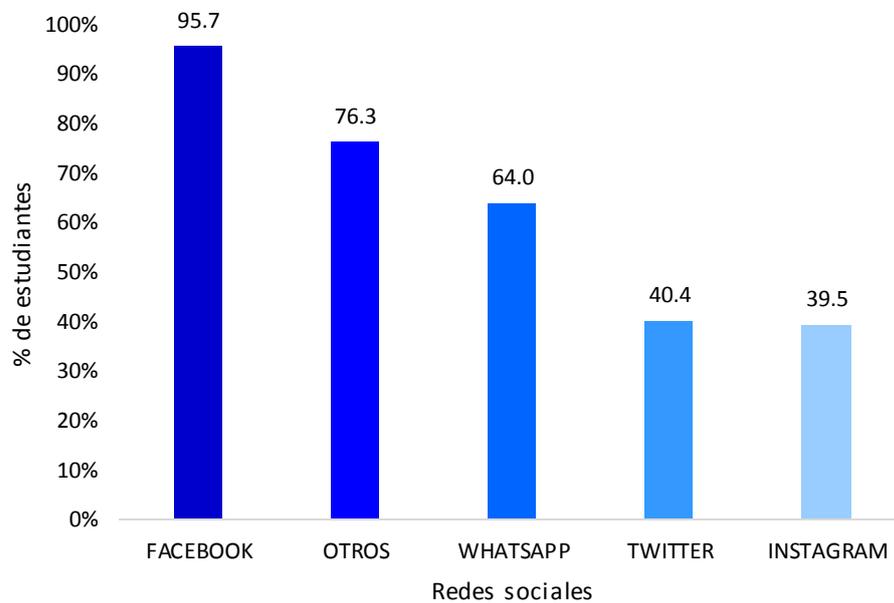
Grado	Frecuencia	%
1°	12	11%
2°	34	30%
3°	31	27%
4°	18	16%
5°	19	17%
Total	114	100%

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

El mayor porcentaje de estudiantes (22.8%) accede a 4 redes sociales y la menor cantidad de estudiantes (0.9%) tiene 8 redes sociales. En promedio las estudiantes tienen 4 redes sociales. Del 100% de estudiantes el 4.4% no es

usuaria de ninguna red social, lo que implica que 95.6% si hace uso de las redes sociales.

Figura 23: Redes usadas por estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

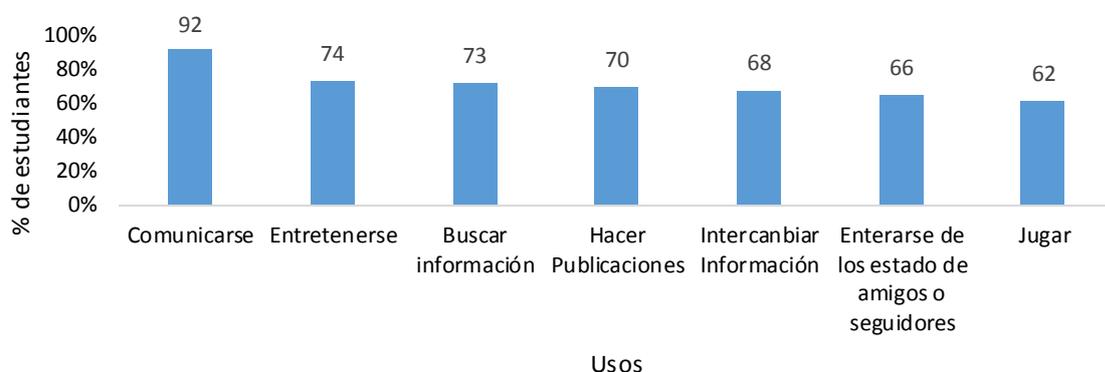


Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Según la Figura 23, de los 109 estudiantes que usan al menos una red social, la red más usada es Facebook (94.7%), existen otras redes sociales, que son las segundas más usadas por las estudiantes (76.3%), pero en su mayoría usadas como segunda y tercera prioridad. La tercera red social más usada es el WhatsApp (64.0%).

En relación a cómo usan las redes sociales, se aprecia en la Figura 24 que las estudiantes usan las redes sociales para comunicarse (92%), entretenerse (47%), buscar información (73%), hacer publicaciones (70%), etc.

Figura 24: Tipo de uso de las redes sociales por las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Horario y tiempo de uso de las redes sociales

Tabla 44: Horario y tiempo de uso del Facebook por las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)

Facebook	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
Todos los días	0.0	27.2	28.1	0.9	56.2	7.9	14.9	14.0	19.3	56.1
2-3 veces por semana	1.8	21.1	9.6	0.0	32.5	9.6	12.3	6.1	4.4	32.4
1 vez a la semana	0.9	3.5	0.8	0.0	5.2	2.6	1.8	0.9	0.0	5.3
2-3 veces al mes	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8
No tiene Facebook					0.0					0.0
No usan ninguna red social					4.4					4.4
Total					100					100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Las estudiantes que tienen nota 11, 12 y 13 usan el Facebook en primer lugar todos los días (56.2%) (Ver Tabla 44), principalmente en la noche en un tiempo que va desde 30 a 60 minutos por día; y, en segundo lugar, lo usan

de 2 a 3 veces por semana (32.5%), principalmente en la tarde, en un tiempo que va desde 30 a 60 minutos por día.

En Twitter el uso es en primer lugar 2 a 3 veces al mes (12.3%) (Ver Tabla 45), principalmente en la tarde, en un tiempo menor o igual a 30 minutos por día; y, en segundo lugar, el uso es de 2 a 3 veces por semana (8.8%), principalmente en la tarde y en la noche, en un tiempo menor o igual a 30 minutos por día.

Tabla 45: Horario y tiempo de uso del Twitter por las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)

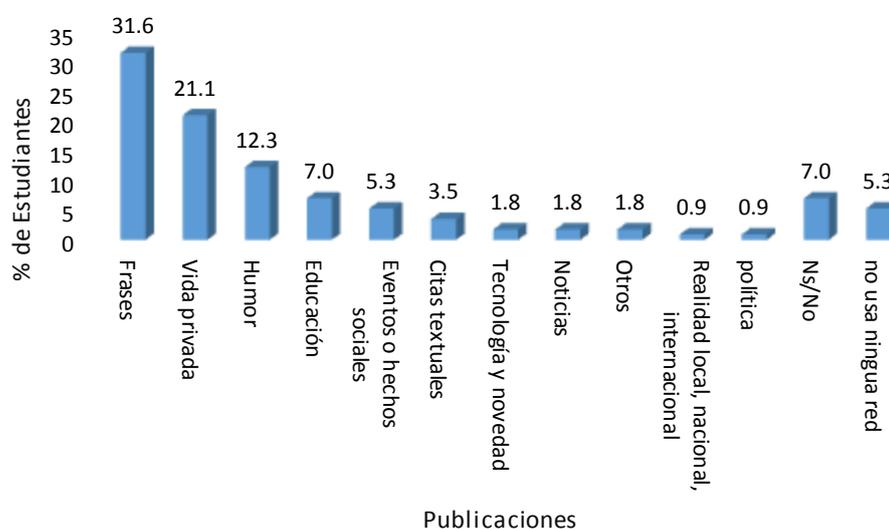
Twitter	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
Todos los días	0.0	1.8	1.8	0.0	3.6	1.8	0.9	0.9	0.0	3.6
2-3 veces por semana	1.8	3.5	3.5	0.0	8.8	5.3	3.5	0.0	0.0	8.8
1 vez a la semana	0.0	5.3	0.9	0.0	6.2	2.6	2.6	0.9	0.0	6.1
2-3 veces al mes	0.9	7.9	2.6	0.9	12.3	9.6	1.8	0.9	0.0	12.3
Ns/No					9.6					9.6
No tiene Twitter					55.3					55.3
No usan ninguna red social					4.4					4.4
Total					100					100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Publicaciones en las redes sociales

La Figura 25 muestra que en **Facebook** las estudiantes que logran obtener un calificación de 11, 12 y 13 publican mayormente frases (31.6%), sobre su vida privada (21.1%), humor (12.3%), temas educativos (7.0%) y las que menos se publican son sobre realidad local, nacional e internacional (0.9%), y sobre política (0.9%).

Figura 25: Publicaciones en Facebook según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015. Elaboración: Propia

Las frases publicadas son temas libres que tienen que ver con reflexiones de la vida, frases de amor, frases de sus estados de ánimo, etc.

Las publicaciones sobre su vida privada se expresan principalmente en forma de fotos; es decir, las estudiantes publican y suben fotos al Facebook sobre ellas mismas o sobre sus compañeras o amigas sobre hechos o sucesos que abarca su vida privada, como un viaje, una fiesta, una salida, etc.

Las publicaciones de humor ocupan el tercer lugar y son principalmente de forma textual, publicación de terceros (*compartir*) y en forma de fotos o videos.

El tema educativo ocupa el cuarto lugar con tan solo con el 7% y lo que se publica son temas educativos de forma de texto, linck's de internet, o enlaces de algún sitio web y en forma de fotos o videos.

Realidad local, nacional e internacional y política son temas de menor publicación, ya que a este grupo de estudiantes les interesa más temas que estén acorde a su edad, es una etapa de adolescencia y juventud, en la que las emociones y sentimientos de cariño y amor se expresan con más intensidad, es por ello que su interés es más por aquellas frases sobre reflexiones de la vida, sobre el amor, la esperanza, la decepción, etc. Antes que los temas coyunturales o políticos, a pesar que esta información si está disponible en las redes sociales.

De estas publicaciones que se realizan, la que recibe más comentarios es justamente frases (26.3%) (Véase la Tabla 46), ya que estas, como se ha mencionado líneas atrás son más fáciles de leer, por lo tanto más atractivas, entonces se comenta fácilmente.

A pesar que las estudiantes publican mínimamente otros temas – no mencionados en esta lista - los comentarios son en segundo lugar para esos temas (21.1%) - categorizados en este caso como “otros”- .

Las fotos que se publican sobre la vida de las estudiantes, son las que ocupando el tercer lugar en la lista con un total de 21.1% de estudiantes.

Así como el tema educativo abarca el cuarto lugar en publicaciones (muy bajo), también abarca el séptimo en publicaciones con más comentarios con tan solo 0.9% de estudiantes.

Tabla 46: Publicaciones con más comentarios en Facebook según estudiantes cuyas notas son 11, 12, 13

Tema	Frecuencia	%
Frases	30	26,3
Otros	24	21,1
Vida privada	24	21,1
Eventos o hechos sociales	7	6,1
Humor	7	6,1
Noticias	2	1,8
Educación	1	,9
Citas textuales	1	,9
Tecnología y novedad	1	,9
Ns/No	12	10,5
no usa ninguna red	5	4,4
Total	114	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

Los temas que mayormente se conversan en Facebook son sobre su vida privada (40.4%) y el tema educativo (24.6%) se ubica en segundo lugar (Véase Tabla 47); es decir, hay más prioridad a los que le pasa a la otra persona en su vida privada antes que otros temas que podrían ayudar en su vida académica.

Tabla 47: Temas de conversación Facebook según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

Tema	Frecuencia	Porcentaje
Vida privada	46	40,4
Educación	28	24,6
Otros	19	16,7
Salud	3	2,6
Humor	2	1,8
Tecnología y novedad	1	,9
Ns/No	10	8,8
No usa ninguna red	5	4,4
Total	114	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

En conclusión se menciona que el tema educativo y los temas de interés para los estudios no son relevantes para este grupo de estudiantes (11, 12, 13) en relación a las publicaciones, comentarios y conversaciones que se

realizan en las redes sociales, sino más bien se usa el Facebook para prestar mayor interés en la vida privada de ellas y de sus compañeras o amigos (as), así como las frases de muchos temas, que son textos cortos o fotos.

En **Twitter**, de las estudiantes que logran obtener un calificación de 11, 12 y 13, el 54.4% no usan Twitter y 4.4 % no es usuaria de ninguna red social (Véase Tabla 48)

Tabla 48: Publicaciones y temas de conversación en Twitter según estudiantes según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

	Tema	Frecuencia	%
Publicación mayoritaria	Frases	6	5.3
	Educación	2	1.8
	Eventos o hechos sociales	2	1.8
	Vida privada	1	0.9
	Humor	1	0.9
	Citas textuales	1	0.9
	Tecnología y novedad	1	0.9
	Noticias	1	0.9
	Realidad local, nacional, internacional	1	0.9
	Ns/No	31	27.2
	No tiene Twitter	62	54.4
	No usa ninguna red	5	4.4
Total	114	100	
Publicaciones con más comentarios	Frases	6	5.3
	Otros	3	2.6
	Vida privada	2	1.8
	Eventos o hechos sociales	1	.9
	Tecnología y novedad	1	.9
	Ns/No	34	29.8
	No tiene Twitter	62	54.4
	No usa ninguna red	5	4.4
	Total	114	100.0
Temas de conversación	Otros	3	2.6
	Frases	2	1.8
	Educación	1	.9
	Ns/No	41	36.0
	No tiene Twitter	62	54.4
	No usa ninguna red	5	4.4
Total	114	100.0	

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015
Elaboración: Propia

La Tabla 48 muestra que las publicaciones que mayormente se realizan en Twitter son Fases (5.3%), que en su mayoría son en fotos y éstas son las que reciben más comentarios (5.3%) que el resto de publicaciones y son el segundo tema de conversación en esta red. El tema educativo y eventos y hechos sociales son el segundo tema que más se publica en Twitter (1.8%); sin embargo, el tema educativo no recibe comentario alguno por parte de las estudiantes, pero si es el segundo tema de conversación. Los Eventos o hechos sociales reciben el tercer lugar en publicaciones con más comentarios, pero no este tema de conversación.

Amigos en las redes sociales

Tanto en Facebook como en Twitter los amigos van desde 0 hasta 600 a más, pero en Facebook, la mayor cantidad de estudiantes (37%) tiene de más de 600 amigos y en Twitter la mayor cantidad de estudiantes (19%) tiene de 0 a 100 amigos.

De estas cantidades de amigos que tienen, ¿cuántos les ayudan en sus actividades de colegio? ¿Cuántos comparten sus problemas familiares? y ¿Cuántos comparten sus éxitos personales?

Claramente se aprecia en la Tabla 49 que en promedio las estudiantes tienen 27 amigos que les ayudan en sus tareas o actividades de colegio cuyo número máximo es 200, esto quiere decir que en las redes sociales virtuales existen personas que de cierta manera ayudan a las estudiantes en su vida

académica, ya que contar con un promedio de 27 amigos con esta cualidad, es un promedio bastante significativo. En relación a los amigos que comparten sus problemas familiares se muestra que en promedio son 26, cuyo número máximo es de 250 amigos y los amigos que comparten sus éxitos personales son en promedio 83, cuyo número máximo es 83. Las redes sociales ofrecen a este grupo de estudiantes la posibilidad de encontrar ayuda en su vida de estudiantes y como personas, convirtiéndose en este caso en un aspecto positivo para la persona.

Tabla 49: Amigos/Seguidores especiales según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

Amigos (as) especiales	Mínimo	Máximo	Promedio
¿Cuántos amigos o seguidores tiene Ud. en las redes sociales Facebook o Twitter que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio?	0	200	27
¿Cuántos amigos o seguidores tiene Ud. en las redes sociales Facebook o Twitter que comparten sus problemas familiares?	0	250	26
¿Cuántos amigos o seguidores tiene Ud. en las redes sociales Facebook o Twitter que comparten sus éxitos personales?	0	600	83

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Grupos y páginas en las redes sociales

Las estudiantes que sacan nota 11, 12 y 13 tienen mayormente de 4 a 7 grupos en Facebook, abarcando de esta manera al 25.4% de estudiantes; en Twitter tienen de 0 a 3 grupos, que representan al 17.5% de estudiantes (Ver Tabla 50). Cabe resaltar los que no son cuentan con Twitter representan el 54.4%

Tabla 50: Número de grupos según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

N° de grupos	Facebook		Twitter	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
0-3	22	19.3	20	17.5
4-7	29	25.4	2	1.8
8-11	22	19.3	5	4.4
12-15	5	4.4	0	.0
16-19	8	7.0	1	.9
20-23	5	4.4	1	.9
24 a más	10	8.8	0	0.0
Ns/No	8	7.0	18	15.8
No tiene cuenta con esta red	0	0.0	62	54.4
no usa ninguna red	5	4.4	5	4.4
Total	114	100.0	114	100.0

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015
Elaboración: Propia*

Para ambas redes, según Tabla 51, los grupos de pertenencia en primer lugar son de amistad, seguido de grupos de estudio. Los grupos de amistad abarcan el mayor porcentaje de estudiantes con 49.1% de ellas, además los grupos de estudio son los segundos en la lista 20.4% y estos grupos se crean con la finalidad de intercambiar información accesible a varias personas y que en ellos también se pueden publicar, comentar y compartir información en grupos cerrados o públicos, pero que en su mayoría son grupos cerrados; es decir, solo los miembros de esos grupos pueden ver lo que sucede en los muros de ambas redes.

Tabla 51: Tipo de grupos según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

Tipo de grupo	Frecuencia	Porcentaje
Amistad	56	49.1
Estudios	23	20.2
Entretenimiento	11	9.6
Intercambio de información	7	6.1
Seguidores o fans	5	4.4
Otros	2	1.8
Ninguno	5	4.4
no usa ninguna red	5	4.4
Total	114	100.0

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015
Elaboración: Propia*

Categoría de páginas en Facebook.

En Facebook las páginas van desde 0 hasta 3400, cuyo promedio es de 385 páginas. La mayoría de estudiantes (6.1%) cuenta con a 100 página (“Me Gusta”), el 5.3% cuenta con 3 páginas, el 3.5 % con 2.

Las categorías de páginas a las que acceden las estudiantes, de mayor menor son: páginas de entretenimiento, de medios de comunicación, educativas, personajes y empresariales (Ver Tabla 52)

En cuanto a las páginas de entretenimiento, según la Tabla 52, las que mayormente se acceden son a las páginas musicales y de videos. En cuanto a medios de comunicación, las páginas que mayormente se acceden son programas de TV y radio. En la categoría paginas educativas, a las que más se accede son a I.E (tanto pública o privada). En la categoría personajes la que está en primer lugar es la página de algún famoso o famosa y de algún artista. Las que lidera las paginas organizacionales son comunidad y la que lidera las empresariales están las páginas de algún producto o servicio.

Tabla 52: Páginas de acceso en categorías y tipos según porcentaje de estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13

Categoría de la página	Tipo de página	Frecuencia	%	% Total
entretenimiento	Música	44	38.6	
	Videos	37	32.5	
	Tv	11	9.6	88.6
	Juegos	8	7.0	
	Álbum	1	.9	
	No Accede	8	7.0	7.0
Medio de comunicación	Programa de Tv	44	38.6	
	Radio	30	26.3	
	Diario/Periódico	7	6.1	74.6
	Revista	3	2.6	
	Periodista	1	.9	
	No Accede	24	21.1	21.1
Educativas	Institución Educativa	42	36.8	
	I. E. (Pública/Privada)	22	19.3	65.8
	Talleres de Estudio	11	9.6	
	No Accede	34	29.8	29.8
Personajes	Famoso(a)	29	25.4	
	Figura pública	19	16.7	
	Artista	17	14.9	65.8
	Profesor	8	7.0	
	Político	2	1.8	
	No Accede	34	29.8	29.8
organizacionales	Comunidad	18	15.8	
	organización	8	7.0	25.4
	ONG	3	2.6	
	No Accede	80	70.2	70.2
empresariales	Producto/Servicio	12	10.5	
	Empresa	7	6.1	
	Empresario	4	3.5	22.8
	Negocio	3	2.6	
	No Accede	83	72.8	72.8

Nota: Las que No cuenta con ninguna red social son 5 estudiantes (4.4 %). Se considera los que no cuenta con ninguna red social para todos los casos.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015
Elaboración: Propia

Aspectos positivos de las redes sociales para los estudios

De 114 estudiantes, 109 usa al menos una red social y con ellas se ha evaluado tanto los efectos positivos como los efectos negativos de las redes sociales. Cabe resaltar que las que no usan ninguna red social son 5 estudiantes que representan el 4.4%.

Tabla 53: Efecto positivo las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)

¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO	No usa red social	Total
¿Contacta con las compañeras de clase?	90.4	4.3	0.9	4.4	100
¿Consulta información sobre trabajos de clase y exámenes?	89.5	5.2	0.9	4.4	100
¿Pide ayuda a sus compañeras de clase o estudio?	84.2	10.5	0.9	4.4	100
¿Comparte información sobre tareas?	81.6	13.1	0.9	4.4	100
¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?	77.3	17.4	0.9	4.4	100
¿Puede ayudar a sus compañeras de estudio?	77.2	16.5	1.9	4.4	100
¿Comparte información sobre trabajos de clase?	72.8	21.9	0.9	4.4	100
¿Accede rápido a la información que necesita?	65.8	26.3	3.5	4.4	100
¿Amplía sus conocimientos en general?	54.4	37.7	3.5	4.4	100
¿Comparte información sobre los exámenes?	48.3	44.7	2.6	4.4	100
¿Obtiene información de centros de enseñanza?	40.4	54.3	0.9	4.4	100

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", a gusto 2015
Elaboración: Propia*

El primer efecto positivo que se puede visualizar en la Tabla 53, es que las redes sociales las mantiene conectadas virtualmente, por lo que el segundo efecto positivo es que gracias a esa conexión, pueden consultarse información entre ellas sobre sus trabajos y exámenes, piden ayuda a sus compañeras (tercer efecto positivo), comparten información sobre sus tareas (cuarto efecto positivo) trabajos y exámenes (quinto efecto positivo); como permanecen conectadas virtualmente también estos facilita que pueda ayudar a sus compañeras, convirtiéndose esto en el sexto efecto positivo; entre otros

efectos positivos que ayudan a las estudiantes en el desarrollo de sus actividades académicas y de su educación en general.

Aspectos negativos de las redes sociales para los estudios

Existen aspectos negativos que perjudican a las estudiantes en el desarrollo de su vida académica, la Tabla 54 muestra estos efectos negativos.

Tabla 54: Efectos negativos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13 (%)

¿Tiene algún efecto negativo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO	No usa red social	Total
¿Ha sentido o siente posibles peligros al dar demasiados datos personales?	57.0	36.8	1.8	4.4	100
¿Su ortografía es adecuada en las redes sociales (Problemas ortográficos)?	56.1	36.0	3.5	4.4	100
¿Es para Ud. una adicción por estar muy enganchada a ellas?	50.9	41.2	3.	4.4	100
¿Es para Ud. una distracción o pérdida concentración?	50.0	43.8	1.8	4.4	100
¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?	46.5	44.7	4.4	4.4	100
¿Usa o ha usado páginas para copiar trabajos?	45.6	47.4	2.6	4.	100
¿Estudia menos por conectarse?	38.6	53.5	3.5	4.4	100
¿Conoce o conoció a gente no adecuada?	32.5	58.7	4.4	4.4	100
¿Las redes sociales le generan aislamiento?	19.3	73.7	2.6	4.4	100
¿Han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona?	16.6	74.6	4.4	4.4	100
¿Ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores?	9.6	82.5	3.5	4.4	100
¿Entra a páginas no adecuadas?	2.5	89.6	3.5	4.4	100

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", a gusto 2015
Elaboración: Propia*

En primer lugar las redes sociales causan sensación de peligro (57.0%) porque las estudiantes dejan muchos datos personales en las redes sociales.

En algunas ocasiones los problemas de ortografía se evidencian en la manera de como escriben en las redes sociales; sin embargo, en el caso de las estudiantes que logran obtener un calificativo de 11, 12, 13 este problema se

presenta en el 36% de estudiantes siendo éste un porcentaje elevado, convirtiéndose en el segundo efecto negativo que causa las redes sociales para las estudiantes.

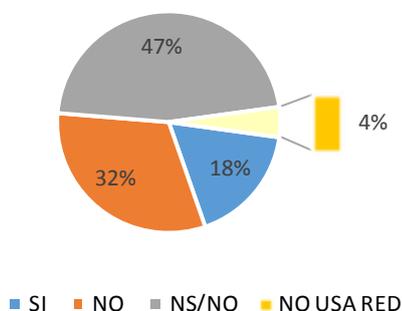
Los siguientes efectos negativos han convertido al 50.9% de estudiantes adictas a las redes sociales, al 50% en personas muy pendientes de ellas, ocasionando distracción y pérdida de concentración y al 46.5% en personas que le dedican mucho tiempo, lo que significa que resta tiempo para los estudios.

Los siguientes efectos negativos son que las redes sociales han facilitado que el 45.6% de estudiantes las use para copiar trabajos; es decir, como las redes permiten enviar e intercambiar información, entonces también las estudiantes la usan para copiar trabajos, pero esta acción depende más de la persona y de su formación, antes que de las redes sociales.

El séptimo efecto negativo es que las redes sociales han generado que un 38.5% de estudiantes resten tiempo a sus estudios por estar conectadas a dichas redes.

Existen más efectos negativos que generan las redes sociales, pero son en menor porcentaje, como el aislamiento (19.3%), los posibles engaños a algunas personas (16.6%), compañeras o profesores (9.6%) y entrar a páginas no adecuadas (2.5%).

Figura 26: Apreciación de las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 11, 12, 13



*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", a gosto 2015
Elaboración: Propia*

Cuando se les pregunta a las estudiantes si las redes sociales les ayuda a tener un mayor rendimiento académico, el 18% menciona que sí, el 32% menciona que no y el 47% no sabe, no opina (Ver Figura 26); es decir, ellas son conscientes que las redes no les ayudan mucho en sus estudios, sino más bien las distrae o las convierte en adictas, por lo que se recomienda ciertos niveles de control en su uso y tiempo.

En conclusión, después analizar las paginas, los grupos, los amigos, los efectos negativo y positivos, se menciona que el tema educativo y los temas de interés para los estudios no son relevantes para este grupo de estudiantes - publicaciones, comentarios y conversaciones - sino más bien se usa el Facebook, por ejemplo, para prestar mayor interés en la vida privada de ellas y de sus compañeras o amigos (as), Los efectos positivos son buenos e importantes, sin embargo frente a los efectos negativos, pierden relevancia en el rendimiento académico, ya que más de la mitad de estudiantes dedican mucho tiempo las redes sociales, en desmedro de los estudios.

D. Categoría: Notas bajas (09-10)

Del total de la muestra (309 estudiantes) los que sacan 09 y 10 representan el 3.9% (12 estudiantes). Ese 12% se distribuye de la siguiente manera:

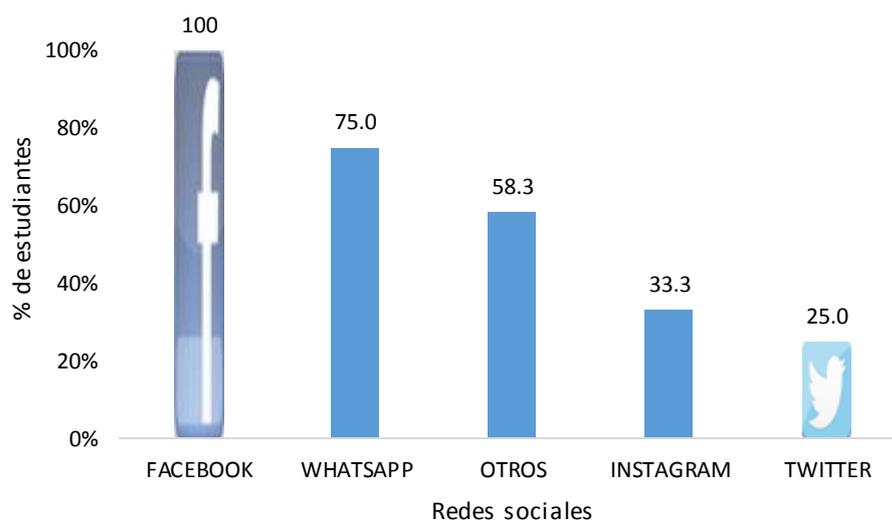
Tabla 55: Distribución de estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 según grados

Grados	Frecuencia	%
1°	1	8.3
2°	1	8.3
3°	10	83.3
total	12	100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

La mayor cantidad de estudiantes se ubican en tercer grado, pues representan al 83.3% (Ver Tabla 55)

Figura 27: Redes usadas por estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)

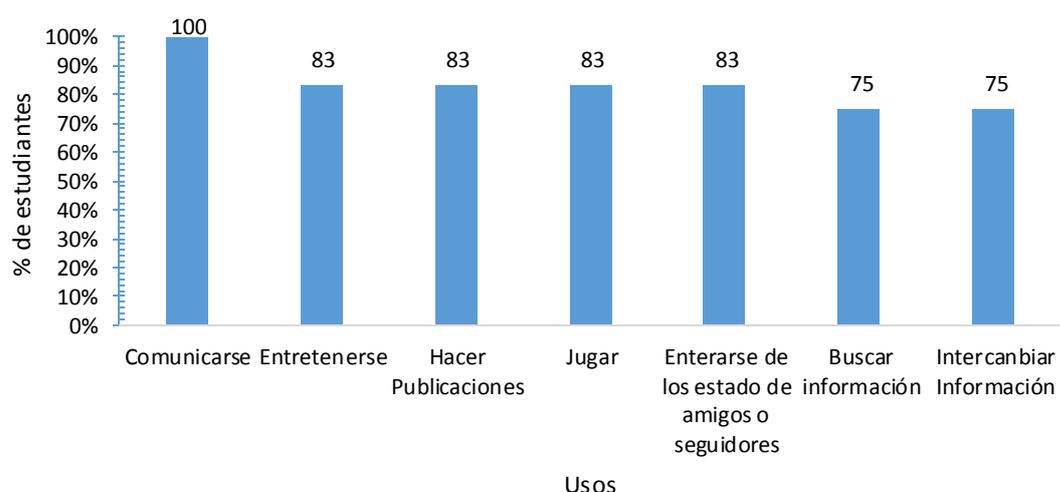


Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

La redes sociales más usadas según la Figura 27 son Facebook (100%) y WhatsApp (75%). Facebook porque es una red social de ocio, basadas en perfiles personales/profesionales (ONTSI, 2011) y WhatsApp porque es una red social de mensajería instantánea en la que se pueden intercambiar archivos de audio, fotos videos, ubicación geografía e información de algún contacto telefónico registrado en el teléfono celular; sin embargo Twitter se ubica en este caso en el último lugar (25%) porque el horario y tiempo de uso es muy reducido en comparación con el resto de redes presentadas en la Figura 27.

En relación a cómo usan las redes sociales, se aprecia que todas las estuđinates las usan para comunicarse (100%), un 83% la usa para entretenerse, hacer publicaciones, jugar y enterarse de los estado de amigos o seguidores y por último el 75% lo usa para buscar información e intercambiarla (Ver Figura 28)

Figura 28: Tipo de uso de las redes sociales según estuđiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)



*Fuente: Encuesta aplicada a estuđiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

Horario y tiempo de uso de las redes sociales

Tabla 56: Horario y tiempo de uso de Facebook y Twitter según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)

Frecuencia de días de acceso	Horario				Sub Total	Minutos				Sub Total
	Mañana	Tarde	Noche	Madrugada		0<30	30<60	60<120	120 a más	
<i>Facebook</i>										
Todos los días	0.0	50.0	33.3	0.0	83.3	8.3	8.3	8.3	58.3	83.2
2-3 veces por semana	0.0	8.3	8.3	0.0	16.6	0.0	8.3	0.0	8.3	16.6
Total					100					100
<i>Twitter</i>										
2-3 veces por semana	0.0	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	8.3
1 vez a la semana	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	8.3
2-3 veces al mes	8.3	0.0	0.0	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	8.3
No tiene Twitter					75.0					75.0
Total					100					100

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

Las estudiantes que tienen las notas más bajas usan el Facebook todos los días, principalmente en la noche en un tiempo mayor los 120 min; en segundo lugar lo usan de 2 a 3 veces por semana, en la tarde y en la noche, en un tiempo que va desde 30 a 60 minutos por día. En Twitter es 2 a 3 veces por semana en la tarde de 30 a 60 minutos, una vez a la semana en la noche, menor o igual a 30 minutos; y, 2 a 3 veces al mes y menor o igual a 30 minutos. (Ver Tabla 56)

Publicaciones en las redes sociales

En **Facebook** las estudiantes publican prioritariamente frases (50%), ya sea en fotos videos o en forma textual; es decir, se publican foto o algún texto sobre frases de la vida, del amor, de reflexiones, de decepciones, de

entretenimiento, etc. Seguidamente, lo que más se publica es sobre vida privada (16.7%) en fotos de algún evento, reunión o fotos individuales y también en forma de texto, expresando que es lo que están haciendo, qué van a hacer o como se sienten. Este grupo de estudiantes no publica temas netamente educativos. (Ver Tabla 57)

Tabla 57: Publicación y temas de conversación en Facebook según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10

Publicaciones		
Tema	Frecuencia	%
Frases	6	50.0
Vida privada	2	16.7
Humor	1	8.3
Eventos o hechos sociales	1	8.3
Realidad local, nacional, internacional	1	8.3
Ns/No	1	8.3
Total	12	100.0
Publicaciones con más comentarios		
Otros	7	58.3
Frases	3	25.0
Vida privada	1	8.3
Ns/No	1	8.3
Total	12	100.0
Temas de conversación		
Vida privada	6	50.0
Educación	2	16.7
Otros	2	16.7
Ns/No	1	8.3
Humor	1	8.3
Total	12	100.0

a
da a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia

Las publicaciones que reciben más comentarios son temas muy variados ubicados en la categoría “Otros” con 58.3% y Frases con el 25.0% (Ver Tabla 57); el tema educativo no se ubica en ningún puesto con publicaciones con más comentarios, lo que significa que las estudiantes tienen poco interés en temas educativos ya que no los publican y tampoco los comentan, pero cabe resaltar que el tema educativo se ubica en el puesto 2 en temas de conversación después de vida privada; es decir, si bien es cierto que no se

publica ni se comentan temas educativos, pero al momento de conversar por las redes sociales si se toma en cuenta, ya que las redes son una herramienta de conversación en tiempo real y hablar sobre las tareas o actividades académicas en general no puede ser ajeno a las estudiantes, pero el primer tema de conversación es sobre sus vidas privadas, lo que significa que para este grupo las redes sociales no se presenta con un factor de beneficio educativo a las estudiantes ya que se trata de temas irrelevantes para su formación académica (hablar de tal chico, sobre sus salidas, etc. - menciona un profesoras durante una entrevista) en vez de tratar prioritariamente el tema educativo.

Tabla 58: Publicación y temas de conversación en Twitter según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10

Publicaciones		publicaciones con más comentarios		Temas de conversación		
Tema	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Otros	1	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
Ns/No	2	16.7	3	25.0	3	25.0
No tiene Twitter	9	75.0	9	75.0	9	75.0
Total	12	100.0	12	100.0	12	100.0

*Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.
Elaboración: Propia*

En la Tabla 58 se aprecia que en **Twitter** solo una estudiante publica en Twitter y lo que publica se basa en temas muy variados (“Otros”). Esta estudiante no hace comentario alguno en Twitter y tampoco conversa a través de esta red social, debido (según la Tabla 56) a la poca actividad en tiempo y horario ya que mínimamente lo usan 2 a 3 veces por semana, entonces no hay actividad que refleje influencia en los estudios.

Amigos en las redes sociales

El análisis para este grupo es especialmente a la red social Facebook ya que el 100% de estudiantes la usa, a diferencia que el 75% de estudiantes no usa Twitter,

La mayoría de estudiantes tiene más de 600 amigos en Facebook, seguido de las que tiene entre 501 y 600, siendo cantidades muy elevadas. Las 12 estudiantes de esta categoría tienen en promedio 13 amigos o seguidores en Facebook o Twitter que le ayudan en sus tareas o actividades de colegio, 4 que comparten sus problemas familiares y 25 que comparten sus éxitos personales.

Grupos y páginas en las redes sociales

Tabla 59: Grupos en Facebook según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10

N° de grupos	Frecuencia	%
4-7.	4	33.3
8-11.	1	8.3
12-15.	1	8.3
16-19	1	8.3
20-23	1	8.3
24 a más	4	33.3
Total	12	100.0
Tipo de grupo		
Amistad	6	50.0
Estudios	1	8.3
Intercambio de información	3	25.0
Seguidores o fans	2	16.7
Total	12	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

La mayoría de estudiantes tienen en Facebook entre 4 - 7 grupos (33.3%) y de 24 a más grupos (33.3%). Del 100% de estudiantes, el 50% (6 estudiantes) pertenece a grupos de amistad, seguido de grupos de intercambio

de información (25.0%), seguidores o fans (19.7%) y por último, a grupos de estudio (8.3%). (Ver Tabla 59).

En relación a las páginas con las que se cuentan o las que se da “Me Gusta”, mínimamente tienen 2 y máximo 900 cuyo promedio es 149. Las categorías de páginas a las que acceden, de mayor menor son: páginas de entretenimiento, de medios de comunicación, educativas, personajes, empresariales y organizacionales. La Tabla 60 la detalla a continuación.

Tabla 60: Páginas de acceso en categorías y tipos según porcentaje de estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10

Categoría	Página	Frecuencia	%	% Total*
entretenimiento	Música	6	50.0	91.7
	Album	3	25.0	
	Tv	1	8.3	
	Videos	1	8.3	
	No Accede	1	8.3	8.3
Medio de comunicación	Programa de Tv	6	50.0	91.7
	Radio	4	33.3	
	Revista	1	8.3	
	No Accede	1	8.3	8.3
Educativas	Institución Educativa	3	25.0	66.7
	I. E. (Pública/Privada)	3	25.0	
	Talleres de Estudio	2	16.7	
	No Accede	4	33.3	33.3
Personajes	Artista	3	25.0	58.3
	Famoso(a)	2	16.7	
	Figura pública	1	8.3	
	Profesor	1	8.3	
	No Accede	5	41.7	41.7
empresariales	Negocio	2	16.7	16.7
	No Accede	10	83.3	8.3
organizacionales	Comunidad	2	16.7	16.7
	No Accede	10	83.3	83.3

* Porcentaje Total = Suma el porcentaje de estudiantes que acceden a las páginas en las redes sociales y también el porcentaje de estudiantes que no acceden. Los datos se muestran en dos grupos distintos, que al sumarlos representan al 100% de estudiantes.

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Aspectos positivos de las redes sociales para los estudios

Las redes sociales son herramientas que generan facilidades a las estudiantes en su vida cotidiana, pero también en sus labores académicas. Para las estudiantes cuyas notas no son las mejores, la Tabla 60 muestra los efectos positivos en los estudios.

Tabla 61: Efectos positivos de las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)

¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO
¿Contacta con las compañeras de clase?	100	0	0
¿Consulta información sobre trabajos de clase y exámenes?	100	0	0
¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?	92	8	0
¿Pide ayuda a sus compañeras de clase o estudio?	92	8	0
¿Comparte información sobre tareas?	75	17	8
¿Accede rápido a la información que necesita?	75	17	8
¿Comparte información sobre los exámenes?	67	25	8
¿Puede ayudar a sus compañeras de estudio?	67	25	8
¿Comparte información sobre trabajos de clase?	58	33	8
¿Amplía sus conocimientos en general?	58	33	8
¿Obtiene información de centros de enseñanza?	33	58	8

Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El primer efecto positivo que se puede apreciar en la Tabla 61, es que las redes sociales mantiene conectadas virtualmente a las estudiantes lo que implica que la socialización de hechos, sucesos y eventos en su vida en general gira en torno a ellas y las novedades no son temas ajenos a ellas.

El segundo efecto positivo es que gracias a esa conexión, ellas pueden consultar información sobre sus trabajos y exámenes. Cuando una estudiante encuentra dudas sobre los trabajos dejados por los docentes en la Institución educativa o sobre lo que vendrá en los exámenes o quizás las fechas, quien mejor que sus amigas y compañeras de clases para brindar información, que

en ese instante interactúa virtualmente. Esto es un gran efecto positivo ya que el 100% hace ese tipo de consultas mediante las redes sociales.

El tercer efecto positivo es que no solo se consulta información, sino que también se la comparte. Este efecto positivo funciona con mayor intensidad en el caso de trabajos en grupo.

El cuarto efecto positivo es que piden ayuda a sus compañeras; es decir, al estar conectadas virtualmente y al consultarse información sobre trabajos y exámenes es obvio que 92% de estudiantes solicite ayuda a sus compañeras de clase sobre sus tareas.

El quinto efecto positivo es que las redes sociales, facilitan que las estudiantes compartan información sobre sus trabajos; es decir, que si alguien no ha entendido muy bien como es la tarea pendiente, solicita a una de sus compañeras para que le mande el trabajo y así se pueda guiar, aunque en algunos casos esto funciona como una efecto negativo ya que facilita que se copien los trabajos.

El sexto efecto positivo es que el 75% de estudiantes accede rápido la información que necesita en las redes sociales, que no necesariamente son temas netamente académicos, pero que le ayudan a enriquecer sus conocimientos de manera general.

El séptimo efecto positivo es que al estar conectadas virtualmente también permite que las estudiantes puedan intercambiar datos sobre los exámenes y en el mejor de los casos pueden estudiar juntas virtualmente para un examen.

El octavo efecto positivo es que gracias a las redes sociales las estudiantes no solo solicitan ayuda, sino que también pueden ayudar a sus compañeras en lo que ellas necesiten y creen que es importante; y, entre otros efectos positivos que se pueden apreciar en el Tabla 61.

Aspectos negativos de las redes sociales para los estudios

Así como existen aspectos positivos que pueden ayudar a las estudiantes en el desarrollo de su vida académica, también existen aspectos negativos que perjudican su educación.

Para este grupo de estudiantes las redes sociales, en primer lugar, más que un efecto negativo, es un problema, porque las estudiantes en un 83% han tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o a su profesor (a); es decir, gracias a las redes se puede mentir, se puede hacer cosas, que en realidad no está sucediendo. (Véase la Tabla 62)

El segundo efecto negativo para este grupo de estudiantes es que entran a páginas no adecuadas siendo un porcentaje muy alto (83%).

El tercer efecto negativo tiene que ver específicamente con los estudios, porque están conectadas a las redes sociales por mucho tiempo por lo que les resta tiempo para estudiar; es decir, 8 de 12 estudiantes que estudian en la mañana, se pasan todos los días, más 2 horas por las tardes en las redes sociales, por lo que si antes tenían desde las 3:00 pm hasta las 6:00 pm para estudiar, ahora tienen solo una hora.

El cuarto efecto negativo es que el 58% de estudiantes se sienten o han sentido posibles peligros por poner demasiados datos personales en las redes sociales.

Copiar trabajos, ya sea de sus compañeras, de sus amigos o de otras personas, o simplemente de la web; conocer gente no adecuada, ser una persona adicta a las redes sociales, estar distraídas y perder la concentración y dedicarle mucho tiempo a las redes sociales son efectos negativos que abarcan al 50% de estudiantes, siendo un porcentaje muy alto.

Tabla 62: Efecto negativos las redes sociales en los estudios de las estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)

¿Tiene algún efecto negativo las redes sociales en sus estudios?	SI	NO	NS/NO
¿Ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores?	83	17	0
¿Entra a páginas no adecuadas?	83	17	0
¿Estudia menos por conectarse?	67	17	17
¿Ha sentido o siente posibles peligros al dar demasiados datos personales?	58	25	17
¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?	50	42	8
¿Es para Ud. una distracción o perdida concentración?	50	42	8
¿Es para Ud. una adicción por estar muy enganchada a ellas?	50	42	8
¿Conoce o conoció a gente no adecuada?	50	42	8
¿Usa o ha usado páginas para copiar trabajos?	50	33	17
¿Su ortografía es inadecuada en las redes sociales (Problemas ortográficos)?	33	58	8
¿Las redes sociales le generan aislamiento?	8	75	17
¿Han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona?	8	75	17

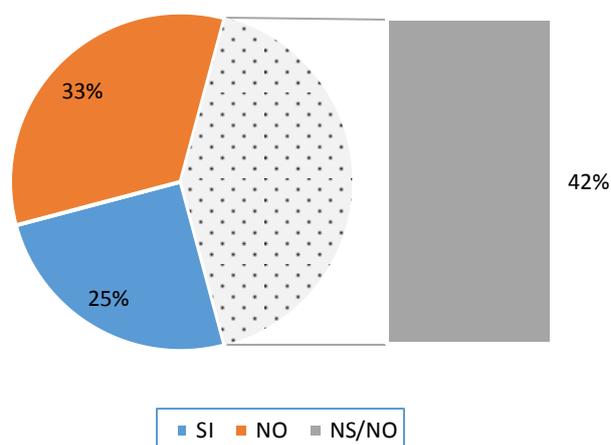
Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

El décimo efecto negativo que ocasiona las redes sociales para las estudiantes cuyas notas son 09 y 10 es contribuye a que su ortografía no sea adecuada, que escriban sin tener en consideración las reglas de ortografía, sin respetar comas, puntos, tildes entre otros.

Los efectos negativos inferiores es que las redes sociales permiten hacer posibles engaños a alguna persona y genera aislamiento, pero es un porcentaje muy reducido, solo 8%, mientras que el 75% no usan las redes para hacer posibles engaños a las personas, ni mucho menos les genera aislamiento.

Figura 29: Apreciación de las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico según estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, cuyas notas son 09 y 10 (%)



Fuente: Encuesta aplicada a estudiantes de la I.E. Emblemática "Santa Teresita", agosto 2015.

Elaboración: Propia

Cuando se les pregunta a las estudiantes si las redes sociales les ayuda a tener un mayor rendimiento académico, el 25% menciona que sí, el 33% menciona que no y el dato que sorprende es que el 42% no sabe/no opina (Ver Figura 29); es decir, la mayoría no sabe si las redes les perjudica en su rendimiento académico o les ayuda, pero luego de analizar las paginas, los grupos, los amigos, los efectos positivos y los efectos negativos podemos concluir que las redes sociales tiene influencia negativa en el rendimiento

académico de las estudiantes que sacan notas inferiores o iguales a 10, porque no está presente el tema educativo en las publicaciones y en los comentarios. El horario de uso de las redes sociales es muy alto y muy frecuente, lo que les resta tiempo para estudiar.

3.2.5. Redes sociales y participación en clase

Tabla 63: Estudiantes de la I. E Emblemática Santa Teresita – Cajamarca, que más participan en clase según notas 2015

Notas	Promedio 2015									Total
	10	12	13	14	15	16	17	18	19	
N° de Estudiantes	1	1	2	4	7	4	6	7	1	33

Fuente: Consolidado de evaluaciones del nivel de educación secundaria EBR, Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015 - Entrevista aplicada a los docentes de la I.E Emblemática Santa Teresita, agosto 2015.

Elaboración: Propia

En la Tabla 63 se muestra que las estudiantes que más participan en clase de todas los grados y secciones, sus notas van desde 10 hasta 19, pero la mayor cantidad de estudiantes se encuentran ocupando notas de 15 y 18.

Las características de este grupo de estudiantes según sus docentes, es que son muy participativas, colaboran con sus compañeras, son responsables, dinámicas, muy comunicativas, respetuosas, les gusta brindar sus puntos de vista, respetan las opiniones de los demás, investigadoras, puntuales, responsables, solidarias, alegres, amigables, curiosas, pertinentes, trabajadoras en grupo, críticas e informativas.

En relación a las redes sociales, todas hacen uso de ellas, la mayoría tiene 1, 2 y 3 redes sociales, todas usan Facebook y solo 12 usan Twitter. Todas la usan

para comunicarse, el 88% para intercambiar información, el 85% para entretenerse, el 82% la usa para buscar información, el 82% para hacer publicaciones, el 79% para enterarse de los estados de sus amigos o seguidores y el 73% para jugar.

En relación a las publicaciones que realizan las estudiantes que más participan en clase son en primer lugar frases (textuales, fotos o videos, publicación de terceros), luego publicaciones sobre su vida privada (fotos o videos, textos) y temas educativos. Lo que más se conversa a través de las redes sociales es en primer lugar sobre educación (tareas, trabajos, clases, exámenes) y en segundo lugar sobre su vida privada.

En relación a los grupos a los que pertenecen, son mayoritariamente a grupos de amistad, seguido de grupos de estudio y de entretenimiento.

Las páginas a las que más se acceden son a páginas de entretenimiento y de dentro de ellas a páginas musicales; y, en segundo lugar, se accede a páginas educativas, principalmente a alguna Institución educativa.

Por lo tanto queda claro que las estudiantes que más participan en clase son las que tienen notas altas, son muy responsables, usan redes sociales, pero los temas con los que participan no necesariamente se debe a las redes sociales, ya que más acceden a páginas de entretenimiento y las publicaciones que realizan en las redes sociales es sobre todo frases de una variedad de temas, en las que más resalta son reflexiones de la vida, la amistad y el amor.

3.2.6. Análisis comparativo del contenido de las redes sociales según categoría de notas

Figura 30: Comparación de principales indicadores de las redes sociales según categoría de notas de las estudiantes del I.E Santa Teresita Cajamarca, 2015.

Indicadores	categoría de notas			
	Notas muy Altas	Notas Altas	Notas regulares	Notas bajas
Uso de Facebook	83	95	96	100
Uso de Twitter	34	44	40	25
Tipo de uso de las redes sociales - Porcentaje				
Comunicarse	99	94	92	100
Entretenerse	75	84	74	83
Buscar Información	100	81	73	75
Intercambiar Información	99	76	68	75
Jugar	95	75	62	83
Hacer Publicaciones	94	69	70	83
Enterarse de los Estados de amigos o seguidores	92	68	66	83
Tipo de amigos en las redes sociales - Promedio				
Amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio	22	15	27	13
Amigos que comparten sus problemas familiares	8	7	26	4
Amigos que comparten sus éxitos personales	17	19	83	25
Tiempo de uso de Facebook - Porcentaje				
0-30 min/día	39	25	20	8
30-60 min/día	26	33	31	17
60-120 min/día	29	24	21	8
120 a más min/día	7	13	24	67
Publicaciones en Facebook - Porcentaje				
Frases	29	32	32	50
Vida privada	13	14	21	17
Educación	26	14	7	0
Noticias	3	3	2	0
Publicaciones con más comentarios en Facebook - Porcentaje				
Frases	29	25	26	25
Vida privada	3	10	21	8
Educación	26	5	1	0
Noticias	3	2	2	0
temas de conversación en Facebook - Porcentaje				
Educación	68	38	25	17
Vida privada	16	36	40	50
Otros	7	8	17	17
Otros usos de las redes sociales - Porcentaje				
¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?	97	79	90	92
¿Pide ayuda a las compañeras de clase o estudio?	94	94	84	92
¿Obtiene información de centros de enseñanza?	32	39	40	33
¿Amplía sus conocimientos en general?	77	69	54	58
¿Estudia menos por conectarse?	10	26	39	67
¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?	23	28	47	50
¿Es para Ud. una adicción por estar muy enganchada a ellas?	26	39	51	50

Fuente: Institución Educativa Emblemática Santa Teresita – 2015 - Encuesta aplicada a las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita, agosto 2015.

Elaboración: Propia

Según la Figura 30 se aprecia que el uso de las redes sociales va forma creciente de acuerdo a como va bajando las calificaciones de las estudiantes para la red social Facebook y para la red social Twitter hay un uso equilibrado. En esta misma tabla se puede ver que la acción de buscar información en las redes sociales va en forma decreciente de acuerdo a las calificaciones, es decir las estudiantes que tienen notas muy altas y altas son las que más usan las redes sociales para este fin en comparación otras estudiantes de calificaciones inferiores, por otro lado la acción de comunicación es equilibrada en todas categorías de estudiantes, lo que quiere decir que la gran mayoría de estudiantes que hace uso de las redes sociales, lo usa para comunicarse entre sí. Como se ha visto en capítulos anteriores, intercambiar información es una acción que realizan las estudiantes, y ésta información incluye a trabajos o tareas que se llevan en las clases, por lo que son las estudiantes de mayores calificaciones quienes realizan esta acción en mayor porcentaje (99%) comparativamente con las estudiantes cuyas calificaciones son altas, medias y bajas, que están entre el 76%, 68% y 75%.

Entretenerse en las redes sociales es una acción que se mantiene en niveles similares en todas las categorías de calificaciones, que van desde el 74% de estudiantes al 84%.

Tener amigos en las redes sociales es muy fácil, el tema es si éstos son útiles en la vida académica de las estudiantes de acuerdo a las categorías de calificaciones. En la Tabla 30 se aprecia que las estudiantes que tienen Notas Regulares tienen en promedio 27 Amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio y eso se debe porque la gran mayoría (37%) tienen más

de 600 amigos solo en la red social Facebook, en cambio las estudiantes cuyas calificaciones son Muy Altas tienen en promedio 22 amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio, esto debido a que, por ejemplo, el mayor porcentaje de estudiantes (39%) cuyas notas son 17 y 18 tienen amigos que van solo de 0 a 100. Por otro lado las estudiantes cuyas notas son Bajas, tienen en promedio 13 Amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio, pero que sin embargo tienen más de 600 amigos solo en la red social Facebook, es decir que si se le compara con las estudiantes cuyas notas son Muy Altas quiere decir que mientras las estudiantes que más amigos tienen en las redes sociales y cuyas calificaciones son más bajas tienen pocos amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio, que las estudiantes que tienen pocos amigos de forma general, pero que tienen más Amigos que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio, es decir que para las estudiantes de mayores calificaciones no es muy importante tener muchos amigos en las redes sociales, sino cuántos de ellos son útiles en la vida académica.

El tiempo es un recurso muy importante al momento de considerar el rendimiento académico inmerso dentro de un espacio de estudio fuera de la escuela, por lo que dedicar mucho tiempo a las redes sociales se convierte en un aspecto negativo para la vida académica. Es decir a mayores calificaciones, menores serán los minutos de uso de redes sociales. 39% de estudiantes cuyas calificaciones son Muy Altas solo las usa en un tiempo que va de 0 a 30 minutos por día, siendo este el mayor porcentaje en la categoría 0-30 min/día, y en cambio las estudiantes cuyas notas son Bajas usan las redes en un tiempo que va de 0 a 30 minutos por día tan solo en un 8 %. Ahora bien, cuando se habla de la

categoría 120 a más min/día se aprecia en la Figura 30 que la situación es contraria porque solo el 7% de estudiantes cuyas notas son Muy Altas la usa en este tiempo, que diferenciadamente un 67% de estudiantes cuyas calificaciones son Bajas la usa en el tiempo mencionado (120 a más min/día)

Conocer que es lo que publican las estudiantes en las redes sociales es adentrarse a conocer cual el objetivo de uso de dichas redes. Hay publicaciones de varios tipos, pero para este análisis se ha considerado solo algunos. En el tema Educación se aprecia que tiende a ser descendiente en relación a la descendencia de las calificaciones, y contrariamente sucede con el tema Vida Privada, que también se torna ascendente en torno a la decadencia de calificaciones.

3.3. Redes sociales, docentes y estudiantes

Se ha realizado 14 entrevista a los docentes de la I.E. Emblemática Santa Teresita en relación a los grados y secciones que conforman la muestra de estudiantes. El 71% hace uso de las redes sociales, frente al 29% que no las usa y no lo hacen porque les ocupa mucho tiempo.

Los (as) docentes que no hacen uso de las redes sociales son del área:

- 1° B: Educación para el Trabajo
- 2° D: Arte
- 2° G: Ingles
- 4° C: Educación religiosa

Los (as) docentes que usan las redes sociales son de área:

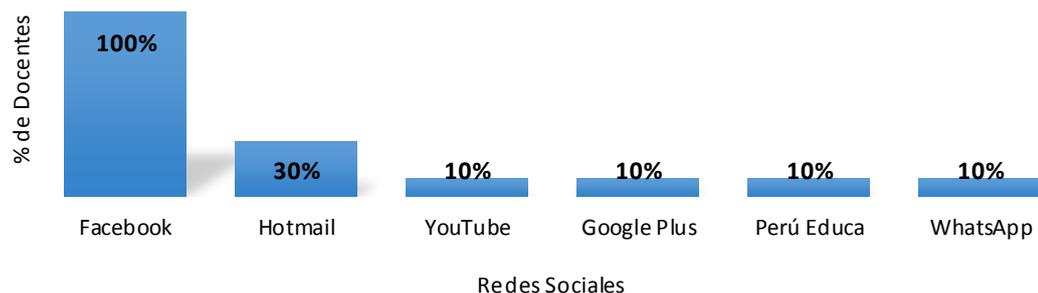
- 1° E: Matemática
- 2° G: Educación para el Trabajo

- 3° H: Educación para el Trabajo
- 3° H: Matemática
- 3° F: Comunicación
- 4° D: Educación Física
- 4° C: Formación ciudadana y cívica
- 5° G: Ingles
- 5° A: Física
- 5° G: Historia, Geografía y Economía

Del total de docentes que si hace uso de las redes sociales (10 docentes ó el 100%) usa el Facebook, el 30% usa el Hotmail como segunda red social. Youtube, Google Plus, Perú Educa, y WhatsApp representan el 10%, que en otras palabras solo representa a 1 docente por cada red social mencionada. (Ver Figura 30)

Los usos que dan a estas redes sociales son para mandar información a sus estudiantes, comunicarse más fluidamente con ellas, amigos y colegas, informarse y/o recibir información de páginas educativas y culturales, informar actividades a algunas estudiantes y para estudiar.

Figura 311: Redes sociales usadas por los docentes de la I.E. Emblemática Santa Teresita, Cajamarca -2015



Fuente: Entrevista aplicada a los docentes de la I.E Emblemática Santa Teresita, agosto 2015. Elaboración: Propia

La relación que existe entre este grupo de docentes con las estudiantes que tienen a cargo en la institución educativa, es de amistad, en especial en Facebook,

en un promedio de 92 estudiantes. Sin embargo, un docente manifiesta que no tiene a sus estudiantes como amigos, ya que es una manera de evitar inconvenientes y malos entendidos.

Los (as) docentes manifiestan que la relación que mantienen se basa en la observación de lo que las estudiantes publican en las redes sociales (monitorearlas) y a partir de ello asesorarlas y aconsejarlas. También la interacción se basa en una comunicación académica (Chat sobre tareas, mandar trabajos - 1 ó 2 veces por semana por ejemplo). Se enlazan videos de YouTube sobre temas de clase (Ejemplo: gestión empresarial), se atienden consultas y se despejan dudas. Es una comunicación horizontal.

Los docentes manifiestan que la mayoría de las estudiantes son buenas académicamente, participativas, responsables, dinámicas y con buena disposición para aprender, con buen comportamiento ponen de su parte para superarse y son muy sociables. Les gusta brindar sus opiniones, son muy creativas, pero también existen estudiantes en cantidades mínimas, que tienen actitudes de poco interés por aprender, son distracción y tienen un rendimiento académico regular.

La mayoría de docentes manifiesta que las estudiantes no usan las redes sociales con fines académicos, porque usan las redes sociales para publicar lo que hacen, cambian tiempo académico - por el uso por ejemplo del Facebook - para comunicarse socialmente y no académicamente, también las usan para entretenerse de las novedades de su círculo social y de esta manera buscar popularidad, para chismes, y cuando publican algo, no es productivo; sin embargo, otros docentes consideran que algunas estudiantes usan las redes sociales con fines académicos

porque hacen trabajos, investigan y comparten información entre compañeras; por ejemplo, en el área de Inglés es muy provechoso, porque leen y exponen. Las redes sociales manifiestan que son buenas siempre y cuando exista orientación y control de los padres.

En relación a que si las redes sociales son herramientas que contribuyen a las estudiantes en su rendimiento académico, la mayoría (93%) manifiesta que SI, siempre y cuando esté bien orientados y es usado positivamente, además cuando se cuenta con la supervisión de los padres y maestros (seleccionar información y bloquear páginas que no están acordes con las estudiantes), podría resultar ser una herramienta que podrían usar las estudiantes para compartir información de sus tareas, trabajos, socializar ideas; es decir, si se le enfoca de manera consiente y no solo hacer vida social, ya que esto implica un retroceso y pérdida de tiempo. El resto de docentes manifiesta que lamentablemente las redes sociales NO contribuyen a que las estudiantes tengan un mejor rendimiento académico, sino que contribuyen a que baje ese rendimiento, ya que mayormente usan las redes sociales para chatear.

Muchas de las estudiantes se escudan del uso del Internet porque sus docentes les dejan tareas para investigar en internet; sin embargo, la mayoría de los docentes manifiestan que sí les dejan tareas a sus estudiantes para investigar en internet, pero mayormente 2 veces al mes sobre tareas como algún personaje histórico, obras literarias, temas para despertar la curiosidad o ver videos. En el área de Inglés para usar el traductor de Google para algunas palabras y textos. En el área de Comunicación la frecuencia para usar Internet es mayor (una vez a la semana)

porque en esta área se dejan tareas para investigar sobre autores, esquemas gráficos, significado de palabras, etc. En el área de Matemática no se deja tareas para buscar en Internet porque se prefiere que las estudiantes lean libros antes de usar el internet.

Se planteaba la hipótesis de que las redes sociales permitían que las estudiantes puedan encontrar información de las redes sociales para el desarrollo de sus clases, pero la realidad muestra que no es tan cierto ya que la mayoría de docentes (9) manifiesta que sus estudiantes no le han dicho que cierta información lo hayan encontrado en las redes sociales, sino de otras páginas web que los (as) docentes les dejan para investigar para que no se distraigan navegando y revisando las redes sociales de las que son parte; pero 5 docentes manifiestan que si han tenido estudiantes que le han manifestado que la información que han llevado la han encontrado en las redes sociales, por ejemplo noticias, temas culturales, etc.; en este caso las redes se convierten en aspectos positivos para la educación general de las estudiantes.

Sobre si las estudiantes hablan temas interesantes en los espacios y horarios de recreación y si tiene algo que ver con las redes sociales y su influencia en el rendimiento académico, los docentes manifiestan que hablan diversos temas y de su interés, dentro de ellos sobre sus amigos(as), ropa, moda, problemas sentimentales, chicos, enamorado, salidas, fiestas, redes sociales (comentarios, que en ocasiones forman conflictos), pero también sobre sus tareas (individuales o en grupo), sobre lo que realizarán por las tardes. Además también hablan sobre programas televisivos como los realitys de TV (Ejemplo: Esto es Guerra); es decir,

en los espacios de recreación mayormente se hablan temas de interés particular para ellas, que van acorde a su edad, más que temas académicos y el tema redes sociales tampoco es el punto central.

Se le ha preguntado a los docentes si creen que existen personas en las redes sociales que puedan ayudar a las estudiantes en el desarrollo de su clases, las razones por las que ellos/as manifiestan que sí existen, es que las estudiantes conocen el tipo de personas que agregan a sus lista de amigos y que les pueden ayudar en sus tareas de colegio, por ejemplo amigos que estudian en alguna universidad, e incluso sus propias compañeras. Además existen páginas y profesores virtuales que ayudan en la educación de las estudiantes, pero es de manera muy limitada, ya que las estudiantes no la utilizan prioritariamente para buscar ayuda en el desarrollo de sus clases, sino para intereses sociales; por otro lado, los docentes que creen que no existen personas en las redes sociales que puedan ayudar a las estudiantes en el desarrollo de sus clase es porque hay desconocimiento en el uso de estas redes y no hay interés de las estudiantes, sino que la usan para buscar diversión, porque existen personas peligrosas en las redes sociales, es decir, si fueran profesionales, investigadores, quizás, pero las redes sociales son usadas principalmente por los jóvenes y la gente adulta busca y desea captar jóvenes para otras cosas que les pueden causar peligros y daños, por lo que es necesario reorientar el uso de estas redes.

La gran mayoría de docentes considera que las redes sociales no hay contribuido al mejoramiento del rendimiento académico de las estudiantes, contrariamente han empeorado, les quita tiempo a los estudios, además ahora son

un problema para los padres de familia y educadores ya que las estudiantes entablan amistades tóxicas o peligrosas con las que corren muchos peligros, porque no la saben utilizar y no son supervisadas por sus padres; las redes son un entretenimiento y en algunos casos se convierten en un vicio. Sin embargo, otros docentes consideran que depende de las estudiantes, depende del uso que se dé, para otros docentes no pasa nada porque las redes no tienen influencia alguna.

Si se trata exclusivamente de que si las redes sociales afectan o no a las estudiantes, casi todos los docentes consideran que si y de manera negativa, porque las estudiantes se distraen mucho y les hace perder su tiempo, distrae sus actividades académicas y en algunos casos se convierte en un vicio, por el uso excesivo y el descontrol, además hay muchos peligros en la red, como extorciones o el cyberbulling. Las estudiantes están muy inquietas en el celular, hablan de las fotos del Facebook y piensan más en éstas que en otras cosas; pero si hay supervisión, consideran la gran minoría de docentes, que no les afecta, por ejemplo a las estudiantes destacadas les informa, orienta y amplía los conocimientos de manera general, mientras a las estudiantes menos destacadas las distrae y les quita el tiempo.

Y por último la mayoría de docentes considera que las redes sociales son buenas porque son una herramienta que facilita la comunicación, informa en tiempo real y permite conocer nuevos temas, nuevas páginas productivas. Son útiles por la información que se puede encontrar y por la rapidez del intercambio de información. Esto siempre y cuando se dé un buen uso y en el caso de las estudiantes, cuando exista una buena orientación, ya que las estudiantes no están preparadas para el uso de estas redes. Por otro lado, la minoría de docentes (2)

considera que las redes no tienen aspectos positivos, sino más bien son peligros tecnológicos y son más que una ayuda, son un problema. Se concluye a partir de ello que las redes sociales tienen efectos positivos y negativos en el rendimiento académico de las estudiantes, pero eso depende del uso que se dé y las estudiantes las usan muy diversamente. Las estudiantes que más destacan las saben aprovechar, pero para las que no, son un distractor de tiempo.

CONCLUSIONES

La cualidad social es inherente al ser humano ya que ésta es la integración de relaciones y cuyo desafío es “ser con los otros y en los otros” (Chadi, 2000, pág. 24). El estudio de las redes sociales permite estudiar relaciones específicas entre una serie definida de elementos los cuales pueden darse de manera presencial, visible o virtual. Esta investigación, enfocada en interrelaciones sociales en el mundo virtual relacionado con aspectos académicos, concluye que las redes sociales virtuales influyen en el rendimiento académico en dos formas. Por un lado, tienen un efecto positivo en aquellas estudiantes cuya nota es mayor o igual a catorce en promedio, debido al intercambio de información distribuido entre ellas, así como el tiempo que son usadas; por otro lado, el efecto que reciben las estudiantes cuyas notas son inferiores a trece, es negativo, ya que las interrelaciones y flujos de información enfocadas al soporte académico carecen de valor. Lo que queda claro es que el grado de importancia que reciben las redes sociales no necesariamente tiene relación directa con el rendimiento académico, sino más bien el tiempo, el contenido y la forma en la que son usadas, son los que definen si el efecto es positivo o negativo.

En términos de tiempo, de la investigación se concluye que, el horario de uso para Facebook mayormente es 2 a 3 veces a la semana por las tardes de 30 a 60 minutos y para Twitter una vez a la semana en un tiempo menor o igual a 30 minutos. El promedio de páginas a las que se accede es de 470, de las cuales mayormente se accede a páginas de entretenimiento, medios de comunicación y educativas, y los grupos de mayor acceso son de amistad, estudio, y entretenimiento. Esto quiere decir que el tiempo, como factor no reusable, es vital en cada acción humana y es ésta la que define a que ciertos hechos se lleven a cabo y que otros no. Hablando específicamente de las estudiantes y sus tiempos de estudio post-escuela, es claro que las que dedican este tiempo en las redes sociales sin ningún propósito académico, las oportunidades de adquirir conocimiento para ser usadas en la escuela, quedan pérdidas para siempre. Por otro lado aquellos que hacen uso de las

redes de manera prudente, usándolos como canal de intercambio de información, es claro que la plataforma virtual no es una barrera al conocimiento, sino una ventana de aproximación a ella.

En términos de contenido, Las publicaciones en Facebook son principalmente frases, vida privada, y temas educativos, en Twitter son frases. En ambas redes sociales el tema educativo no es tema de mayor conversación, sino más bien temas de entrenamiento y otros, pero tampoco es el último, porque en Facebook es el segundo tema de conversación y en Twitter el tercero. El tipo de publicaciones que realizan las estudiantes en las redes sociales obedece principalmente a Frases (fotos o videos) tanto en estudiantes que sacan notas muy altas, altas, regulares y bajas. Las publicaciones educativas ocupan el segundo lugar en las estudiantes que sacan notas muy altas y altas, cuarto en la categoría notas regulares y ningún lugar en la categoría notas bajas, por lo que se concluye que las publicaciones que realizan las estudiantes no favorecen directamente a las estudiantes en su rendimiento académico. Los mensajes (Chat) que se emiten por las redes sociales en la categoría notas muy altas y altas es principalmente sobre temas educativos y, en la categoría notas regulares y bajas es el segundo tema de conversación después del tema vida privada.

De lo mencionado anteriormente se concluye que el contenido de las redes sociales favorece a aquellas estudiantes que ponen énfasis en temas educativos, así como la distribución de las mismas, ayudando de esta manera a tejer una red de consulta y soporte de sus miembros. Si se ve el otro lado de la moneda, la red de estudio no está formada en aquellas estudiantes de notas regulares y bajas, sino de lo contrario lo que prevalece es una red de entrenamiento, en la que en la gran mayoría de modos actúa de manera distanciada

de sus compañeras de estudio, perdiéndose de esta manera los lazos académicos en el mundo virtual.

En términos de uso, la investigación está enfocada a la participación de las estudiantes en clase haciendo uso de la información encontrada en las redes virtuales. Primeramente, las que se encuentran ocupando notas de 15 y 18, cuyas características son que todas hacen uso de las redes sociales, todas la usan en primer lugar para comunicarse, luego para intercambiar información, seguido de entretenerse; pero los temas con los que participan no necesariamente se debe a las redes sociales, ya que más acceden a páginas de entretenimiento y las publicaciones que realizan en las redes sociales es sobre todo frases de una variedad de temas, en las que más resalta son reflexiones de la vida, la amistad y el amor, sin embargo hay docentes que manifiestan haber escuchado a sus estudiantes exponer algún tema extraídos de las redes sociales, por ejemplo noticias, temas culturales, etc. Una vez mencionado esto queda por sentado que las redes sociales no necesariamente contribuyen a que las estudiantes tengan una herramienta para participar en clase, pero si una proximidad, ya que las redes sociales amplía el conocimiento de manera general, que tarde o temprano será usado.

De manera global, el contenido de las Redes Sociales Virtuales Facebook y Twitter, influyen de manera positiva en las estudiantes que tienen los rendimientos académicos, “Muy Altos” y “Altos”, ya actúan como buscadores de información (100%), además las redes sociales facilitan el intercambio de información (90.3%) y la ampliación de conocimientos (77%) con otras personas en temas de interés educativo. Las redes sociales virtuales Facebook y Twitter influyen de manera negativa en las estudiantes cuyas notas son “Regulares” y sobre todos son notas “Bajas”, ya que las estudiantes hacen mal uso de estas redes, intercambian información irrelevante para su formación constituyéndose en un

distractor de tiempo para sus labores académicas (50.9% en estudiantes cuyas notas son regulares y 50% en estudiantes cuyas notas son bajas); es por ello, que es importante que estas redes deben ser tema de interés para los que toman decisiones en el sector educación, para ser usadas adecuadamente por todas las categorías de estudiantes en relación a sus notas, ya que el 93% de docentes manifiestan que son herramientas que contribuyen al rendimiento académico de las estudiantes siempre y cuando estén bien orientados, con la supervisión de los padres y maestros.

SUGERENCIAS

1. A la Directora de la Institución Educativa Emblemática “Santa Teresita” se sugiere realizar un trabajo conjunto con los padres de familia para discutir, analizar y socializar la situación de las estudiantes en relación a las redes sociales, para que los ellos tengan conocimiento cómo está influyendo las redes sociales en sus hijos y de esta manera, sean los padres entes que supervisen su uso adecuado y las orienten en la importancia de las redes sociales en la vida académica y así evitar que se convierta en un distractor de tiempo.
2. A los docentes de la Institución Educativa Emblemática “Santa Teresita” a mantener esa relación de comunicación horizontal con sus estudiantes a través de las redes sociales, pero más fluida, para que se aproveche la tecnología de la información y comunicación para contribuir con su rendimiento académico, pero también para observarlas, analizar sus publicaciones y a partir de ello asesorarlas y aconsejarlas.
3. A los docentes fomentar el uso de las redes sociales como sean un espacio que contribuyan con la formación de las estudiantes, con el enlace de links, videos de YouTube, lecturas en blogs, sitios webs, etc. incentivando a dejar comentarios discutidos, analizados y sustentados.
4. A los docentes que se trabajen temas en clase y que se publiquen en las redes sociales, difundiendo así el trabajo que realiza la institución educativa, e interactuar en base a esa información con otras instituciones o personas. Jean Piaget menciona que “es el propio alumno quien aprende por sí mismo si se les

facilita las herramientas y los procedimientos necesarios para hacerlo” (Piaget, 1896-1980)

5. A los padres de familia, que estén más pendientes de los estudios de sus hijas; no solo velar porque vayan a la Institución Educativa o que hagan las tareas, sino que comprendan estas nuevas herramientas y los actos de sus hijas en torno a las redes sociales, cuánto tiempo las dedican, con quiénes contactan, qué datos muestran. Hay que tener claro que ellas saben mucho más que los padres y saben hasta donde pueden llegar, pero lo que no saben es sobre los riesgos que pueden tener más adelante por la cantidad de información privada que se coloque en dichas redes. Los padres deben consensuar y poner límite al uso que sus hijas e hijos hacen de las redes sociales; es decir, los padres deben educar a sus hijos a que usen el internet de modo seguro, que no publiquen fotos comprometedoras, que no ubiquen a personas desconocidas.

En vez de tenerle miedo y criticar a las redes sociales, es mejor adaptarse a ellas porque es un potencial importante para la comunicación fluida, ya que como se ha visto, por ejemplo, 95% de estudiantes cuenta con Facebook.

6. A las estudiantes, auto-controlarse en el uso de la redes sociales, se les sugiere ver a las redes sociales como una herramienta importantísima en los estudios, como un canal de información, de contacto entre amigos, amigas y compañeras. Se les sugiere también tomar en consideración que si no se le da la importancia debida, se convierte en un distractor de tiempo, en un espacio de entretenimiento y de peligro.

7. A las estudiantes, que no solo vean a las redes como un espacio de entretenimiento entre amigas o compañeras, sino también como herramienta de información valiosa. Por ejemplo, en las redes sociales existen páginas educativas que ponen al tanto de lo que sucede en el ámbito académico, canales de noticias a nivel local, nacional e internacional, grupos de dialogo y discusión en torno a una problemática, páginas que tratan temas como desnutrición, salud, medio ambiente, política e incluso existen centros de enseñanza. Todo esto depende del uso adecuado de las redes sociales.

APÉNDICE

Apéndice 1

Encuesta aplica a las estudiantes de la I.E Emblemática Santa Teresita, Cajamarca 2015



Universidad Nacional de Cajamarca
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Académico Profesional de Sociología



ENCUESTA A ESTUDIANTES DE LA I.E. EMBLEMÁTICA SANTA TERESITA CAJAMARCA SOBRE REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO- 2015

Encuesta N°

Grado
Sección

I. Redes sociales virtuales (Aspectos generales)

1.1. ¿Cuenta con alguna red social?

Si No Cuantos

1.2. De la siguiente lista ¿Cuál es la red que más utiliza? Marque del 1 al 7 según la prioridad de uso.

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) WhatsApp
- e) Google +
- f) YouTube
- g) Otro

Especificar:

1.3. ¿Para qué mayormente usa las redes sociales? Marque del 1 al 7 según la prioridad de uso.

- a) Comunicarse
- b) Buscar información
- c) Entretenerse
- d) Jugar
- e) Enterarse de los estado de amigos o seguidores
- f) Hacer publicaciones
- h) Intercambiar información

II. Condiciones materiales

2.1. ¿Cuánto tiempo le dedica al uso del Facebook?

	<i>Facebook</i>	Horario				Minutos			
		Mañana	Tarde	Noche	Madrugada	0<30	30<60	60< 120	120 a más
a)	Todos los días								
b)	2-3 veces por semana								
c)	1 vez a la semana								
d)	2-3 veces al mes								

2.2. ¿Cuánto tiempo le dedica al uso del Twitter?

	<i>Twitter</i>	Horario				Minutos			
		Mañana	Tarde	Noche	Madrugada	0<30	30<60	60< 120	120 a más
a)	Todos los días								
b)	2-3 veces por semana								
c)	1 vez a la semana								
d)	2-3 veces al mes								



2.3. Medios de acceso. Marque en orden de acceso. (1, 2, 3, 4)

- a) Computadora de escritorio
- b) Laptop
- c) Celular
- d) Tablet
- e) Otro

Especificar: _____

2.4. Lugares de acceso.

- a) Casa
- b) Casa de amigo
- c) Casa de familiares
- d) Centro educativo
- e) Biblioteca
- f) Lugares con Wifi
- g) A través del móvil
- h) Otro

Especificar: _____

III. Interrelaciones sociales y flujos de información

3.1. Total de amigos o seguidores en la(s) red(es) social(es) en la(s) que participa.

	Facebook	Twitter
a) 0-100	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) 101-200	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) 201-300	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) 301-400	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) 401-500	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) 501-600	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) 600- a más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2. Total de grupos en la(s) red(es) social(es) en la(s) que participa.

	Facebook	Twitter
a) 0-3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) 4-7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) 8-11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) 12-15	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) 16-19	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) 20-23	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) 24 - a más	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



3.3. ¿Cuántos amigos o seguidores tiene Ud. En las redes sociales Facebook y Twitter?

	Amigos o seguidores
a) Que le ayudan en sus tareas o actividades del colegio	<input type="checkbox"/>
b) Que comparten sus problemas familiares	<input type="checkbox"/>
c) Que comparten sus éxitos personales.	<input type="checkbox"/>
d) Otro (<i>Especificar</i>):	<input type="checkbox"/>

3.4. ¿A qué tipo de grupos pertenece Ud.?

a) Amistad	<input type="checkbox"/>
b) Estudios	<input type="checkbox"/>
c) Entretenimiento	<input type="checkbox"/>
d) Intercambio de Información	<input type="checkbox"/>
e) Seguidores o Fans	<input type="checkbox"/>
f) otros (<i>Especificar</i>)	<input type="checkbox"/>

3.5. ¿Cuál es el número de páginas en Facebook con los que cuenta?

Páginas 

3.6. De la siguiente lista, a qué tipo de páginas mayormente accede.

a) Organizacionales	<i>Especificar</i>	c) Medios de Comunicación	<i>Especificar</i>	e) Educativos	<i>Especificar</i>
organización ()		Radio ()		Instancia Educativa ()	
ONG ()		Programa de Tv ()		IE (Publica/Privada) ()	
Comunidad ()		Revista ()		Talleres de Estudio ()	
b) Entretenimiento	<i>Especificar</i>	Periodista ()		Ciencia ()	
Música ()		Diario/Periódico ()		f) Personajes	<i>Especificar</i>
Tv ()		d) Empresariales	<i>Especificar</i>	Figura pública ()	
Videos ()		Empresario ()		Político ()	
Juegos ()		Empresas ()		Profesor ()	
Álbum ()		Producto/Servicio ()		Artista ()	
Marco o productos ()		Negocios ()		Famoso(a) ()	



3.7. ¿Qué tipo de publicaciones mayormente realiza en las redes sociales Facebook ?

Marcar hasta 3

Contenido de las publicaciones	Tipo de publicaciones		
	Textuales	Fotos y videos	Publicación de terceros
a) Educación ()			
b) Salud ()			
c) Política ()			
d) Vida privada ()			
e) Humor ()			
f) Noticias ()			
g) Frases ()			
h) Tecnología y Novedades ()			
i) Realidad local, nacional, internacional ()			
j) Citas Textuales ()			
k) Eventos o hechos sociales ()			
l) Otros (Especificar)			

3.7. ¿Qué tipo de publicaciones mayormente realiza en las redes sociales Twitter ?

Contenido de las publicaciones	Tipo de publicaciones		
	Textuales	Fotos y videos	Publicación de terceros
a) Educación ()			
b) Salud ()			
c) Política ()			
d) Vida privada ()			
e) Humor ()			
f) Noticias ()			
g) Frases ()			
h) Tecnología y Novedades ()			
i) Realidad local, nacional, internacional ()			
j) Citas Textuales ()			
k) Eventos o hechos sociales ()			
l) Otros (Especificar)			

3.8. De la lista anterior (contenido de las publicaciones)

¿A cuál de ellas frecuentemente hace Ud. más comentarios o twitts?

Facebook

Twitter

3.9. Cuando conversa o chatea con sus amigos o seguidores ¿Sobre que temas mayormente hablan?

Facebook

Twitter

IV. Redes Sociales y educación

4.1. ¿Tiene algún efecto positivo las redes sociales en sus estudios?

- a) ¿Consulta información sobre trabajos de clase y exámenes?
- b) ¿Comparte información sobre trabajos de clase y exámenes?
- c) ¿Pide ayuda a los compañeros de clase o estudio?
- d) ¿Contacta con las compañeras de clase?
- e) ¿Comparte información sobre trabajos de clase?
- f) ¿Comparte información sobre los exámenes?
- g) ¿Comparte información sobre tareas?
- h) ¿Obtiene información de centros de enseñanza?
- i) ¿Accede rápido a la información que necesita?
- j) ¿Amplia sus conocimientos en general?
- k) ¿Puede ayudar a sus compañeras de estudio?

Si	No
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.2. ¿Tiene algún efecto negativo las redes sociales en sus estudios?

- a) ¿Le dedica mucho tiempo y le resta a los estudios?
- b) ¿Es para Ud. una distracción o perdida concentración?
- c) ¿Es para Ud. Una adicción por estar muy enganchada a ellas?
- d) ¿Estudia menos por conectarse?
- e) ¿Entra a páginas no adecuadas?
- f) ¿Conoce o conoció a gente no adecuada?
- g) ¿Ha sentido o siente posibles peligros al dar demasiados datos personales?
- h) ¿Su ortografía es adecuada en las redes sociales (Problemas ortográficos)?
- i) ¿Las redes sociales le genera aislamiento?
- j) ¿Usa o ha usado páginas para copiar trabajos?
- k) ¿Ha tratado de hacer posibles engaños a sus compañeras o profesores?
- l) ¿Han tratado de hacerle posibles engaños alguna persona?

Si	No
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4.3. En general, ¿Las redes sociales le ayudan a tener un mayor rendimiento académico?

- a) Si b) No c) Ns/No

Gracias por su colaboración

Nombre y apellidos de la estudiante

Apéndice 2

Entrevista aplicada a los/as docentes de la I.E. Emblemática Santa Teresita, Cajamarca 2015

	Universidad Nacional de Cajamarca Facultad de Ciencias Sociales Escuela Académico Profesional de Sociología	
ENTREVISTA A DOCENTES DE LA I.E. EMBLEMÁTICA SANTA TERESITA CAJAMARCA SOBRE REDES SOCIALES Y RENDIMIENTO ACADÉMICO - 2015		
Grado		Entrevista N°
Sección		
	Curso	
1. ¿Usted es usuario(a) de alguna red social virtual o de internet? ¿Cuáles y por qué? <i>Si es NO pasar a la pregunta 4</i>		
2. Si usted cuenta con alguna red social ¿tiene a sus estudiantes como amigas en las redes sociales?		
3. Si usted cuanta con alguna red social ¿Qué tipo de interacción e interrelación mantiene con sus estudiantes?		
4. ¿Cómo se desenvuelven las estudiantes en el desarrollo de sus clases?		
5. Menciona las características de la(s) estudiante(s) que más destaca(n) y la(s) que menos destaca(n) en su aula.		
.	
6. ¿Usted considera que las estudiantes usan las redes sociales con fines académicos? ¿Por qué?		
7. ¿Usted considera que las redes sociales son herramientas que contribuyen a las estudiantes en su rendimiento académico?		
8. A sus estudiantes, les deja tarea para investigar en internet? ¿Con qué frecuencia? ¿Qué tipo de tareas?		

Apéndice 3

Ficha de recojo de información

Influencia de las Redes Sociales Facebook y Twitter en el rendimiento académico de las estudiantes de la I.E. Emblemática Santa Teresita, Cajamarca-2015.					
N°	Apellidos y nombres	Grado	Sección	Total de faltas	Total de Tardanzas
1					
2					
3					
4					
5					
...					

LISTA DE REFERENCIAS

- Abugattas, J., & Tubino, F. (1997). *Consecuencias de los Cambios para la Educación*. Lima, Perú: Editorial. Foro Educativo.
- Arvizu. (Dirección). (2013). *Las Redes Sociales en las Relaciones Públicas.mp4* [Película].
- Beltran, J., Gisselle, T., Orozco, M., & Chica, A. (Dirección). (2012). *Teoría de la Acción Comunicativa* [Película].
- Blumer. (s.f.). Collective Behavior. En N. Smelser, *Teoría del Comportamiento Colectivo*. op, cit, p. 15.
- Bodemer, K. (1998). La globalización. Un concepto y sus problemas. *Nueva Sociedad Nro. 156*, 1 - 7 [Artículo].
- Bolena, A. M. (4 de Marzo de 2015). *Coleccionistas de "amigos"*. Recuperado el 4 de Marzo de 2015, de sitio web. excelsior: <http://www.excelsior.com.mx/opinion/anna-bolena-melendez/2015/03/04/1011469>
- Bous. (2015). *NORMATIVA REGULADORA DE LA EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS ASIGNATURAS*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de Textos Consolidados.: <http://www.us.es/downloads/acerca/normativa/normativa-examenes.pdf>
- Briones, G. (1996). *Epistemología de las Ciencias Sociales*. Bogotá, Colombia, Colombia: ARFO Editores e Impresores Ltda.
- Bruno, L. (septiembre-diciembre; México de 2010). *La acción social en la teoría sociológica: una aproximación*. Recuperado el 5 de Abril de 2014, de redalyc.org: <http://www.redalyc.org/pdf/595/59518491009.pdf>
- Buldú, J. M. (25 de Julio de 2011). *La Estructura de las Redes Sociales*. (mid) Recuperado el 4 de Marzo de 2015, de sitio web Las Redes Complejas sin complejos: <http://www.madrimasd.org/blogs/redes-complejas/2011/07/25/668/>
- Burga, L. A. (2005). *Evaluación del Rendimiento Académico. Introducción a la Teoría de Respuesta al ÍTEM*. Lima, Perú: Ministerios de Educación.
- Cascales, A. M., Real, J. J., & Marcos, B. B. (Diciembre de 2011). LAS REDES SOCIALES EN INTERNET. *Revista Electrónica de Tecnología Educativa - EDUTECH*, 3 -4.
- Castells, M. (2004). Parte I: La teoría de la sociedad red. En M. Castells, *Sociedad Red: una visión global*. (F. M. 2006, Trad., págs. 27-77). Madrid: Alianza Editorial.
- Chadi, M. (2000). *Redes Sociales en el Trabajo Social* (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Espacio Editorial.
- Conde, E., Ruiz, C., & Torres-Lana, E. (s.f). *Relación entre el uso de Internet y el Rendimiento académico de una muestra de Adolescentes Canarios*. España: Universidad de La Laguna. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Relaci%C3%B3n%20entre%20el%20uso%20de%20Internet%20y%20el%20rendimiento%20acad%C3%A9mico%20en%20una%20muestra%20de%20adolescentes%20Canarios.pdf>

- Diario El Territorio. (13 de Abril de 2012). *Escuelas primarias trabajan para revertir faltas y tardanzas*. Recuperado el 3 de Julio de 2015, de Territorio Digital Web Site.: <http://www.territoriodigital.com/notaimpresa.aspx?c=4781973818686667>
- Duilio, M. D. (5 de Julio de 2015). *El comportamiento, motor de la evolución. Una síntesis de la etapa final en la producción piagetiana*. Recuperado el 5 de Julio de 2015, de Intersecciones PSI Web Site.: http://intersecciones.psi.uba.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=52:el-comportamiento-motor-de-la-evolucion-una-sintesis-de-la-etapa-final-en-la-produccion-piagetiana&catid=11:alumnos&Itemid=1
- Euler. (1736). La teoría de Grafos. En J. L. Aguirre, *Introducción al Análisis de Redes Sociales* (pág. 37). Buenos Aires, Argentina.: Ciapp.
- Figueroa, C. (2004). *Sistemas de Evaluación Académica* (Primera ed.). El Salvador: Editorial Universitaria.
- First, B. (Dirección). (2013). *HABERMAS TEORIA DE LA ACCION COMUNICATIVA* [Película].
- García-Hoz, C. (Dirección). (2013). *Uso de las Redes Sociales en España y resto del mundo* [Película]. España.
- Gobierno de España. (17 de Abril de 2012). *MONOGRÁFICO: Redes Sociales - Historia de las redes sociales*. Recuperado el 23 de Marzo de 2015, de web site de Observatorio Tecnológico.: <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=2>
- Habermas, J. (1984). *Teoría de la Acción Comunicativa: Complementos y Estudios Previos*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Hirsch, J. (1996). ¿Qué es la globalización? En J. Hirsch, *Globalización, capital y Estado* (Primera ed., págs. 95 - 105). México DF: UAM-X: CSH.
- Homans, G. (1958). El nacimiento de la teoría del intercambio. En G. Ritzer, *Teoría Sociológica Contemporánea* (págs. 98-83). Madrid: Mc-GREW.
- How-To-Stady. (2015). *Cómo participar en clase*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de How-To-Stady. Web Site: <http://www.how-to-study.com/metodos-de-estudio/como-participar-en-clase.asp>
- I.E Santa Teresita . (2015). *Evaluación Actitudinal*. Cajamarca, Perú.
- I.E. Santa Teresita. (2015). *Matrícula Nivel Secundaria año 2015 - Resumen Estadístico*. Cajamarca.
- Instituto Nacional de Estadística e Infomática. (2014). *Compendio Estadístico Cajamarca 2014*. Cajamarca: INEI.
- Jairo, M. J. (2011). *Influencia de las redes sociales sobre el rendimiento académico [Ensayo]*. Cali, Colombia.: Claret. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://ensayos-claret.blogspot.com/2011/02/influencia-de-las-redes-sociales-sobre.html>
- Jokisch, R. (2000). *Apuntes sobre la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Hebermas - desde el punto de vista de la Metodología de las Distinciones*. Berlín: Universidad Técnica de Berlín. Obtenido de sep.

- Lagiu, E., & Pérez, E. M. (2011). *Sociología Comprensiva: Max Weber*. Recuperado el 5 de Mayo de 2015, de fcpolit: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/sociologia1/files/2013/09/Cuadernillo-Max-Weber-1.pdf>
- Linguee. (2015). *Notas de la Asignatura*. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de Linguee.pe Web Site.: <http://www.linguee.pe/espanol-ingles/traduccion/notas+de+la+asignatura.html>
- Llanos, C. J., & Magdalena., Q. F. (2013 - 2014). • *Influencia de las redes sociales en el Rendimiento Académico de los estudiantes de la U.E.D.A Centro de apoyo Tutorial Sísgig*. Cuenca, Ecuador: E.U.D.A. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de http://www.ueda.edu.ec/ueda/Documentos/pdf/2013-2014-N0049-Ueda-Sgsg-Influencia-de-las-redes-sociales-en-el-rendimiento-academico-de-los-estudiantes-de-la-U.E.D.A.-Centro-de-Apoyo-Tutorial-Sigsg_opt.pdf
- Llanos, R. L., & Saucedo, A. M. (1991). Factores Socio-económicos de los padres de familia del colegio nacional de Mujeres "Santa Teresita". En R. L. Llanos, & A. M. Saucedo, *Situación Socio-económica y el Rendimiento Académico de las alumnas del Centro Educativo Estatal de Mujeres Santa Teresita [Tesis]* (pág. 35). Cajamarca: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Llanos, R. L., & Saucedo, A. M. (1991). *Situación Socio-económica y el Rendimiento Académico de las alumnas del Centro Educativo Estatal de Mujeres Santa Teresita 1989 - 1990 [Tesis]*. Cajamarca, Cajamarca, Perú: Universidad Nacional de Cajamarca.
- López, Á. M. (2005). LA TEORÍA DE LA ACCIÓN EN WEBER. PARSONS Y HABERMAS: ALGUNAS CONSIDERACIONES CRÍTICAS. *Nueva época* (núm. 1), 179-201.
- Lozares, C. (s.f.). *La Teoría de las redes Sociales*. Recuperado el 29 de Abril de 2015, de Redes: <http://revista-redes.rediris.es/recerca/jlm/ars/paperscarlos.rtf>.
- Machuca, U. K. (2013). *Influencia de las Redes Sociales Facebook y Twitter en el Rendimiento Académico de las Alumnas del 5to año "A" de la Institución Educativa Juan XXIII – Cajamarca [Artículo]*. Cajamarca, Perú: Universidad Nacional de Cajamarca.
- Molina, J. L. (2011). *El análisis de las redes sociales: Una introducción*. Barcelona: Ediciones Bellaterra, S.L., 2001.
- Monseriu, M. (Dirección). (2013). *III Redes Sociales ¿Qué nos Aportan? ¿Cuales son sus riesgos?* [Película].
- Montes, G. I., & Lerner, M. J. (2010 - 2011). *Rendimiento Académico de los Estudiantes de pregrado de la Universidad EAFIT*. Recuperado el 5 de Mayo de 2015, de sitio web de .eafit.edu.co: <http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad-eafit/investigacion/Documents/Rendimiento%20Ac%C3%A1demico-Perspectiva%20cuantitativa.pdf>
- Moodle. (2015). *Calificaciones*. Recuperado el 3 de Julio de 2015, de Moodle Web Site: https://docs.moodle.org/all/es/Calificaciones_con_Letras
- Morales Modenesi, E. (21 de Marzo de 2013). *ANÁLISIS Y SÍNTESIS*. Recuperado el 3 de Julio de 2015, de udea.edu Web Site: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fyC6D6Yqk2sJ:alondra.udea.ed>

u.co/moodle/pluginfile.php/78009/mod_folder/content/4/An%25C3%25A1lisis%2520y%2520s%25C3%25ADntesis.pdf%3Fforcedownload%3D1+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe

- Morales, L. D. (2013). *Factores de riesgo asociados a la conducta de adicción a internet en adolescentes de la I. E. Jorge Martorell, Tacna - 2012 [Tesis]*. Tacna, Perú: Universidad Nacional Jorge Basadre Gohmann - Tacna. Recuperado el 4 de mayo de 2015, de http://tesis.unjbg.edu.pe:8080/bitstream/handle/unjbg/185/70_2013_Morales_Gallegos_LDC_FACS_Enfermeria_2013.pdf?sequence=1
- Navarro, R. E. (2003). El Rendimiento Académico: Concepto, Investigación y Desarrollo. *REICE - Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación* N° 2(1), 1 - 15.
- ONTSI. (2011). Tabla 2. "Ubicuidad" en las redes sociales directas. En A. Urueña, *Redes Sociales en Internet* (pág. 15). Europa: ontsi.
- Orellana, L. M. (2012). *Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal [Tesis]*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado el 4 de Mayo de 2015, de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/2555/1/Orellana_ml.pdf
- Pantoja, A. V., & Alcaide, M. R. (Enero-Junio de 2013). La variable Género y su Relación con el Autoconcepto y el Rendimiento Académico de Alumnado Universitario. *Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento. Época II Año XIII Número 13 Vol. I*, 124 - 140.
- Periodistas hoy.es. (s.f.). *Conceptos básicos: usuarios, grupos, páginas y comunidades*. Recuperado el 4 de Marzo de 2015, de sitio web websatafi.com: http://www.websatafi.com/joomla/attachments/167_4.5.2%20Conceptos%20b%C3%A1sicos.%20Usuarios,%20grupos,%20p%C3%A1ginas%20y%20comunidades.pdf
- Piaget, J. (1896-1980). JEAN PIAGET. En M. Cattaneo, *TEORÍAS EDUCATIVAS CONTEMPORANEAS Y MODELOS DE APRENDIZAJE* (págs. 19 - 20). Palermo: Universidad de Palermo.
- PSUV. (2 de Julio de 2010). *Manual de Usuario. Twitter*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de PLATAFORMA DE SERVICIOS PSUV: <http://desarrollo.psuv.org.ve/files/2010/07/Manual-de-Usuario-Twitter.pdf>
- PSUV. (s.f.). *Manual de Usuario. Facebook*. Recuperado el 4 de Marzo de 2015, de psuv.org sitio web: <http://desarrollo.psuv.org.ve/files/2010/07/Manual-de-Usuario-Facebook.pdf>
- PUMAROLA, F. (1 de Abril de 2012). *Manual para principiantes en Twitter. Primeros pasos*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de gogleando: <http://gogleando.com/blog/2011/02/manual-para-principiantes-en-twitter-primeros-pasos/>
- Ramírez, G. A. (2014). *Ventajas y desventajas del uso de las tecnologías de la información y comunicación (tic) en el desempeño académico de los estudiantes de cuarto bachillerato del Instituto Nacional de Educación Diversificada (INED) del municipio del Chal, Petén [Tesis]*. Guatemala: UNIVERSIDAD PANAMERICANA. Recuperado el 3 de Junio de 2015, de <http://54.245.230.17/library/images/0/05/T-EDU-339.pdf>

- Ramírez, J. P., & Hernández, E. G. (04 de Junio de 2012). ¿Tenía razón Coleman? Acerca de la relación entre capital social y logro educativo. *Scielo*(39).
- Requena, S. F. (1994). *Amigos y Resde Sociales. Elementos para una sociología de la amistad*. Madrid: Editorial CIS. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Requena, S. F. (1994). La amistad desde una perspectiva sociológica. En S. F. Requena, *Amigos y Redes Sociales. Elementos para una Sociología de la amistad*. (págs. 1-2). Madrid: Editorial. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Restrepo, B. G. (1996). *Investigación en Educación*. Bogotá, Colombia: ICFES.
- Reyes, Y. N. (2003). "RELACIÓN ENTRE EL RENDIMIENTO ACADÉMICO, LA ANSIEDAD ANTE LOS EXÁMENES, LOS RASGOS DE PERSONALIDAD, EL AUTOCONCEPTO Y LA ASERTIVIDAD EN ESTUDIANTES DEL PRIMERA AÑO DE PSICOLOGÍA DE LA UNMSM". Lima, Perú: [Tesis] UNMSM.
- Rinaudo, M. C., Donolo, D., & Chiecher, A. (2002). *La participación en las clases universitarias. Evaluación desde la perspectiva del alumno*. Jujuy, Argentina: Ed. Cuadernos. Recuperado el 2 de Julio de 2015, de <http://www.redalyc.org/pdf/185/18501508.pdf>
- Ritzer, G. (1997). Teoría de Redes. En G. Ritzer, *Sociología Contemporánea* (M. T. Rodrigues, Trad., Tercera ed., págs. 447-451). Madrid: McGRAW-HILL.
- Rodríguez, N. F. (Mayo de 2012). *UN ACERCAMIENTO A LA FAMILIA DESDE UNA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA*. (J. C. Coll, Editor) Recuperado el 4 de Marzo de 2015, de eumed.net sitio web: <http://www.eumed.net/rev/cccss/20/nerf.html>
- Sampieri. (2010). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2015, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/disenos_de_la_investigacion.html
- Sánchez, O. C. (1981). *Sociología de la Población y de los Grupos Sociales*. México: UNAM.
- Santos, M. (2010). *Análisis de Redes Sociales y Rendimiento Académico: Lecciones a partir del caso de los Estados Unidos*. Recuperado el 2 de Mayo de 2015, de Debates en Sociología N° 35, pp. 7-44:
https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0CDAQFjAD&url=http%3A%2F%2Frevistas.pucp.edu.pe%2Findex.php%2Fdebatensociologia%2Farticle%2Fdownload%2F2125%2F2057&ei=caRUVZ6DOMOcNr_gYAN&usg=AFQjCNF1gLA8cXxRqbtONsC_
- Sierra, B. R. (1988). *Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Ed. Paraninfo.
- Skiter. (2011). *MANUAL DE FACEBOOK (para abuelas)*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de skitergia.com: <http://www.skitergia.com/wp-content/uploads/2011/01/Manual-de-Facebook.V2.pdf>
- Smelser, N. J. (1989). *Teoría del Comportamiento Colectivo*. (Segunda ed.). (E. L. Suárez, Trad.) Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Terrones, P. I. (Dirección). (2010). *Nodos en las Redes Sociales*. [Película].
- Touraine, A. (1996). *La globalización como ideología*. El País.

- UGEL - Cajamarca. (2014). ACTA CONSOLIDADA DE EVALUACIÓN INTEGRAL DEL NIVEL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA EBR - 2014. Cajamarca, Cajamarca, Perú: Ministerio de Educación.
- Urueña, A. (2011). *Las Redes Sociales en Internet*. Europa: ontsi.
- Vargas, M. J. (2007). *Teoría de la Acción Comunicativa: Jurgen Habermas*. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C., México.
- Vigotsky, L. (1917). TEORÍA SOCIO-HISTÓRICA DE LEV VIGOTSKY. En M. Cattaneo, *TEORÍAS EDUCATIVAS CONTEMPORANEAS Y MODELOS DE APRENDIZAJE* (págs. 36 - 37). Palermo: Universidad de Palermo.
- Villar, A. (s.f.). *6 tipos de publicaciones que generan participación en Facebook*. Recuperado el 24 de Abril de 2015, de El Blog de Abraham Villar: <http://abrahamvillar.es/2012/07/6-tipos-de-publicaciones-que-generan-participacion-en-facebook/>
- Weber, M. (1992). *Economía y Sociedad*. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Wellman, B. (1997). *El análisis estructural de las redes sociales: Del método y la metáfora a la teoría y a la sustancia*. Debate en sociología.
- Zuckerberg, M. (29 de Julio de 2015). www.facebook.com/zuck. Recuperado el 29 de Julio de 2015, de www.facebook.com/zuck: <https://www.facebook.com/analytics/429724277186279/?section=overview>