



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN

EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN
ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PÚBLICO DE
LIMA, 2024

Línea de investigación:
Educación para la sociedad del conocimiento

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Educación
Secundaria en Lengua y Literatura

Autora

Silva Ugaz, Karol Milenka

Asesora

Navarro Navarro, Bertha Consuelo

ORCID: 0000-0002-2996-8184

Jurado

Paulino Jiménez, David

Vera Fabian, Hugo Marcial

Orellana Rosas, Elva

Lima - Perú

2025



EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA

E.doc

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

5%

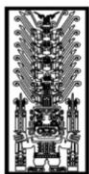
PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.coursehero.com	2%
	Fuente de Internet	
2	repositorio.unjfsc.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.utn.edu.ec	1%
	Fuente de Internet	
4	repositorio.ucv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
5	repositorio.unfv.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
6	Submitted to Universidad Autonoma de Chile	1%
	Trabajo del estudiante	
7	repositorio.une.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
8	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Ecuador - PUCE	<1%
	Trabajo del estudiante	
9	www.slideshare.net	<1%
	Fuente de Internet	
10	www.thefreelibrary.com	<1%
	Fuente de Internet	
11	21155268.fs1.hubspotusercontent-na1.net	<1%
	Fuente de Internet	



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN

EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN
ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PÚBLICO DE
LIMA, 2024

Línea de Investigación:

Educación para la sociedad del conocimiento

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Educación Secundaria en

Lengua y Literatura

Autora:

Silva Ugaz, Karol Milenka

Asesora:

Navarro Navarro, Bertha Consuelo

Orcid:

0000-0002-2996-8184

Jurado:

Paulino Jiménez, David

Vera Fabian, Hugo Marcial

Orellana Rosas, Elva

Lima - Perú

2025

Dedicatoria

*En memoria de mi mejor amiga Jeymy Moreno Chucos;
de mi maestro Jorge Runciman Tudela, de mi querida tía Elva Gonzales
y de todas mis estrellas del cielo.*

AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas que hicieron posible la culminación de esta tesis. En primer lugar, agradezco a mi asesora de tesis, Bertha Navarro, por su invaluable guía, paciencia y apoyo constante durante mis estudios de pregrado en la Universidad Nacional Federico Villarreal; así como, en el proceso de desarrollo de esta investigación. Su experiencia y conocimientos fueron fundamentales para la realización de este trabajo. No quiero dejar de mencionar a mi estimado maestro Jorge Runciman, quien siempre soñó con este momento, pero Dios lo necesitaba junto a él y sé que desde donde esté, siempre me guía.

Al mismo tiempo, agradecer a mi familia, especialmente a mis padres, Rosita y José, por su amor incondicional, sacrificio y aliento constante. Su apoyo fue fundamental para superar los desafíos y alcanzar esta meta; así como a mis hermanos y a mi hermoso sobrino Mathiaz. A mis primos, Gianfranco, Romario y Johanna, siempre con las buenas ideas y motivación.

Mi gratitud se extiende a mis queridas amigas de la universidad, Sofía, Maritza, Tracy, Jeymy y Gia, mi más sincero agradecimiento por su amistad incondicional, apoyo constante y risas compartidas a lo largo de este camino. Su presencia hizo que cada desafío fuera más llevadero y cada logro más significativo. Y aunque Jeymy ya no esté físicamente, su recuerdo y espíritu siempre nos acompañarán, inspirándonos a seguir adelante con la misma fuerza y alegría que ella nos transmitió.

Finalmente, agradezco también a mis amigos, Franco Chala por su orientación en este trabajo y de Lizbeth Zavala, sin ella la aplicación del instrumento no se hubiera podido dar, a ambos por su compañía, comprensión y apoyo incondicional. Su amistad hizo que este camino fuera más llevadero y significativo.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Descripción y formulación del problema.....	12
1.2. Antecedentes.....	15
1.2.1. Antecedentes internacionales.....	15
1.2.2. Antecedentes nacionales	16
1.3. Objetivos.....	18
1.4. Justificación	18
1.5. Hipótesis:	20
II. MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación	21
III. MÉTODO	24
3.1. Tipo de investigación.....	24
3.2. Ámbito temporal y espacial:	25
3.2.1. Delimitación temporal:	25
3.2.2. Delimitación espacial:.....	25
3.3. Variables	25
3.4. Población y muestra.....	26
3.5. Instrumentos.....	26
3.6. Procedimientos.....	27
3.7. Análisis de datos	28

3.8. Consideraciones éticas	28
IV. RESULTADOS.....	29
4.1. Análisis e interpretación de resultados	29
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	82
VI. CONCLUSIONES	85
VII. RECOMENDACIONES	87
VIII. REFERENCIAS.....	89
IX. ANEXOS	95

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Edad	29
Tabla 2 Género.....	30
Tabla 3 Presupuesto familiar mensual	31
Tabla 4 Uso de las redes sociales.....	33
Tabla 5 Tiempo de conexión a Internet	34
Tabla 6 Tiempo de conexión a las redes sociales y rendimiento académico	35
Tabla 7 El medio para conectar a una red social.....	36
Tabla 8 Acceso a redes sociales desde casa.....	37
Tabla 9 Otros lugares de acceso a las redes sociales	38
Tabla 10 Tiempo de permanencia en las redes sociales.....	39
Tabla 11 Reviso las redes sociales antes de dormir	40
Tabla 12 Reviso las redes sociales en horas de estudio	41
Tabla 13 Chateo cuando me conecto a Internet	42
Tabla 14 Leo y/o participo en foros virtuales	43
Tabla 15 Redes sociales como medio comunicación con familiares	44
Tabla 16 Búsqueda de información para elaborar trabajos.....	46
Tabla 17 Hago uso de la IA para aprender un tema.....	47
Tabla 18 Hago búsquedas avanzadas para mis trabajos de investigación	48
Tabla 19 Diccionarios electrónicos.....	49
Tabla 20 Descargo libros de la biblioteca digital.....	50
Tabla 21 Veo videos educativos en distintas plataformas	51
Tabla 22 Ingreso a diversas redes sociales.....	52
Tabla 23 Videos en YouTube	53
Tabla 24 Reviso redes sociales de otros usuarios	54

Tabla 25 Actualizo mi red social	56
Tabla 26 Me informo de noticias y/o deportes en Internet	57
Tabla 27 Me informo de eventos escolares a través de redes sociales	58
Tabla 28 Comparto información útil en redes sociales.....	59
Tabla 29 Creen que soy.....	60
Tabla 30 Yo leo.....	61
Tabla 31 El resto piensa que leer es.....	63
Tabla 32 Las personas que leen	64
Tabla 33 Saber leer bien.....	65
Tabla 34 Leer es.....	66
Tabla 35 Hablo sobre los buenos libros para leer	67
Tabla 36 Comprendo cuando leo	68
Tabla 37 Cuando estoy contando historias	69
Tabla 38 Lectura en voz alta en el aula.....	70
Tabla 39 Las bibliotecas son.....	71
Tabla 40 El docente pregunta acerca de lo que leí.....	73
Tabla 41 Recursos bibliográficos y su influencia en la comprensión lectora	74
Tabla 42 Me gusta leer un libro	75
Tabla 43 Leer es.....	76
Tabla 44 Cómo me siento cuando me regalan un libro.....	78
Tabla 45 Correlación del uso de las redes sociales y la motivación lectora	79
Tabla 46 Correlación del uso de las redes sociales y el autoconcepto lector.....	80
Tabla 47 <i>Correlación del uso de las redes sociales y la valoración lectora</i>	80

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Edad.....	30
Figura 2 Género	31
Figura 3 Presupuesto familiar mensual.....	32
Figura 4 Uso de las redes sociales	33
Figura 5 Tiempo de conexión a Internet.....	34
Figura 6 Tiempo de conexión a las redes sociales y rendimiento académico	35
Figura 7 El medio para conectar a una red social	36
Figura 8 Acceso a redes sociales desde casa	37
Figura 9 Otros lugares de acceso a las redes sociales.....	38
Figura 10 Tiempo de permanencia en las redes sociales	39
Figura 11 Reviso las redes sociales antes de dormir	40
Figura 12 Reviso las redes sociales en horas de estudio.....	41
Figura 13 Chateo cuando me conecto a Internet.....	42
Figura 14 Leo y/o participo en foros virtuales.....	44
Figura 15 Redes sociales como medio comunicación con familiares	45
Figura 16 Búsqueda de información para elaborar trabajos	46
Figura 17 Hago uso de la IA para aprender un tema	47
Figura 18 Hago búsquedas avanzadas para mis trabajos de investigación.....	48
Figura 19 Diccionarios electrónicos	49
Figura 20 Descargo libros de la biblioteca digital	50
Figura 21 Veo videos educativos en distintas plataformas.....	52
Figura 22 Ingreso a diversas redes sociales	53
Figura 23 Videos en YouTube.....	54
Figura 24 Reviso redes sociales de otros usuarios.....	55

Figura 25	Actualizo mi red social.....	56
Figura 26	Me informo de noticias y/o deportes en Internet.....	57
Figura 27	Me informo de eventos escolares a través de redes sociales	58
Figura 28	Comparto información útil en de redes sociales	60
Figura 29	Creen que soy	61
Figura 30	Yo leo	62
Figura 31	El resto piensa que leer es	63
Figura 32	Las personas que leen.....	64
Figura 33	Saber leer bien	65
Figura 34	Leer es	66
Figura 35	Hablo sobre los buenos libros para leer.....	67
Figura 36	Comprendo cuando leo.....	68
Figura 37	Cuando estoy contando historias	70
Figura 38	Lectura en voz alta en el aula	71
Figura 39	Las bibliotecas son	72
Figura 40	El docente pregunta acerca de lo que leí	73
Figura 41	Recursos bibliográficos y su influencia en la comprensión lectora	75
Figura 42	Me gusta leer un libro.....	76
Figura 43	Leer es	77
Figura 44	Como me siento cuando me regalan un libro	78

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar en qué medida el uso de redes sociales se relaciona con la motivación por la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria, considerando el impacto de la digitalización postpandemia en los hábitos de lectura. La tesis fue cuantitativa de tipo básica y de alcance correlacional; además, este se aplicó el 2024 en la Institución Educativa de Gestión Pública 1182 El Bosque, ubicado en Lima, Perú, con una población de 120 estudiantes y una muestra de 90. Cabe destacar que, el instrumento que se aplicó fue un cuestionario para cada variable. Asimismo, el análisis de correlación de Spearman reveló que no existe una correlación significativa entre el uso general de redes sociales y la motivación lectora ($p=0,702$); sin embargo, se observa que hay cierta influencia en los hábitos lectores. En ese sentido, los resultados indicaron que, un 58% de los estudiantes mostró bajo interés en la lectura, inclinándose por contenidos audiovisuales breves, el 43% utiliza inteligencia artificial para resumir textos, lo que podría limitar su desarrollo de análisis textual, y solo el 29% accede a bibliotecas digitales. En definitiva, se destaca que el uso prolongado de redes sociales fragmenta la atención lectora, aunque su integración pedagógica, como videos educativos, muestra potencial para motivar lecturas complementarias. Se recomienda implementar estrategias de alfabetización digital que equilibren el consumo crítico de redes sociales con prácticas lectoras profundas.

Palabras claves: redes sociales, motivación lectora, alfabetización digital, estrategias pedagógicas

ABSTRACT

The present research aimed to determine the extent to which social media use is related to reading motivation among third-year secondary school students, considering the impact of post-pandemic digitalization on reading habits. The thesis was basic quantitative and correlational in scope; it was applied in 2024 at the Public Management Educational Institution 1182 El Bosque, located in Lima, Peru, with a population of 120 students and a sample of 90. It should be noted that the instrument applied was a questionnaire for each variable. Likewise, the Spearman correlation analysis revealed that there is no significant correlation between the general use of social media and reading motivation ($p = 0.702$); however, it is observed that there is some influence on reading habits. In this regard, the results indicated that 58% of students show little interest in reading, preferring short audiovisual content; 43% use artificial intelligence to summarize texts, which could limit their textual analysis; and only 29% access digital libraries. In short, it is noteworthy that prolonged use of social media fragments reading attention, although their pedagogical integration, such as educational videos, shows potential to motivate complementary reading. It is recommended to implement digital literacy strategies that balance critical consumption of social media with in-depth reading practices.

Keywords: social networks, reading motivation, digital literacy, pedagogical strategies

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción y formulación del problema

A nivel internacional, los países en vías de desarrollo han construido las bases de sus diversos programas curriculares en torno al hábito de la lectura, mediante esta práctica se fomentan la optimización de muchos de los procesos lingüísticos como son la comprensión lectora, producción oral y textual, así como la capacidad de opinar y comprender nuestra situación próxima o entorno con una visión más crítica y significativa del mundo contemporáneo, así Aulestia (2018) rescata la importancia que autores de distintas nacionalidades, entre ellos japoneses, franceses, españoles y sudamericanos han brindado a la creación de libros ilustrados para niños y adolescentes como forma de motivarlos a leer, convirtiendo así obras populares, que tal vez resultan de poco interés para ellos, en textos atractivos transmisores de cultura, competencias y capacidades. Asimismo, a raíz del confinamiento producido por la pandemia, la lectura y producción de libros, alrededor de todo el mundo, masificó su proceso de digitalización con ayuda de las TICs, en primer lugar, y luego del uso de las redes sociales, esto permitió a su vez que el contenido se presente en formatos cada vez más dinámicos para los lectores de todas las edades y que se socialice con personas de todo el mundo, muchas veces, brindándoles solo un breve extracto de la obra de tal manera que se genere la curiosidad e investigación por parte de los lectores.

A nivel nacional, la lectura y el uso de las redes sociales en el Perú han experimentado una dinámica interacción en los últimos años. Si bien la era digital ha transformado la forma en que accedemos a la información, varios estudios reflejan la influencia de las redes sociales en los hábitos de lectura de la población peruana. Según investigaciones recientes, el acceso a plataformas virtuales ha propiciado un incremento en la lectura de contenido corto, como posts y tweets, en detrimento de lecturas más extensas. No obstante, esta relación no es

unidireccional. Expertos señalan que la lectura activa y crítica también se ha visto beneficiada, ya que las redes sociales pueden funcionar como canales para difundir información científica y fomentar la discusión académica. En este sentido, investigadores como García (2021) sugieren que las redes sociales pueden ser herramientas para democratizar el acceso al conocimiento, facilitando el intercambio de ideas entre expertos y la comunidad en general; sin embargo, es vital abordar los desafíos que esta intersección plantea, como la proliferación de información errónea. Como advierte Pérez (2019), la instantaneidad de las redes puede comprometer la profundidad de la lectura y promover la desinformación. En este contexto, fomentar la alfabetización mediática y digital emerge como una necesidad inaplazable. Las redes sociales han transformado la dinámica de lectura en el Perú, influyendo en la preferencia por contenidos breves, pero también ofreciendo espacios para la difusión de conocimiento científico. El desafío radica en aprovechar su potencial mientras se promueve la rigurosidad y la responsabilidad en la lectura y la difusión de información.

A nivel local, la institución educativa pública, foco del presente estudio, tiene como parte de su plan anual la promoción y fomento del hábito lector de forma transversal, por lo cual conmemora fechas especiales como el día internacional del libro, invita y congrega a comunidad educativa a participar de eventos como la Feria del Libro y, en el área de Lengua y Literatura, desarrolla proyectos de motivación por la lectura. A esta realidad, ya asumida por la institución, se suma la detección oportuna por parte de los docentes de la gran influencia que tienen las redes sociales en los estudiantes, sobre todo desde los últimos años del nivel primario hasta la secundaria. En aras de esta realidad, esta tesis planteó como problema principal: ¿En qué medida el uso de las redes sociales se relaciona con la motivación lectora de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024? Mientras que los problemas específicos fueron:

Pe1: ¿En qué medida el uso de redes sociales se relaciona con el autoconcepto lector de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024?

Pe2: ¿En qué medida el uso de redes sociales se relaciona con el valor de la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024?

Diagnóstico

Esta investigación indaga en la correlación entre el uso de las redes sociales y el grado de pasión por la lectura entre los estudiantes de secundaria matriculados en una escuela pública en Lima. Destaca la importancia de comprender el impacto de las interacciones en línea en los hábitos de lectura de los jóvenes. Se ha detectado un problema sobre el nivel de motivación de lectura en la institución educativa elegida, enfatizando la necesidad de la intervención para cultivar un mayor nivel de entusiasmo por la lectura entre los estudiantes.

Pronóstico

Sobre la base del diagnóstico, se espera que la aplicación de tácticas eficientes que utilizan las redes sociales para promover que la lectura conduzca a un aumento de la motivación de lectura entre los estudiantes de secundaria. Se espera que la integración de las redes sociales en las escuelas aumente la participación de los estudiantes y la emoción por la lectura, particularmente conduciendo a una mejora de las habilidades de lectura y el progreso académico.

Control de Pronóstico

Para alcanzar los objetivos previstos, es esencial evaluar periódicamente las medidas que se han aplicado, supervisando constantemente los resultados esperados. Para evaluar la eficacia de las estrategias utilizadas, es esencial recopilar datos relativos a la utilización de las redes sociales por los estudiantes, su inclinación a participar en la lectura y sus logros académicos. Además, es esencial ajustar el comportamiento de una persona de acuerdo con los resultados alcanzados, distinguiendo las tácticas que son más eficaces en mejorar la motivación

de lectura. El seguimiento continuo garantiza que se realicen los ajustes necesarios para garantizar el éxito de los programas ejecutados.

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes internacionales

Cedeño y Jama (2023) detallan la relevancia de la motivación en la lectura para el desarrollo de la creatividad de estudiantes de una escuela básica elemental en Ecuador. El trabajo de enfoque cuantitativo, a nivel descriptivo, empleó el estudio de campo y las entrevistas y test para indagar en los docentes, niños y niñas del centro educativo qué los motivaba a leer, por qué no lo hacían y, sobre todo, qué personas se involucraban en su proceso lector, en colegio y en casa. Los resultados mostraron que, si bien los estudiantes presentaban predisposición y motivación para iniciarse en el hábito de la lectura, percibían que sus docentes no hacían interesante estos espacios; además, se demostró que estos últimos desconocían las técnicas y métodos para fomentar esta práctica desde las asignaturas del colegio.

Melo y Franco (2023) en un estudio realizado en Colombia elaboraron como propuesta un taller para fomentar el hábito lector en estudiantes de educación básica que incluía a docentes, estudiantes, padres y expertos como parte de este proceso. La investigación tuvo un enfoque mixto y se emplearon encuestas y entrevistas para recabar la información de la muestra respecto al impacto del taller no solo en su motivación por leer sino además en la cocreación de materiales de lectura que los animara a esta práctica. Los resultados mostraron que, si bien los estudiantes disfrutaban de la lectura, son los padres los que, al no tener este hábito desarrollado, muestran poco interés y no lo cultivan en casa.

León y Munita (2023) diseñaron una programación literaria como parte de una intervención educativa que busca desarrollar la motivación por la lectura en adolescentes colombianos. El estudio tuvo un enfoque mixto por lo que se basó en encuestas y entrevistas a

los estudiantes respecto a la aplicación del programa, además tuvo un alcance explicativo. Los resultados indicaron que factores como las estrategias propuestas para los espacios de lectura, la valoración de los temas de las obras propuestas, el acceso a los textos escolares y la motivación extrínseca que reciben los estudiantes inciden en que ellos y ella se encuentren más o menos motivados durante el tiempo que duró la intervención del programa.

Jaramillo et al. (2023) como parte de su estudio en un programa de ESO en España, realizó encuestó a 230 adolescentes quienes manifestaron el alto impacto que tienen en ellos el uso de las redes sociales, en un aspecto positivo y negativo, pues si bien indicaron que poseen un gran acceso a la información, también citaron varias de las consecuencias negativas a las que son afectos y en las que juegan un gran papel la dinámica familiar y la participación en actividades de ocio al aire libre. El estudio también confirma el impacto emocional de redes sociales como Whatsapp en donde las situaciones de cyberbullying, grooming y sexting orillan a los adolescentes a desarrollar trastornos como la depresión, anorexia, entre otras.

González - Coronel (2023), desarrolló una revisión bibliográfica exhaustiva a nivel de una unidad educativa ecuatoriana, sobre la cual discutió en base a la literatura existente la pertinencia del uso de las redes sociales por parte de los estudiantes del centro a la par de sus actividades académicas, en cuanto a los beneficios o perjuicios que pudieran generarse. Los resultados, a manera de conclusión, demostraron un gran impacto positivo de estos espacios virtuales tanto en la motivación intrínseca de los adolescentes, así como en su desempeño y colaboración entre pares durante el desarrollo de las experiencias de aprendizaje.

1.2.2. Antecedentes nacionales

El Ministerio de Cultura (2022) destaca que hacia ese primer año de la pandemia se habían impulsado 120 programa de fomento a la lectura en el país, de los cuales 49 rescataban la importancia del uso de herramientas tecnológicas como elementos de apoyo, lo cual incluye los libros en formato digital, Open Access, el uso de espacios virtuales y proyectos digitales

que motiven a los estudiantes a interactuar con sus formatos de lectura. Asimismo, señalan la importancia de contar con un sitio web que pueda mostrar estas iniciativas y socializarla al público.

Lezama (2021) respecto a la comprensión lectora en adolescentes, de 12 a 16 años, con el objetivo de evaluar sus hábitos, señala que aproximadamente el 48% de los adolescentes leen libros de forma regular, mientras que un preocupante 52% admitió no haber leído un libro completo en el último año. Estos hallazgos revelaron una brecha significativa en los niveles de lectura entre los jóvenes y resaltaron la necesidad de implementar estrategias para fomentar el hábito de la lectura en esta etapa crucial del desarrollo.

En la Política Nacional de la lectura, el libro y las bibliotecas (2018) se examinó el impacto de la tecnología en el hábito de lectura en adolescentes del Perú. Los resultados mostraron que el acceso generalizado a dispositivos electrónicos y plataformas digitales había cambiado significativamente las preferencias de lectura de los jóvenes. Si bien muchos adolescentes seguían leyendo, la mayoría prefería formatos digitales como libros electrónicos o lectura en línea a los libros impresos tradicionales. Esto planteó la necesidad de adaptar las estrategias de promoción de la lectura para incluir y fomentar el uso responsable de la tecnología como una herramienta para acercar a los adolescentes al mundo de la lectura.

Valencia (2022), en un estudio realizado en la provincia limeña de Barranca, señala el impacto del uso de las redes sociales en el régimen alimenticio de los adolescentes en una institución educativa del lugar. El trabajo estuvo conformado por una muestra de 171 estudiantes, su enfoque fue cuantitativo y su nivel, correlacional. Uno de los resultados más resaltantes fue el más del 50% de uso de las redes sociales por parte de los adolescentes, con una frecuencia de más de 3 horas diarias de exposición a las pantallas, siendo Facebook y TikTok las más usadas. En cuanto a las variables de estudio, los estudiantes manifestaron que sí

evidenciaron hábitos más saludables de alimentación gracias a las recetas balanceadas que observaron en dichas redes.

Gonzáles (2023) abordó el uso de las redes sociales en adolescentes de Tumbes, con una muestra de 791 chicos y chicas de educación secundaria, en una investigación de enfoque cuantitativo y de tipo correlacional. Entre los hallazgos más destacables del estudio se identificó una baja influencia de las redes sociales en los estudiantes, debido a que, por la ubicación de la zona, el acceso al servicio de internet era insuficiente o nulo en casi un 46% de las viviendas. asimismo, la adquisición de los equipos móviles no son una prioridad en las comunidades aledañas a la institución educativa.

1.3. Objetivos

Objetivo general:

Determinar en qué medida el uso de redes sociales se relaciona con la motivación por la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024

Objetivos específicos:

Oe1: Determinar en qué medida el uso de redes sociales se relaciona con el autoconcepto lector de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024

Oe2: Determinar en qué medida el uso de redes sociales se relaciona con el valor de la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024

1.4. Justificación

A nivel teórico, es necesario contar con una base sólida respecto a la variable motivación por la lectura y la digitalización de la misma, presente en estos últimos años. En una revisión minuciosa de la literatura, este estudio cuenta con el respaldo de teorías científicas como la Sociocultural de Vigotsky, la teoría conectivista de Siemens y la pirámide de las necesidades y motivaciones de Maslow. En la investigación se relaciona el hábito lector principalmente con la capacidad de influir sobre todo en aspectos comunicativos o como apoyo

o solución a condiciones específicas del lenguaje y/o aprendizaje, ésta es una ruta interesante; sin embargo, teniendo en cuenta la situación de virtualidad cada vez más creciente y avasallante que ha ingresado y modificado la vida de todas las personas en el mundo, es de suma importancia para el presente estudio conocer cuánto influye el uso de las diversas redes sociales con las que interactúan los adolescentes en que su predisposición o motivación para leer, mantenerse interesados en dicho texto y generar el hábito de leer cada vez más.

A nivel práctico, esta investigación tiene como finalidad dar solución al problema existente en la institución educativa elegida, la misma que requiere incrementar su motivación por la lectura y, por lo cual, se considera como una tarea primordial descubrir las prácticas más idóneas, oportunas y efectivas para lograrlo. Como se sabe, el proceso educativo en el enfoque socio constructivista se muestra interesado por tomar del entorno todos aquellos elementos que puedan constituirse en medios para el aprendizaje, así, las redes sociales en las que los adolescentes se desenvuelven, resultan no solo atractivas sino además significativas para ellos, lo que este estudio puede emplear y potenciar.

A nivel social, el reto de una cultura lectora en el Perú va más allá de implementar el curso como parte del currículo en la Educación Básica Regular, requiere de acciones que vayan de la mano con el método científico, generando espacios de compartir y divulgación científica para ahondar en por qué los estudiantes peruanos, desde edades tempranas, no leen o, si lo hace, no comprenden lo leído. Esta investigación constituye un aporte a nivel sociocultural que permita ver el panorama de la motivación por la lectura con una mirada más amplia, que incluya el uso de las herramientas tecnológicas para generar el interés por la lectura pues se sabe que un cerebro que se emociona es un cerebro que aprende efectivamente.

A nivel metodológico, se está trabajando la variable motivación por la lectura con un instrumento estandarizado internacionalmente y cuya validez se ha puesto a prueba de especialistas en el tema; sin embargo, el presente estudio realiza un valioso aporte en la variable

independiente uso de las redes sociales, pues en la búsqueda de instrumentos para ésta última se hallan vacíos que no permiten medirla con certeza sobre todo en adolescentes y relacionando el tema con la lectura en específico, si bien existen encuestas estandarizadas muchas de ellas orientan su atención a otros fenómenos sociales negativos sobre sus efectos en los estudiantes adolescentes, en cambio, aquí se trata de rescatar sus beneficios en favor de ellos.

1.5. Hipótesis:

Hipótesis general:

El uso de redes sociales se relaciona con la motivación por la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024.

Hipótesis específicas:

He1: El uso de redes sociales se relaciona con el autoconcepto lector de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024.

He2: El uso de redes sociales se relaciona con el valor de la lectura de los estudiantes de 3er año de secundaria en un colegio público de Lima, 2024.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas sobre el tema de investigación

Teoría Sociocultural de Vigotsky, en relación a las variables de estudio se presenta el análisis realizado por Carrera y Mazzarella (2001) sobre la influencia del medio en la construcción de habilidades y estrategias desarrolladas en los niños y adolescentes en su proceso de aprendizaje. En su avance, los estudiantes van construyendo el conocimiento pasando de una zona de desarrollo de real a una zona de desarrollo próximo, aspecto clave en los fundamentos de Vigotsky, pero la teoría va más allá, integrando elementos modernos que influyen inevitablemente en el ámbito educativo, tales como el apoyo de los adultos, la tecnología, los medios audiovisuales y el diseño de sistemas de aprendizaje computarizados.

Basados en los fundamentos socioculturales de 1979, estos últimos elementos potencian los procesos y estrategias que pudieran aplicarse en el aula, para lograr un aprendizaje más efectivo y que respeta el desarrollo socioemocional de los estudiantes al propiciar una interacción con su entorno, lo cual tiene incidencia directa no solo en los procesos de pensamiento sino además en el lenguaje.

Teoría conectivista, enunciada por Siemens en 2004, destaca la importancia de las redes y conexiones en la adquisición de conocimientos. Esta teoría sostiene que la información fluye constantemente a través de diversas plataformas y tecnologías, además hace énfasis en el concepto de "conexión" (Zapata-Ros, 2015). Siemens sostiene que el aprendizaje se produce a través de la creación y fortalecimiento de conexiones entre diversas fuentes de información, personas y recursos. En este contexto, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) desempeñan un papel crucial al facilitar la creación y expansión de redes y relaciones en línea. Las plataformas digitales, las redes sociales y las herramientas de colaboración en línea permiten a los individuos acceder a una amplia gama de perspectivas y conocimientos, lo que

enriquece su proceso de aprendizaje, esto significa que los estudiantes adquieren conocimientos de los expertos o maestros, pero también aprenden de sus compañeros y del vasto conjunto de información disponible en línea, dinámica que fomenta la construcción colectiva de conocimiento y la diversidad de perspectivas.

El énfasis en la importancia de las conexiones y redes en línea refleja la realidad cambiante de la información y la comunicación en la sociedad contemporánea. Aunque ha sido objeto de discusión, la teoría conectivista continúa desafiando las concepciones convencionales de la educación y plantea preguntas valiosas sobre cómo los individuos pueden aprovechar la conectividad y la tecnología para mejorar su proceso de aprendizaje y adquisición de conocimientos.

Teoría de la motivación humana, conocida también como la Pirámide de Necesidades de Maslow (1943), es uno de los marcos conceptuales más influyentes en el campo de la psicología y la motivación humana. Desarrollada a mediados del siglo XX, esta teoría ha dejado una marca duradera en la comprensión de cómo las personas buscan satisfacer sus necesidades y lograr la autorrealización. En la base de la Pirámide de Necesidades se encuentran las necesidades fisiológicas, las más básicas e instintivas, como la alimentación, el agua, el sueño y el refugio. Maslow postuló que estas necesidades deben ser satisfechas en primer lugar, ya que son esenciales para la supervivencia y el funcionamiento humano. Una vez que estas necesidades están cubiertas, las personas se sienten motivadas para ascender en la jerarquía y buscar la satisfacción de necesidades de seguridad, como la estabilidad laboral, la salud y la protección contra peligros externos. El siguiente nivel de la pirámide está compuesto por las necesidades de afiliación y pertenencia. En esta etapa, las personas buscan lazos sociales, relaciones significativas y la sensación de ser parte de una comunidad. La satisfacción de estas necesidades proporciona apoyo emocional y fomenta el sentido de identidad y aceptación. A medida que las necesidades de seguridad y afiliación se satisfacen, las personas avanzan hacia

el cuarto nivel: las necesidades de estima. En la cúspide de la Pirámide de Maslow se encuentra la autorrealización, el pináculo de la motivación humana. La autorrealización se refiere al proceso de alcanzar el potencial máximo de uno mismo, desarrollar talentos y habilidades únicas, y lograr un sentido profundo de satisfacción y significado en la vida. Maslow creía que solo un pequeño porcentaje de la población alcanza este nivel, ya que requiere un compromiso constante con el crecimiento personal y la exploración de los propios límites.

En el análisis de esta teoría, Venegas (2020) sostiene que la pirámide de necesidades ha tenido un impacto perdurable en nuestra comprensión de lo que impulsa a las personas a actuar y buscar el cumplimiento personal. Aunque ha sido objeto de críticas y ajustes a lo largo del tiempo, la pirámide de necesidades sigue siendo un marco valioso para explorar y analizar las motivaciones humanas en diversas áreas de la psicología y la sociedad en general. Su influencia perdurará en la medida en que continúe siendo una herramienta útil para comprender la complejidad de la motivación humana y guiar intervenciones y estrategias orientadas al bienestar y el desarrollo personal.

III. MÉTODO

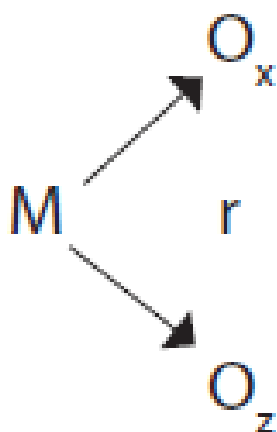
3.1. Tipo de investigación

Hernández et al. (2014) desarrollan la variedad de tipologías en las que se puede clasificar a las investigaciones científicas, teniendo en cuenta su propósito, alcance y enfoque. Así pues, el estudio presenta un enfoque cuantitativo, de tipo básica y alcance correlacional. Es cuantitativo, pues se ha empleado el análisis estadístico para cuantificar el nivel de relación o incidencia entre las variables de estudio; básica, pues con los resultados obtenidos revelaron si existe una relación entre el uso de las redes sociales y la motivación lectora. Según Hernández – Sampieri y Mendoza (2018) la investigación básica permite conocer el comportamiento de la sociedad frente a algo. Finalmente, es correlacional, pues busca probar la hipótesis de relación entre la variable 1: Uso de las redes sociales y la variable 2: Motivación por la lectura.

Por otro lado, se presenta en la siguiente figura el método que será empleado, en este se presentan a detalle cada uno de los componentes que a esta concierne.

Figura III-1

Diagrama del método a emplear



Donde:

O_x: Uso de redes sociales

O_z: Motivación a la lectura

r: coeficiente de correlación

Nota: figura adaptada de Ñaupás et al. (2018, p. 368)

3.2. Ámbito temporal y espacial:

3.2.1. Delimitación temporal:

La observación y/o análisis de la muestra se dará durante el periodo académico 2024, por única vez, durante la aplicación de los instrumentos, momento en el cual se encuestará a los estudiantes del 3er año de secundaria solo en las temáticas correspondientes a la presente investigación, el uso de redes sociales y su motivación por la lectura.

3.2.2. Delimitación espacial:

En el ámbito espacial, el estudio y la aplicación de instrumentos se realizará en la institución educativa pública 1182 El Bosque ubicada en Jr. Los Ciruelos N° 898, en el distrito de San Juan de Lurigancho, provincia de Lima, departamento de Lima.

3.3. Variables

Variable 1: Uso de redes sociales

Dimensiones:

- Lugar de conexión
- Tiempo de conexión
- Frecuencia de conexión
- Finalidad para conectarse.

Variable 2: Motivación a la lectura

Dimensiones:

- Autoconcepto lector
- Valor de la lectura

3.4. Población y muestra

De acuerdo con Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) se refiere a población a la totalidad de elementos que componen un grupo al que se requiere analizar. En referencia a lo anterior, para el presente estudio se empleó como unidad de análisis a los alumnos de un grado de estudios básicos de nivel secundaria, de un colegio público ubicado en la ciudad de Lima de 2024 lo cual compone a la población. Al complementar lo anterior, los aspectos de la muestra, de acuerdo con Ñaupas et al. (2018) se refiere a una porción de la población, la cual será empleada para minimizar la complejidad que existe en todos los estudios. Lo último, nos permite comprender también que, para lograr determinar una cantidad de elementos de la población, esta, se debe de calcular a través de métodos probabilísticos o no probabilísticos. Esto último se puede comprender a partir en conformidad de los postulados de Sucasaire (2022) quien señala posibilidad de realizar el procedimiento de muestreo sin incurrir en procedimientos estadísticos complejos, y, en conformidad al acceso a las unidades de estudio, a este se le denomina, muestreo no probabilístico por conveniencia.

- Población: 120 estudiantes
- Muestra: 90 estudiantes
- Muestreo: Por conveniencia

3.5. Instrumentos

- Variable: Uso de redes sociales

Instrumento: Cuestionario sobre el uso de las redes sociales en formato de formulario.

Técnica: Encuesta

Autora: Adaptado del instrumento de la Mgtr. Luz Marina Orellana Marcial (2012).

Validación: La autora del instrumento original utilizó para la validación del mismo, la validación por juicio de expertos; y, para medir la consistencia interna empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo 0,758.

- Variable: Motivación a la lectura

Instrumento: Cuestionario de Motivación a la lectura en estudiantes de Educación Básica Regular

Técnica: Encuesta

Autores: Linda Gambrell, Barbara Palmer, Rose Marie Codling y Susan Mazzoni.

Consistencia interna: Se utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo 0,82.

Gambrell (1996) citado en Navarro (2018)

Validación: Para la validación del instrumento emplearon el Análisis Factorial Confirmatorio; y, para medir la consistencia interna empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo 0,90.

En relación a lo anterior, ambos instrumentos empleados en la presente investigación han sido sometidos a un riguroso proceso de validación mediante juicio de expertos. Un equipo de profesionales con reconocida trayectoria y experiencia en la especialidad de Lengua y Literatura, así como, en Metodología de la Investigación, como se puede observar en los anexos, evaluó la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems; además, de la adecuación general de los instrumentos para los objetivos del estudio. Por lo tanto, este proceso aseguró la validez de contenido y la confiabilidad de los datos recopilados.

3.6. Procedimientos

El primer procedimiento que se realizará, será la validación por juicio de expertos. A través de este procedimiento se recibirán las observaciones y la retroalimentación por parte de especialistas en el campo del conocimiento de las ciencias de la educación. Tras este procedimiento, se llevará a cabo la recopilación de datos de la muestra piloto, la cual, se planifica que se realice en el mes de abril del 2024. Previamente, se coordinará con los departamentos de Dirección y Coordinación Académica, para obtener los permisos

correspondientes que viabilicen la aplicación. La prueba piloto será realizada en un lapso de 20 minutos y se evaluará la existencia de dificultades durante su desarrollo.

3.7. Análisis de datos

El análisis que se utilizará para el procesamiento de la información en la presente investigación es el software estadístico SPSS V27, en el cual se ingresarán los datos a obtener para llevar a cabo el procesamiento de correlación para llevar a cabo las pruebas de hipótesis planteadas. El procesamiento corresponde a la correlación tal como fue definido en el primer apartado de esta sección.

3.8. Consideraciones éticas

El presente estudio es inédito y busca determinar en qué medida el uso de las redes sociales se relaciona con la motivación lectora. Asimismo, se ha respetado a los autores utilizados, citándolos y referenciándolos, adecuadamente, sin transformar el objetivo de sus investigaciones.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

En esta sección de la investigación se muestran los resultados obtenidos en la encuesta realizada de manera presencial, respetando los criterios establecidos en el instrumento en relación a la escala de Likert.

La unidad de análisis corresponde a los estudiantes de 3er grado de secundaria del turno tarde de la Institución Educativa 1182 El Bosque. Cabe resaltar, que en este turno existe una población de 120 estudiantes; sin embargo, se tomó como muestra a 90 alumnos. Se debe tener en cuenta que hay un 95% de nivel de confianza.

En concordancia a lo antes mencionado, la encuesta contó con un total de 44 preguntas. En primer lugar, se aplicó tres preguntas generales (edad, género e ingreso económico). Luego, en la variable Uso de redes sociales se tomó 25 preguntas y en la segunda variable Motivación lectora, 16 preguntas.

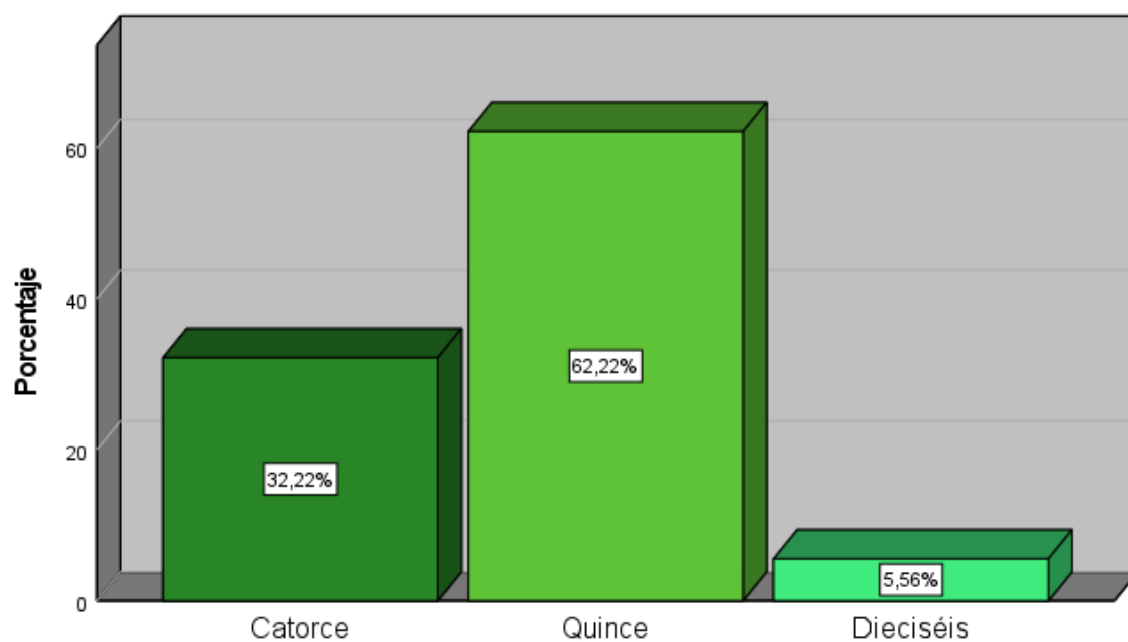
Pregunta: ¿Qué edad tienes?

Tabla 1

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Catorce	29	32,2	32,2	32,2
	Quince	56	62,2	62,2	94,4
	Dieciséis	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 1*Edad*

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

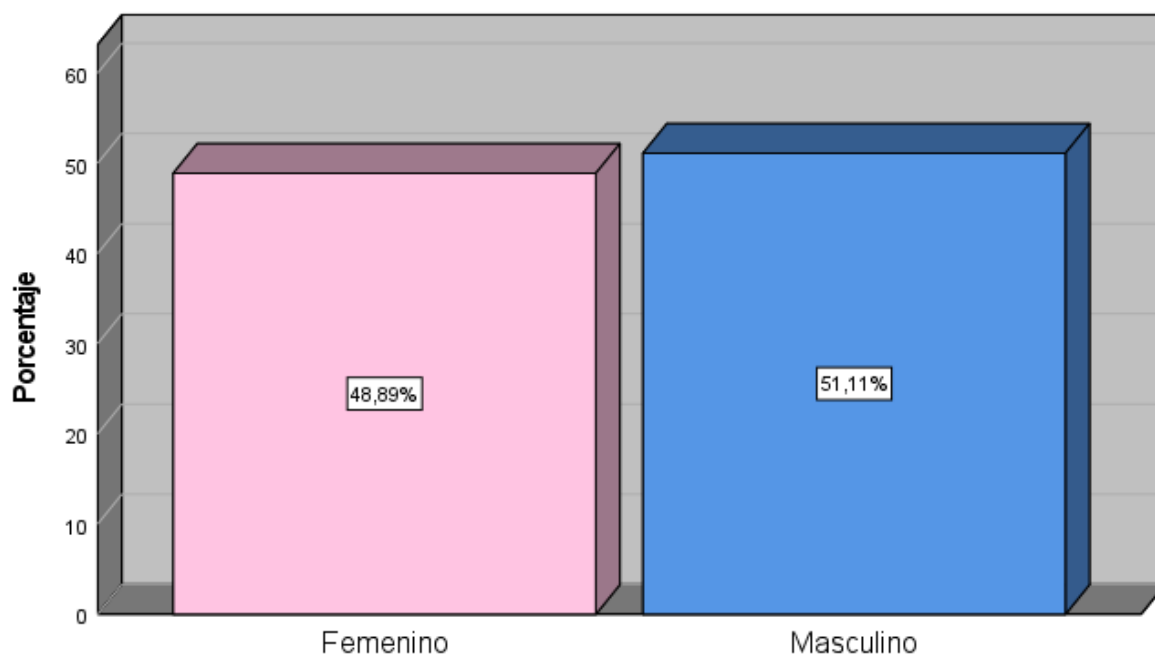
Interpretación: Del 100% de los estudiantes encuestados, el 62,22% tiene quince años, en el mismo grado, el 32,33%, catorce y tan solo el 5,56%, dieciséis.

Pregunta 2: ¿Cuál es su género?

Tabla 2*Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	44	48,9	48,9	48,9
	Masculino	46	51,1	51,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 2*Género*

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: En relación a la Figura 2, el 48,89% son mujeres y el 51,11% son hombres, lo que ha permitido conocer las ideas de forma equitativas en cuanto al uso de las redes sociales y la motivación lectora.

Pregunta 3: ¿Cuál es el presupuesto a nivel familiar mensual?

Tabla 3*Presupuesto familiar mensual*

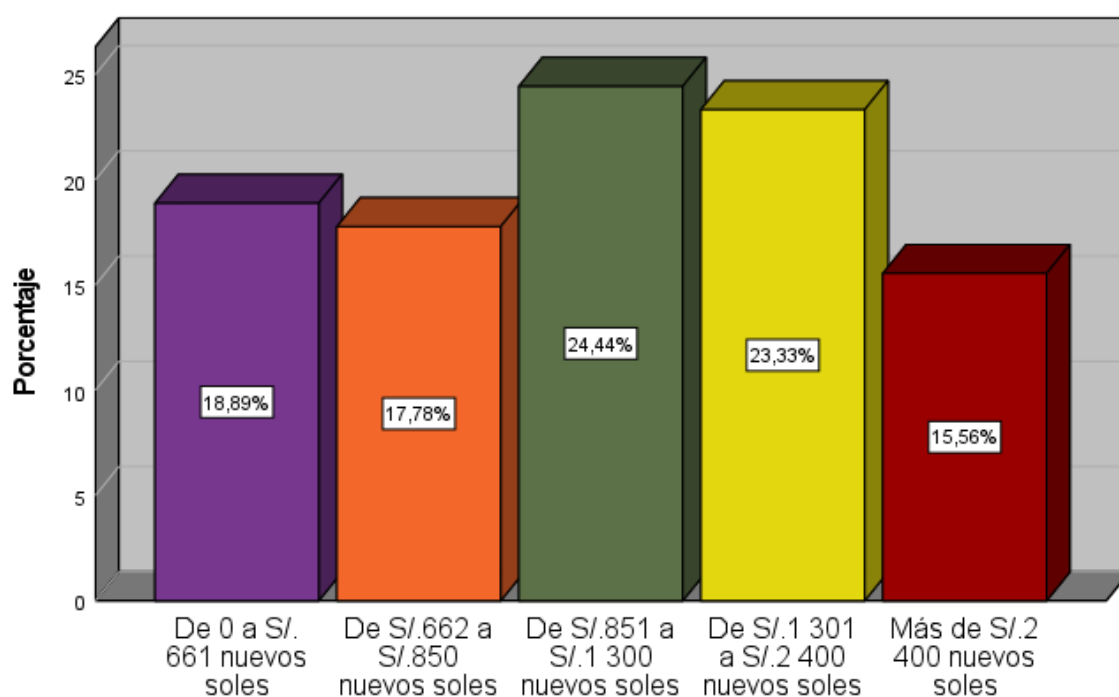
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 0 a S/.661 nuevos soles	17	18,9	18,9	18,9
	De S/.662 a S/.850 nuevos soles	16	17,8	17,8	36,7
	De S/.851 a S/.1 300 nuevos soles	22	24,4	24,4	61,1

De S/.1 301 a S/.2 400 nuevos soles	21	23,3	23,3	84,4
Más de S/.2 400 nuevos soles	14	15,6	15,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 3

Presupuesto familiar mensual



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De acuerdo con la figura 3, se puede notar que el ingreso familiar mensual varía sin mucha diferencia entre uno y otro. En primer lugar, se demuestra que el 24,44% de padres de familia tiene un ingreso mensual que oscila entre los S/.851 a S/.1 300. En segundo lugar, el 23,33% tiene un ingreso un poco más solvente que bordea entre S/.1 301 a S/.2 400. En tercer lugar, se refleja que el 18,89% tiene un ingreso bastante escaso o puede que no tenga un ingreso fijo o no lo tenga. En cuarto lugar, el 17,78% de padres tiene un ingreso mínimo

S/.662 pero no pasa de los S/.850. Finalmente, se percibe que un 15,56% tiene un ingreso que va desde los S/.2 400 a más, siendo este un grupo reducido de padres.

Pregunta 4: ¿Cuánto tiempo vienes usando las redes sociales?

Tabla 4

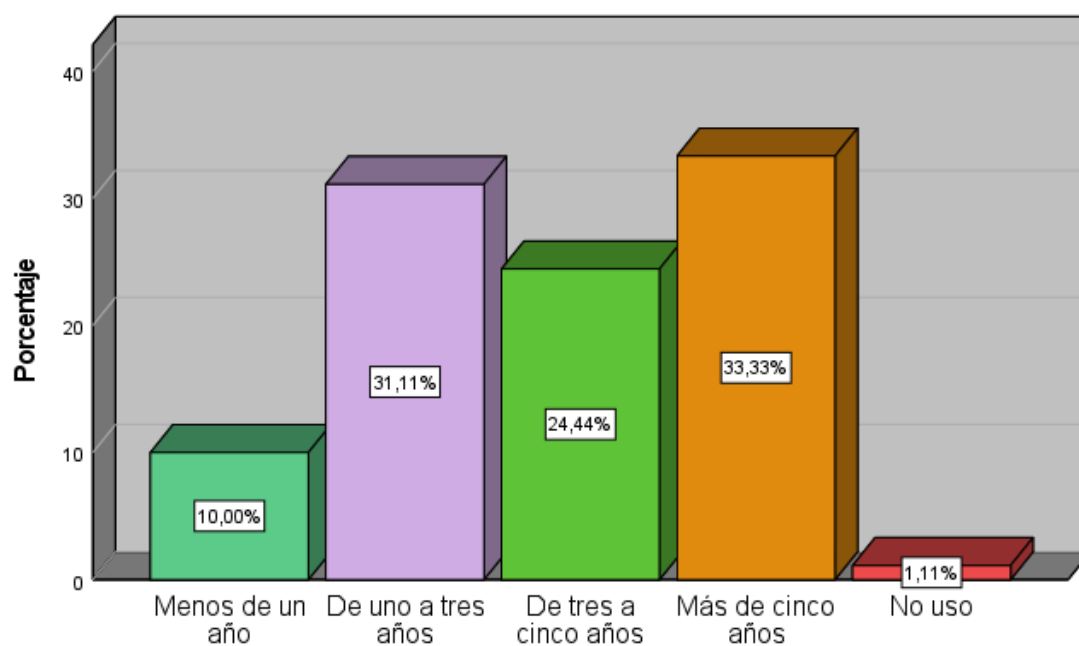
Uso de las redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de un año	9	10,0	10,0	10,0
	De un año a tres años	28	31,1	31,1	41,1
	De tres años a cinco años	22	24,4	24,4	65,6
	Más de cinco años	30	33,3	33,3	98,9
	No uso	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 4

Uso de las redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De la Figura 4, podemos desprender que el 33,33% de estudiantes tiene más de cinco años usando redes sociales. Sin embargo, existe otro grupo representado en el 31,11% que viene usándolas hace un año a tres. Asimismo, se tiene un 24,44% que lo usa de hace tres a cinco años y un 10% hace menos de un año. Finalmente, tan solo el 1,11% no las usa.

Pregunta 5: ¿Cuánto tiempo permaneces conectado a Internet?

Tabla 5

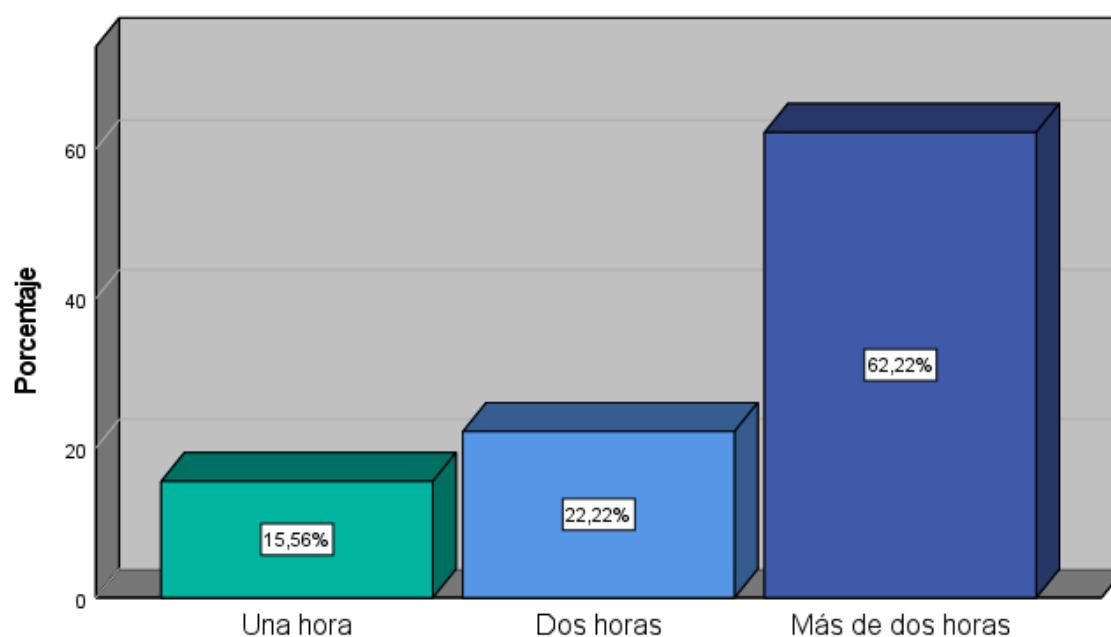
Tiempo de conexión a Internet

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Una hora	14	15,6	15,6	15,6
Dos horas	20	22,2	22,2	37,8
Más de dos horas	56	62,2	62,2	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 5

Tiempo de conexión a Internet



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De la figura 5, se puede evidenciar que el 15,56% permanece conectado a Internet una hora, pero existe otro 22,22% que lo hace durante dos horas. No obstante, el 62,22% mantiene una conexión a Internet más de dos horas.

Pregunta 6: ¿Consideras que el tiempo que pasas en redes sociales afecta tu rendimiento académico?

Tabla 6

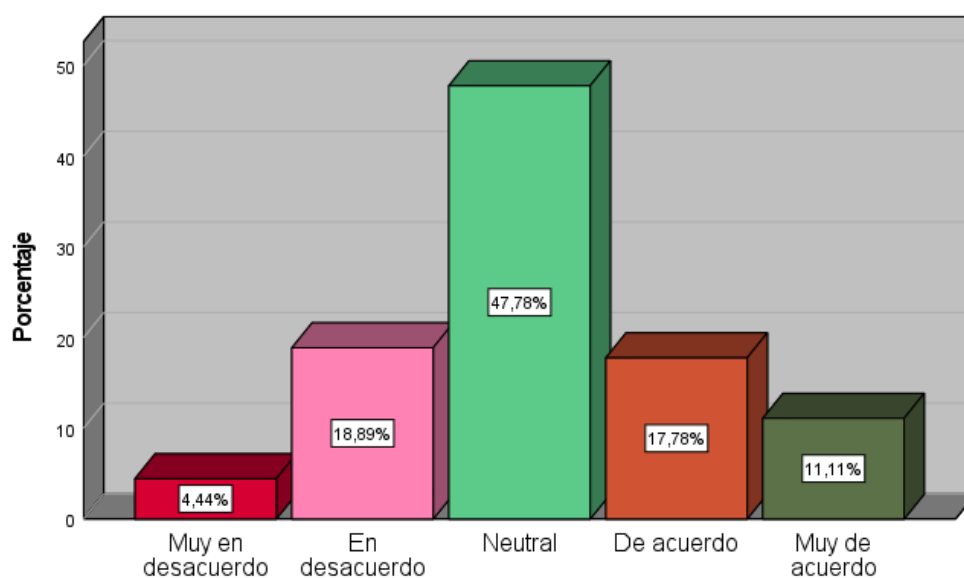
Tiempo de conexión a las redes sociales y rendimiento académico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	4,4	4,4	4,4
	En desacuerdo	17	18,9	18,9	23,3
	Neutral	43	47,8	47,8	71,1
	De acuerdo	16	17,8	17,8	88,9
	Muy de acuerdo	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 6

Tiempo de conexión a las redes sociales y rendimiento académico



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De la población consultada, se tiene que el 4,44% considera que su tiempo de conexión a las redes sociales no afecta su rendimiento académico y de igual forma opina el 18,89%. Sin embargo, el 47,78% se muestra neutral; pero hay una mínima parte representado en el 17,78% que está de acuerdo y el 11,11% muy de acuerdo; es decir, consideran que el tiempo que pasa en las redes sociales sí afecta su rendimiento académico.

Pregunta 7: Cuando te conectas a una red social ¿qué medios usas?

Tabla 7

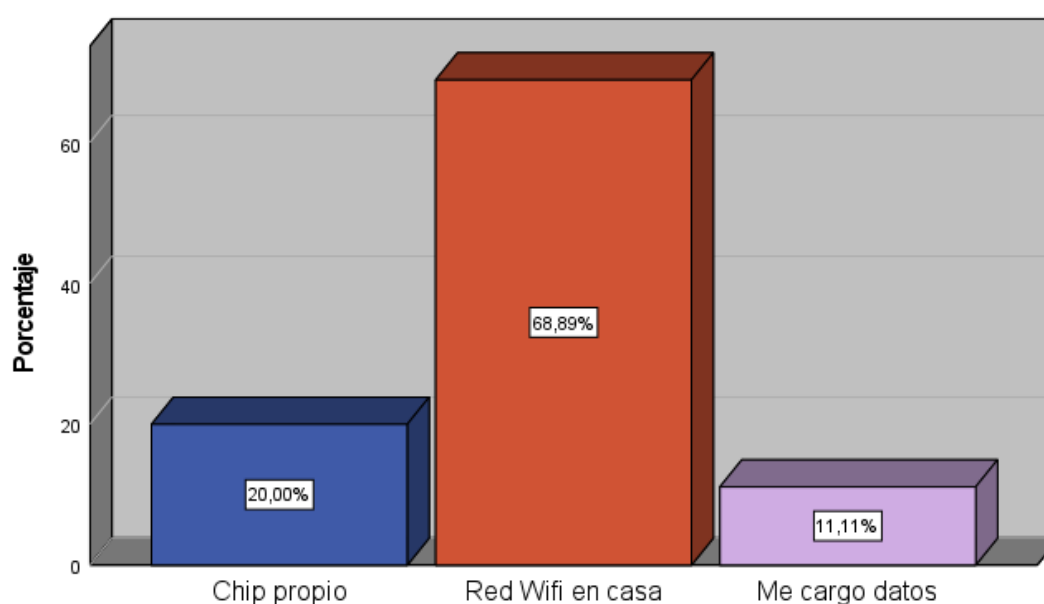
El medio para conectar a una red social

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Chip propio	18	20,0	20,0	20,0
	Red Wifi en casa	62	68,9	68,9	88,9
	Me cargo datos	10	11,1	11,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 7

El medio para conectar a una red social



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: Es evidente que a medida que avanza la tecnología hay un mayor acceso a internet, como lo refleja el 68,89% que indica que tiene Wifi en casa. Sin embargo, un 20,00% asegura tener chip propio, lo que quiere decir, que este grupo tiene datos en su teléfono y un 11,11% indica que para usar sus redes sociales se carga datos.

Pregunta 8: ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales desde tu hogar?

Tabla 8

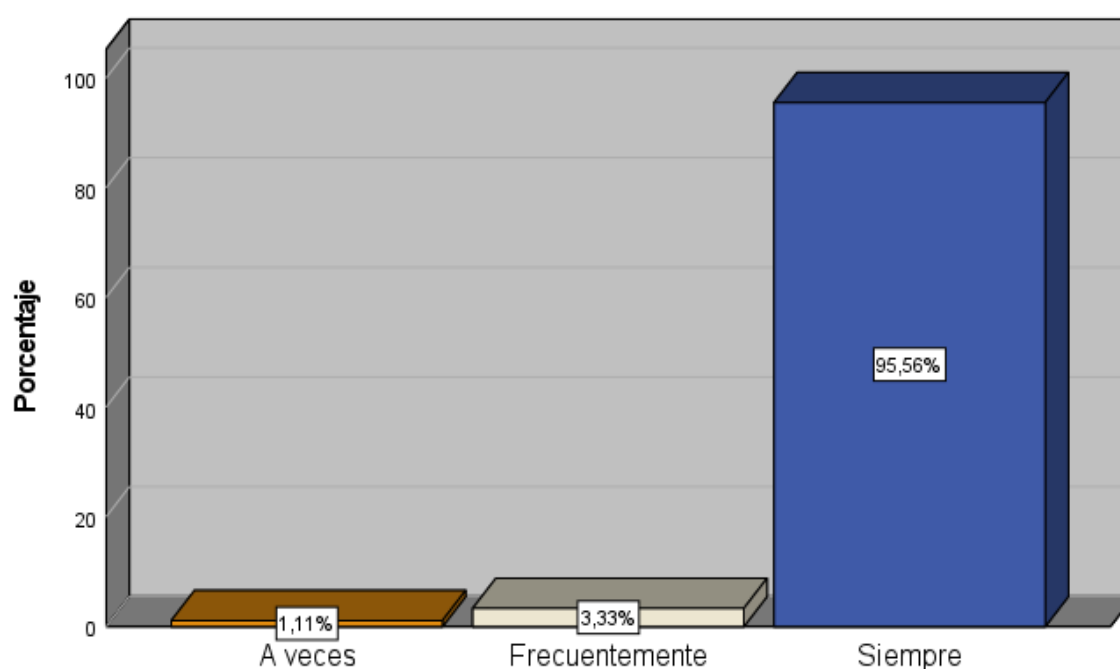
Acceso a redes sociales desde casa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	1	1,1	1,1	1,1
Frecuentemente	3	3,3	3,3	4,4
Siempre	86	95,6	95,6	100,00
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 8

Acceso a redes sociales desde casa



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: Los estudiantes encuestados no consideraron “Nunca” ni “Rara vez” en cuanto a la regularidad con que acceden a las redes sociales desde casa. En paralelo, el 1,11% asegura que a veces accede a las redes sociales desde su casa y el 3,33% lo hace frecuentemente. Por el contrario, el 95,56% indica que siempre está conectado a las redes sociales desde su casa.

Pregunta 9: ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales desde otros lugares como cafés, bibliotecas o espacios públicos?

Tabla 9

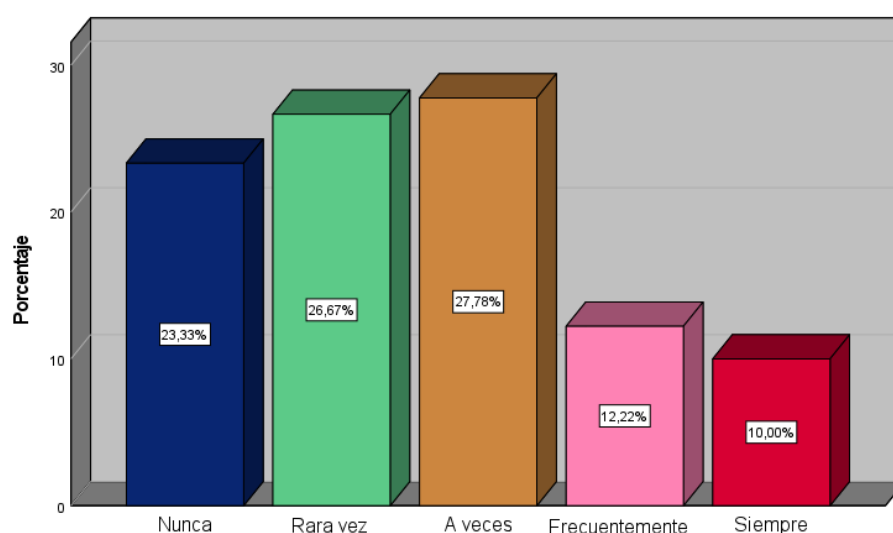
Otros lugares de acceso a las redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	21	23,3	23,3	23,3
	Rara vez	24	26,7	26,7	50,0
	A veces	25	27,8	27,8	77,7
	Frecuentemente	11	12,2	12,2	90,0
	Siempre	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 9

Otros lugares de acceso a las redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De acuerdo con la pregunta, el 23,33% nunca se conecta de otros lugares para acceder a sus redes sociales; en la misma línea, el 26,67%, lo hace rara vez y en un 27,78% indica que a veces accede de distintos partes. Mientras tanto, el 12,22% sostiene que suelen ingresar de diferentes sitios y el 10,00% lo hace constantemente.

Pregunta 10: ¿Cuánto tiempo permaneces en tu red social favorita?

Tabla 10

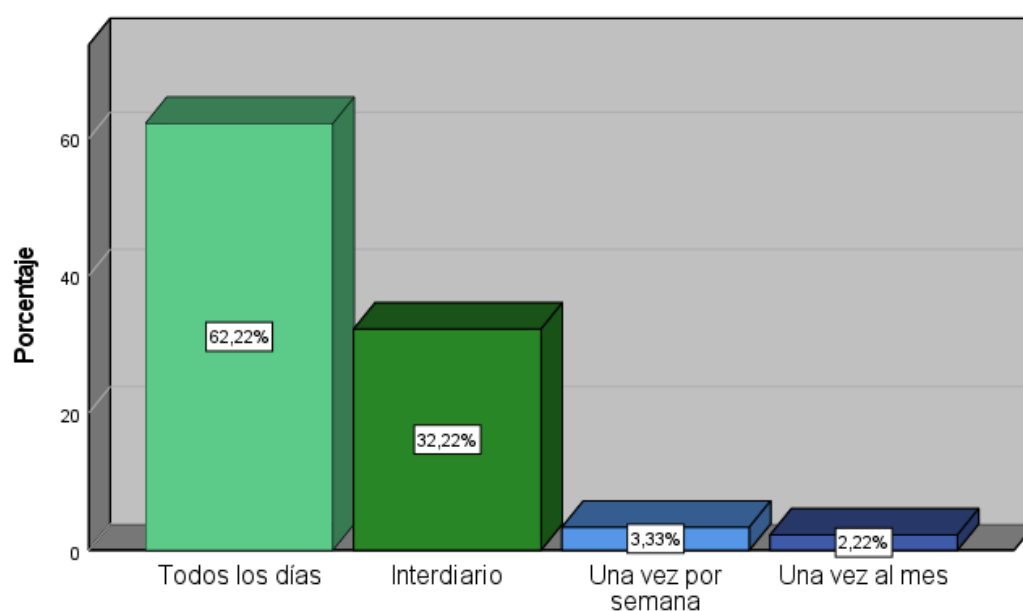
Tiempo de permanencia en las redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Todos los días	56	62,2	62,2	62,2
	Interdiario	29	32,2	32,2	94,4
	Una vez por semana	3	3,3	3,3	97,8
	Una vez al mes	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 10

Tiempo de permanencia en las redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 62,22% de estudiantes afirma que todos los días permanece conectado a su red social favorita. Sin embargo, existe un 32,22% que utiliza su red social, otro 3,33% lo hace una vez por semana y un 2,22% una vez al mes.

Pregunta 11: ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales antes de dormir?

Tabla 11

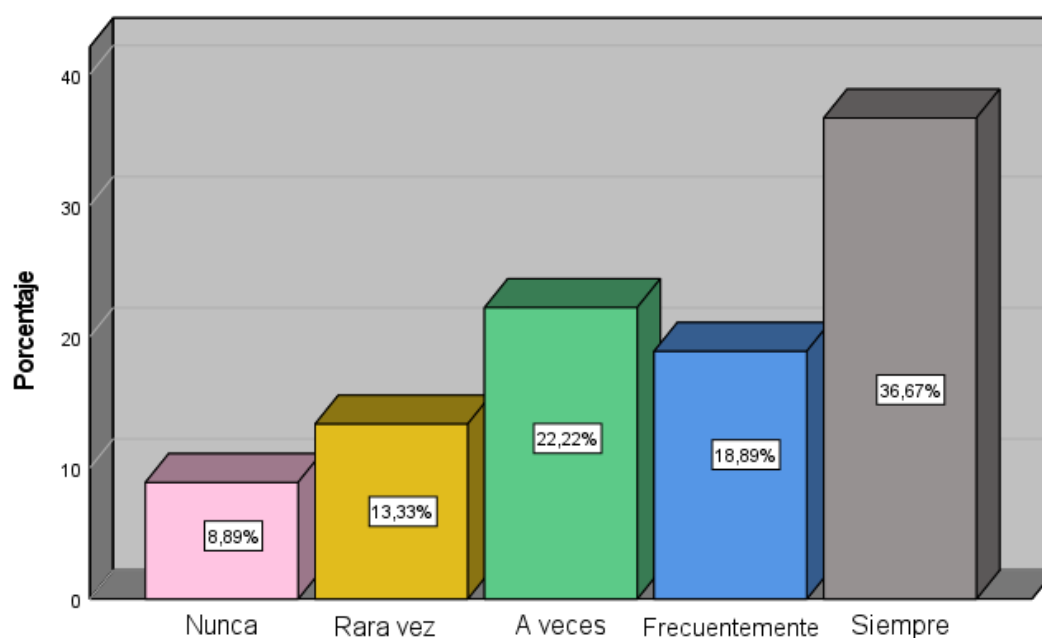
Reviso las redes sociales antes de dormir

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	8,9	8,9	8,9
	Rara vez	12	13,3	13,3	22,2
	A veces	20	22,2	22,2	44,4
	Frecuentemente	17	18,9	18,9	63,3
	Siempre	33	36,7	36,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 11

Reviso las redes sociales antes de dormir



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El porcentaje de estudiante que nunca revisa sus redes sociales antes de acostarse es muy bajo, un 8,89%; por otro lado, el 13,33% lo hace rara vez. Mientras que, el 22,22% de encuestados dice que lo revisa a veces, y el 18,89% lo hace frecuentemente. No obstante, la cifra es significativa a un 36,67% siendo siempre el caso.

Pregunta 12: ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales durante las horas de estudio o tareas escolares?

Tabla 12

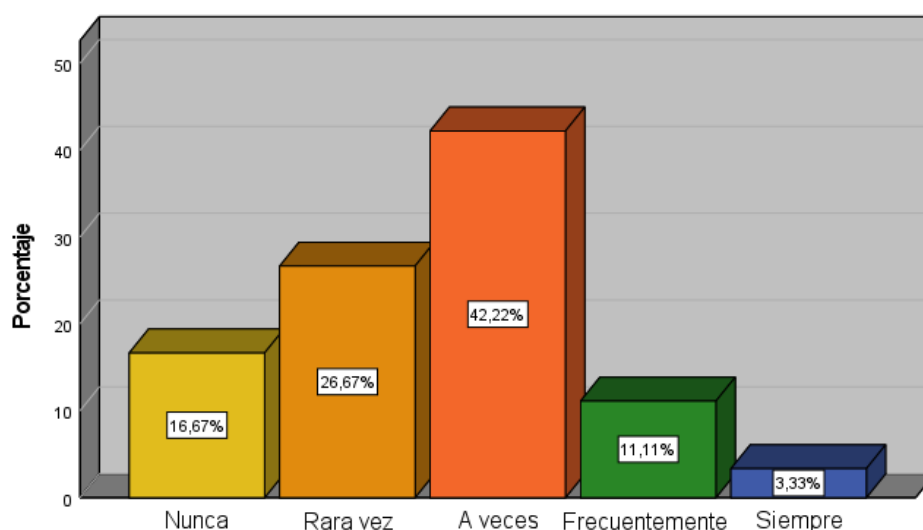
Reviso las redes sociales en horas de estudio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	16,7	16,7	16,7
	Rara vez	24	26,7	26,7	43,3
	A veces	38	42,2	42,2	85,6
	Frecuentemente	10	11,1	11,1	96,7
	Siempre	3	3,3	3,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 12

Reviso las redes sociales en horas de estudio



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: En concordancia a la Figura 12, el 16,67% asegura que nunca revisa sus cuentas antes de acostarse; por el contrario, el 26,67% afirmó que lo hace rara vez. Aunque un significativo 42,22% de los estudiantes a veces revisa sus redes sociales antes de dormir, solo un 11,11% lo realiza frecuentemente. Por último, pero no por ello menos importante, 3,33% siempre lo hace.

Pregunta 13: ¿Qué haces cuando estás conectado a Internet?

Tabla 13

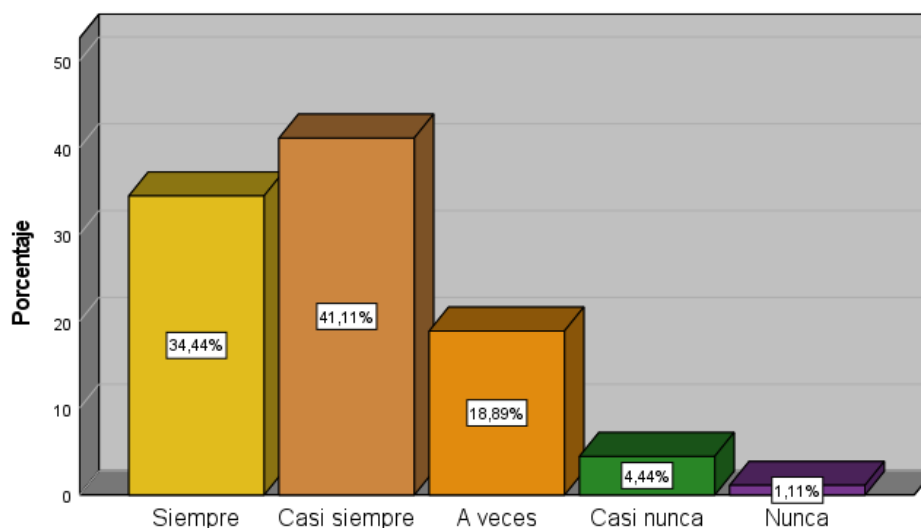
Chateo cuando me conecto a Internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	31	34,4	34,4	34,4
	Casi siempre	37	41,1	41,1	75,6
	A veces	17	18,9	18,9	94,4
	Casi nunca	4	4,4	4,4	98,9
	Nunca	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 13

Chateo cuando me conecto a Internet



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: La figura 13, refleja uno de los hábitos de los estudiantes al conectarse a Internet: chatear. Por un lado, el 34,44% afirma que siempre que hace uso del Internet, es para conversar con otras personas; a la par, el 41,11% indica que lo hace casi siempre. Lo que reverbera que hay un alto porcentaje de estudiantes que interactúan con otras personas al conectarse a la red. Por otro lado, el 18,89% no muestra mucho interés, haciéndolo solo a veces; asimismo, el 4,44% casi nunca chatea. Por último, 1,11% nunca lo hace.

Pregunta 14: ¿Leo foros virtuales y/o participo en alguno?

Tabla 14

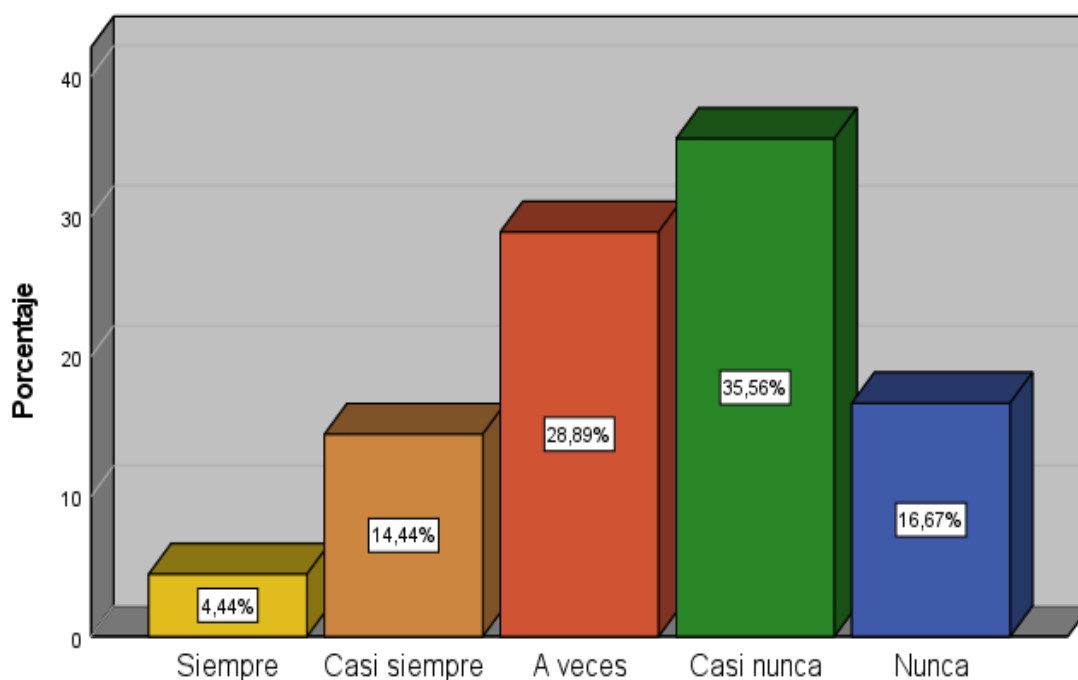
Leo y/o participo en foros virtuales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	4	4,4	4,4	4,4
	Casi siempre	13	14,4	14,4	18,9
	A veces	26	28,9	28,9	47,8
	Casi nunca	32	35,6	35,6	83,3
	Nunca	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 14

Leo y/o participo en foros virtuales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: Los estudiantes no muestran interés en los foros virtuales, como lo afirma el 35,6% que casi nunca interactúa en foros; por el contrario, existe un 28,9% que lo hace a veces. En la misma línea, está un 16,7% que nunca entran a los foros. Sin embargo, el 14,4% tiene cierto interés, aduciendo, que casi siempre hacen uso de los foros y el 4,4% indica que siempre interactúa en ellos.

Pregunta 15: ¿Con qué regularidad usas las redes sociales para mantenerte en contacto con familiares que no viven contigo?

Tabla 15

Redes sociales como medio comunicación con familiares

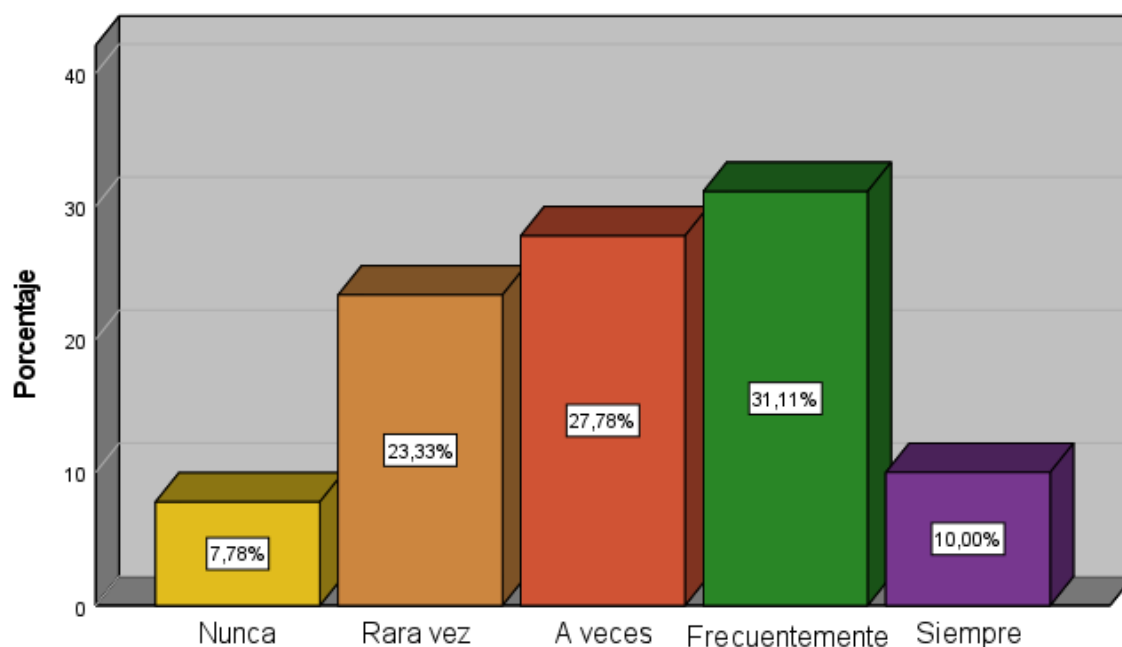
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,8	7,8	7,8
	Rara vez	21	23,3	23,3	31,1

A veces	25	27,8	27,8	58,9
Frecuentemente	28	31,1	31,1	90,0
Siempre	9	10,0	10,0	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 15

Redes sociales como medio comunicación con familiares

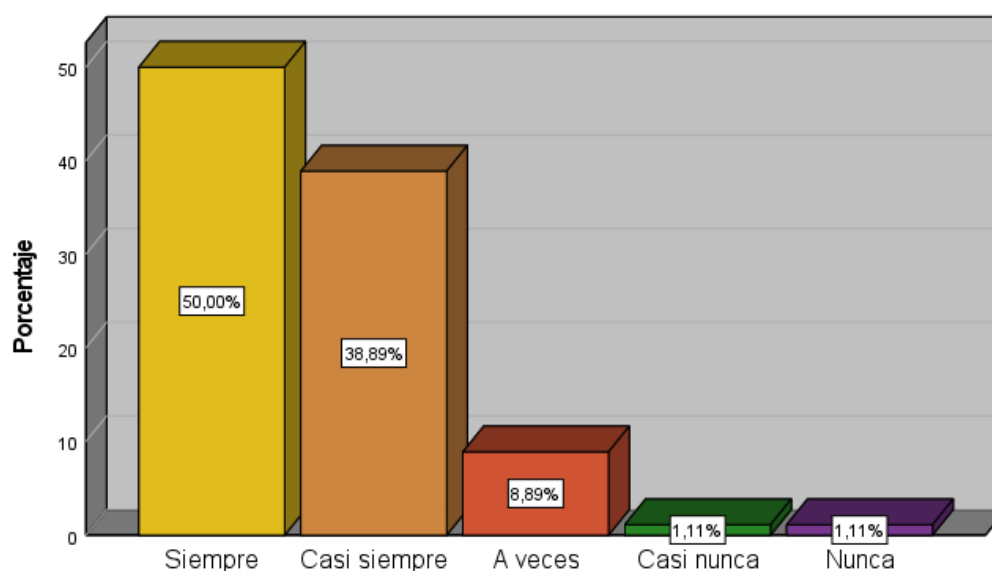


Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 31,1% utiliza frecuentemente las redes sociales para mantener contacto con sus familiares, lo que refleja la utilidad de estos medios. De igual forma, un 27,8% hace uso de las plataformas de redes con el mismo objetivo. En cambio, el 23,3% rara vez hace uso de estos ambientes de redes para contactar a sus seres queridos. Por otra parte, solo un 10,0% siempre se comunica con su entorno familiar a través de redes. Finalmente, el 7,8% nunca utiliza este medio para contactar con ellos.

Pregunta 16: Realizo búsquedas para elaborar mis trabajos**Tabla 16***Búsqueda de información para elaborar trabajos*

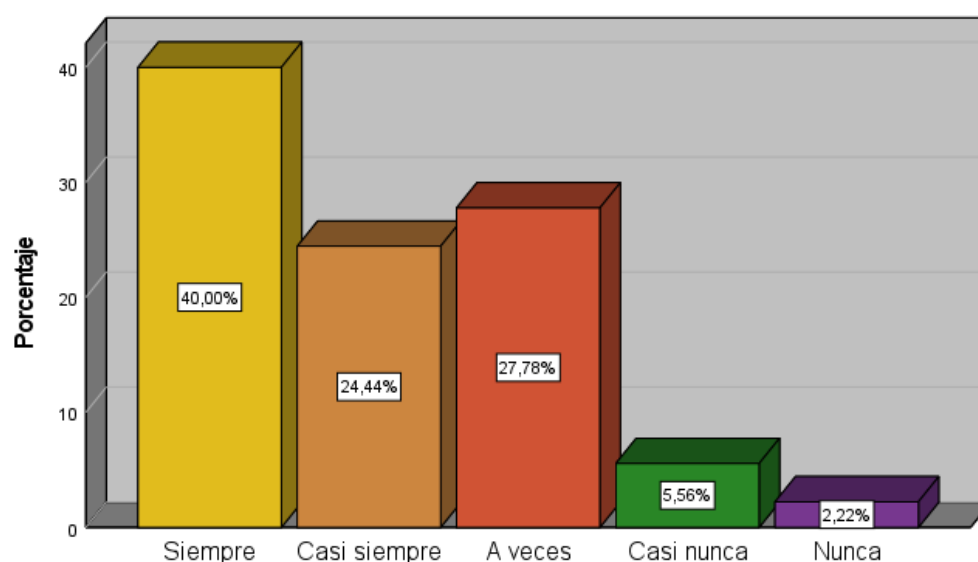
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	45	50,0	50,0	50,0
	Casi siempre	35	38,9	38,9	88,9
	A veces	8	8,9	8,9	97,8
	Casi nunca	1	1,1	1,1	98,9
	Nunca	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

*Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27***Figura 16***Búsqueda de información para elaborar trabajos**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: La gráfica muestra que el 50,00% de estudiantes siempre busca información en Internet para realizar sus trabajos. Algo semejante ocurre con el 38,9% que casi siempre se apoya de las búsquedas en la red para sus actividades. Por el contrario, solo el 8,9% lo hace a veces y en la misma línea, el 1,1% no lo hace casi nunca ni nunca.

Pregunta 17: Uso de tutoriales o IA para aprender un tema**Tabla 17***Hago uso de la IA para aprender un tema*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	36	40,0	40,0	40,0
	Casi siempre	22	24,4	24,4	64,4
	A veces	25	27,8	27,8	92,2
	Casi nunca	5	5,6	5,6	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

*Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27***Figura 17***Hago uso de la IA para aprender un tema**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: Un grueso de 40,0% de estudiantes sostiene que siempre que se conecta a Internet hace uso de la IA para aprender de un tema; de igual forma, el 24,4% requiere casi siempre de la IA. No obstante, un 27,8% afirma que lo hace a veces, porcentaje que se va

reduciendo a un 5,6% y 2,2% en casi nunca y nunca, respectivamente, en relación a la necesidad de utilizar la IA para un tema en específico.

Pregunta 18: Realizo búsquedas avanzadas para elaborar los trabajos de investigación

Tabla 18

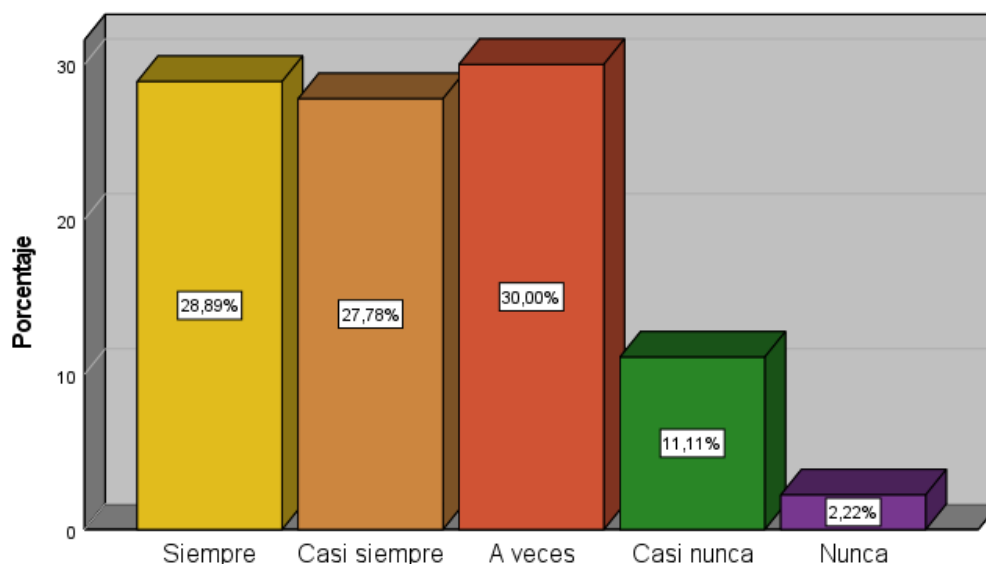
Hago búsquedas avanzadas para mis trabajos de investigación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	26	28,9	28,9	28,9
	Casi siempre	25	27,8	27,8	56,7
	A veces	27	30,0	30,0	86,7
	Casi nunca	10	11,1	11,1	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 18

Hago búsquedas avanzadas para mis trabajos de investigación



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: Si bien es cierto que, el 30,00% afirma que a veces realiza búsquedas avanzadas para la elaboración de sus trabajos, existe un 28,9% que siempre lo hace con ciertas

especificaciones como por tipo de archivo, año de publicación y/o lugar. A esto se anuda, el 27,8% que lo realiza casi siempre. Por el contrario, el 11,1% casi nunca realiza este tipo de búsquedas y de igual forma el 2,2% asegura que nunca lo hace.

Pregunta 19: Uso diccionarios electrónicos

Tabla 19

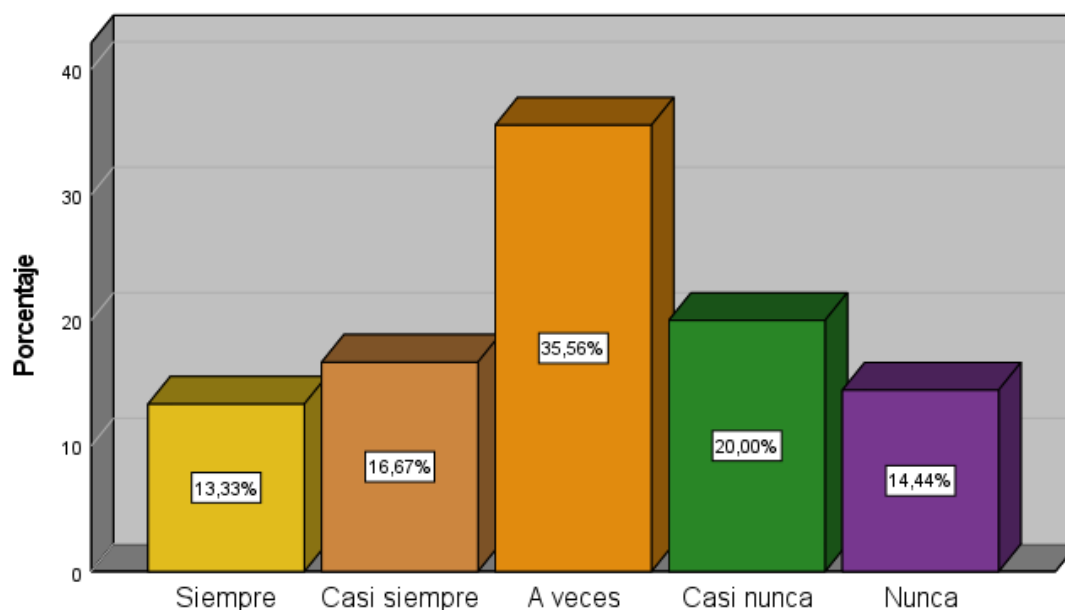
Diccionarios electrónicos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	12	13,3	13,3	13,3
	Casi siempre	15	16,7	16,7	30,0
	A veces	32	35,6	35,6	65,6
	Casi nunca	18	20,0	20,0	85,6
	Nunca	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 19

Diccionarios electrónicos



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 35,6% de encuestados afirma que a veces hace uso de los diccionarios electrónicos cuando está conectado a la red. No obstante, existe un 16,7% que casi siempre hace uso de este tipo de diccionarios; a ello se anuda, el 13,3% que siempre lo hace. Aunque existe otro grueso de estudiantes representado en el 20,0% que casi nunca los usa y un 14,4% que concluye nunca requerirlo.

Pregunta 20: Descarga libros de la biblioteca digital por ser lecturas de mi agrado o interés

Tabla 20

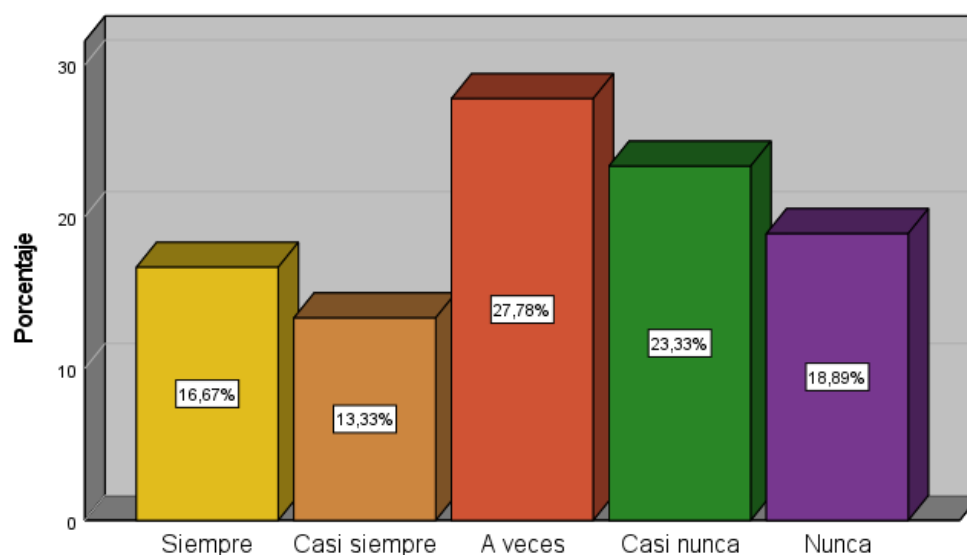
Descarga libros de la biblioteca digital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	15	16,7	16,7	16,7
	Casi siempre	12	13,3	13,3	30,0
	A veces	25	27,8	27,8	57,8
	Casi nunca	21	23,3	23,3	81,1
	Nunca	17	18,9	18,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 20

Descarga libros de la biblioteca digital



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 27,8% de estudiantes encuestados indica que a veces descarga libros virtuales que sean de su agrado o interés. Asimismo, el 16,7% sostiene que siempre descarga y en la misma línea, el 13,3% casi siempre realiza dicha práctica. Por el contrario, existe un 23,3% que afirma que casi nunca lo hace; anudado a ello, el 18,9% nunca descarga de la biblioteca digital.

Pregunta 21: Veo videos educativos de distintas materias en Youtube o Tik Tok para la resolución de tareas

Tabla 21

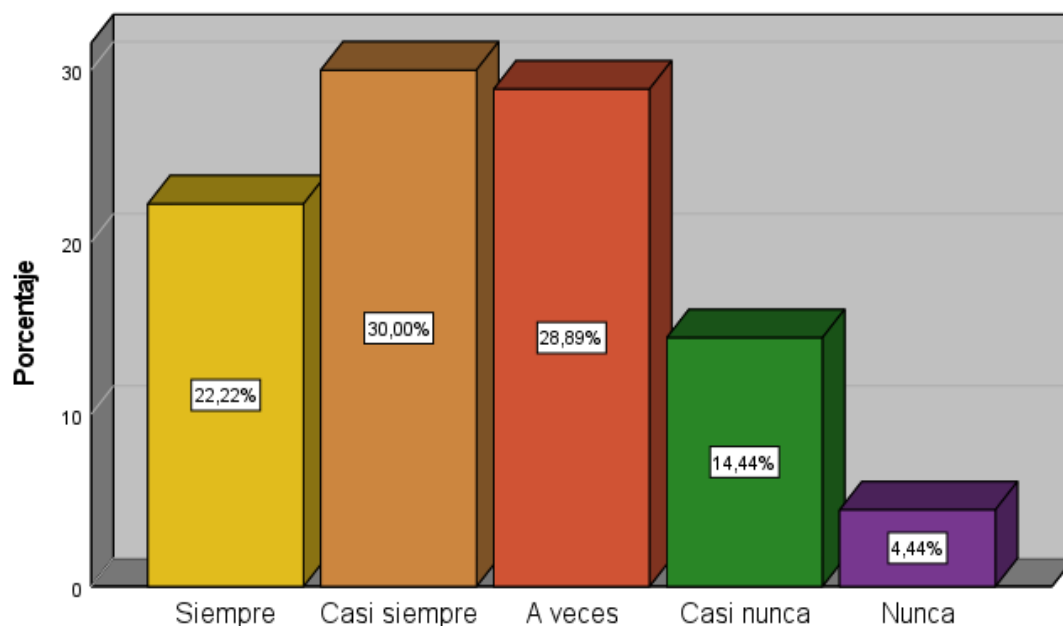
Veo videos educativos en distintas plataformas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	22,2	22,2	22,2
	Casi siempre	27	30,0	30,0	52,2
	A veces	26	28,9	28,9	81,1
	Casi nunca	13	14,4	14,4	95,6
	Nunca	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 21

Veo videos educativos en distintas plataformas



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 30,0% de estudiantes encuestados afirma que casi siempre se apoya de videos educativos en distintas plataformas como Youtube y/o Tik Tok para sus actividades escolares. Asimismo, el 28,9% realiza a veces la misma practica aprovechando el uso de la red y el 22,2% lo hace siempre. No obstante, el 14,4% sostiene que casi nunca hace uso de estas plataformas para acceder a videos educativos. De igual forma, el 4,4% nunca lo hace.

Pregunta 22: Ingreso a Facebook, Instagram, Tik Tok y/o Discord

Tabla 22

Ingreso a diversas redes sociales

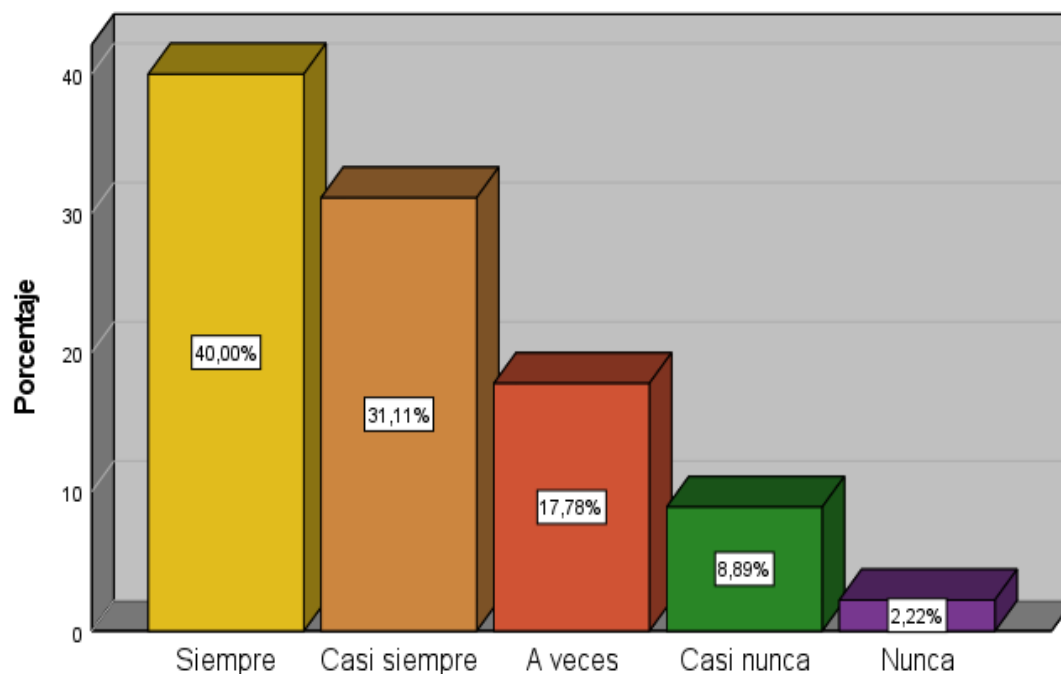
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	36	40,0	40,0	40,0
	Casi siempre	28	31,1	31,1	71,1
	A veces	16	17,8	17,8	88,9
	Casi nunca	8	8,9	8,9	97,8
	Nunca	2	2,2	2,2	100,0

Total 90 100,0 100,0

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 22

Ingreso a diversas redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 40,0% de los estudiantes encuestados afirma que siempre accede a diversas redes sociales; anudado a ello, el 31,1% accede a ellas casi siempre. Sin embargo, el 17,8% accede a estas plataformas a veces, el 8,9% casi nunca lo hace y el 2,2% nunca accede.

Pregunta 23: Veo videos en Youtube

Tabla 23

Videos en YouTube

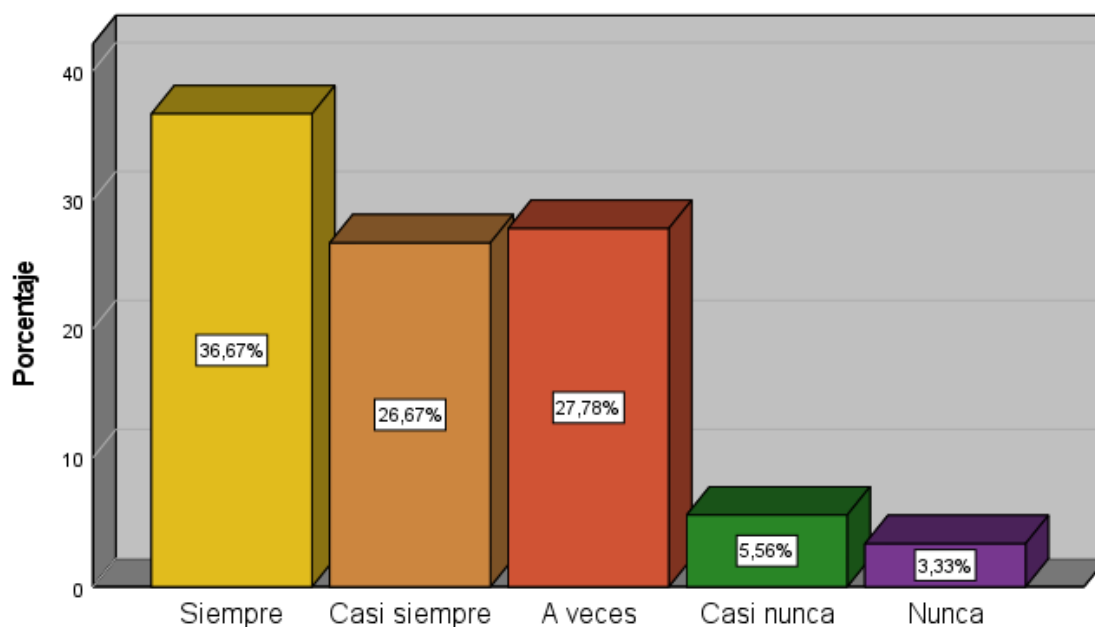
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	33	36,7	36,7	36,7
	Casi siempre	24	26,7	26,7	63,3
	A veces	25	27,8	27,8	91,1
	Casi nunca	5	5,6	5,6	96,7

Nunca	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 23

Videos en YouTube



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 36,7% de estudiantes encuestados afirma que ve videos de Youtube en sus momentos de ocio cuando accede a la red. Asimismo, el 26,7% lo hace casi siempre. Aunque existe un 27,8% que ve videos a veces, luego, esto se reduce a un 5,6% que casi nunca ve videos o no tiene acceso a la red, al igual que, el 3,3% que nunca lo hace.

Pregunta 24: Reviso redes sociales de usuarios de mi interés

Tabla 24

Reviso redes sociales de otros usuarios

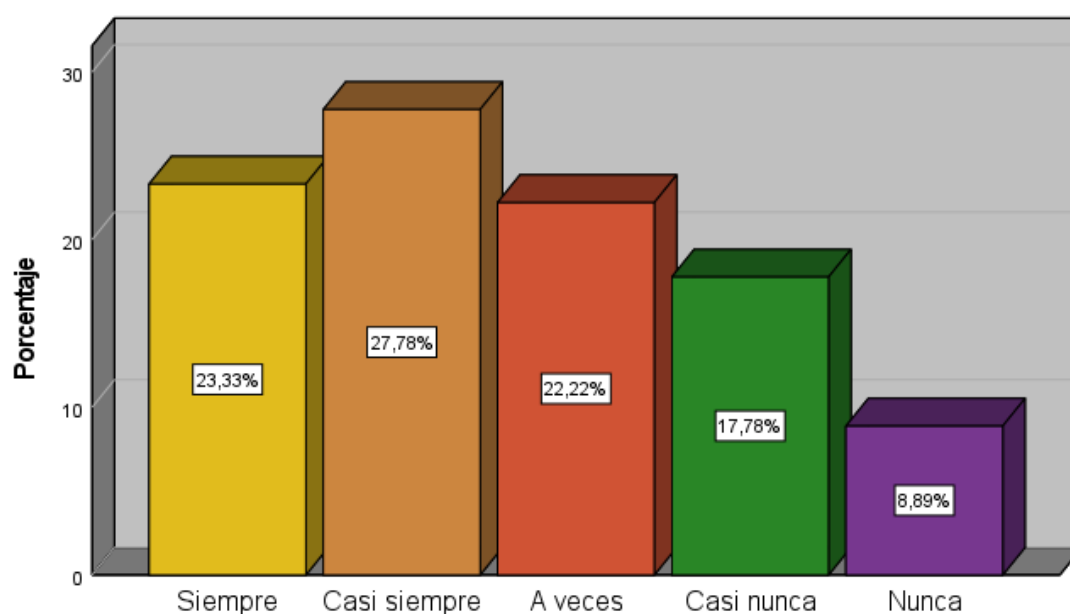
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	21	23,3	23,3	23,3
	Casi siempre	25	27,8	27,8	51,1

A veces	20	22,2	22,2	73,3
Casi nunca	16	17,8	17,8	91,1
Nunca	8	8,9	8,9	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 24

Reviso redes sociales de otros usuarios

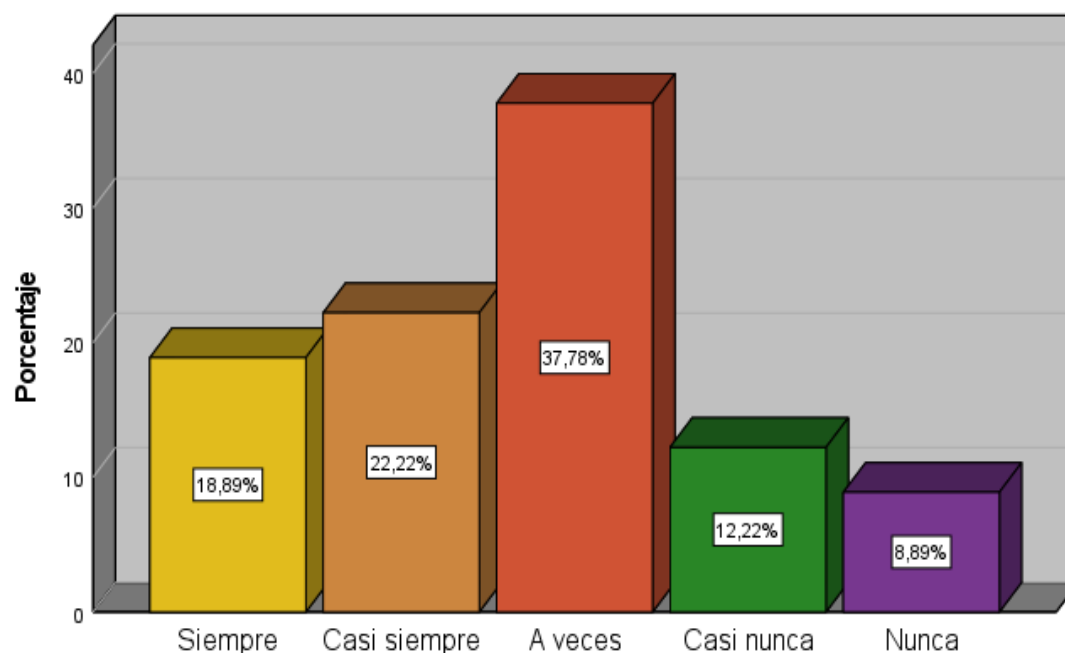


Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 27,8% de los estudiantes encuestados afirma que casi siempre, que accede a la red, revisa las redes sociales de usuarios de su interés, el 23,3% hace, siempre, la misma práctica. No obstante, el 22,2% sostiene que lo hace a veces, quizá porque prefiere hacer otra actividad cuando tiene acceso a la red; anudado a ello, el 17,8% casi nunca revisa la redes otros usuarios, al igual que, el 8,9% que nunca lo hace.

Pregunta 25: Actualizo constantemente mi red social**Tabla 25***Actualizo mi red social*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	17	18,9	18,9	18,9
	Casi siempre	20	21,1	21,1	41,1
	A veces	34	37,8	37,8	78,9
	Casi nunca	11	12,2	12,2	91,1
	Nunca	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

*Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27***Figura 25***Actualizo mi red social**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: El 37,8% de estudiantes encuestados afirman que a veces actualizan la información en sus redes sociales. Al mismo tiempo, el 12,2% indica que casi nunca lo hace,

al igual que, el 8,9% que está seguro que nunca lo actualiza. Por el contrario, existe un 22,2% de estudiantes que indica que casi siempre actualiza su información, asimismo, el 18,9% siempre está pendiente de actualizar sus datos.

Pregunta 26: Veo o escucho noticias y/o deportes a través de Internet

Tabla 26

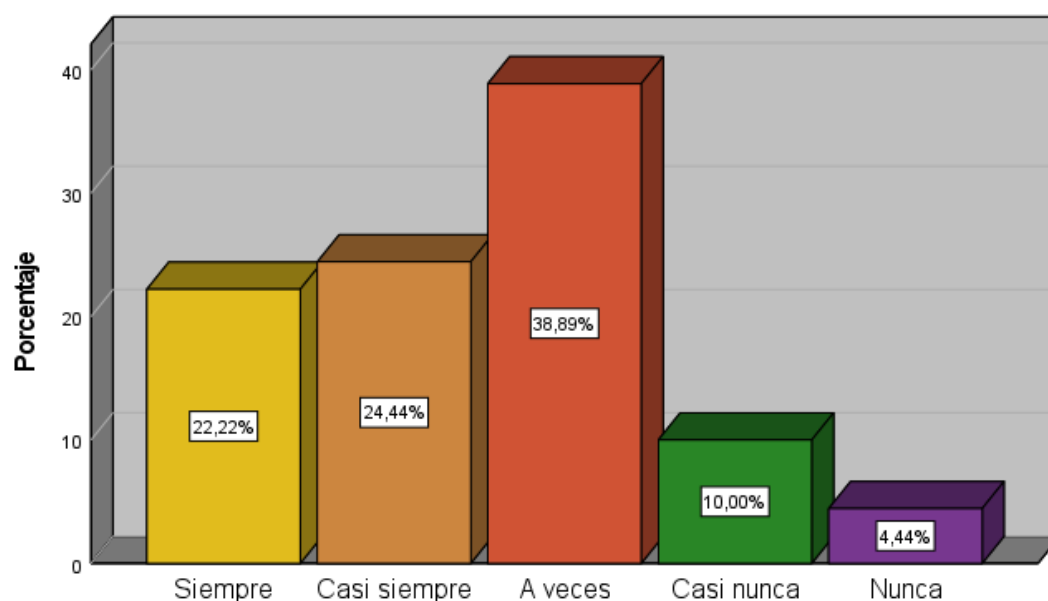
Me informo de noticias y/o deportes en Internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	20	22,2	22,2	22,2
	Casi siempre	22	24,4	24,4	46,7
	A veces	35	38,9	38,9	85,6
	Casi nunca	9	10,0	10,0	95,6
	Nunca	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 26

Me informo de noticias y/o deportes en Internet



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 38,9% de estudiantes encuestados indica que a veces se informa de la coyuntura nacional o deportes cuando accede a la red. No obstante, un 24,4% se informa en noticias y deportes casi siempre en Internet y un 22.2% lo hace siempre. Por otra parte, un 10,0% casi nunca se informa por Internet y el 4,4% nunca lo hace.

Pregunta 27: ¿Con qué regularidad utilizas las redes sociales para obtener información sobre eventos escolares o actividades extracurriculares?

Tabla 27

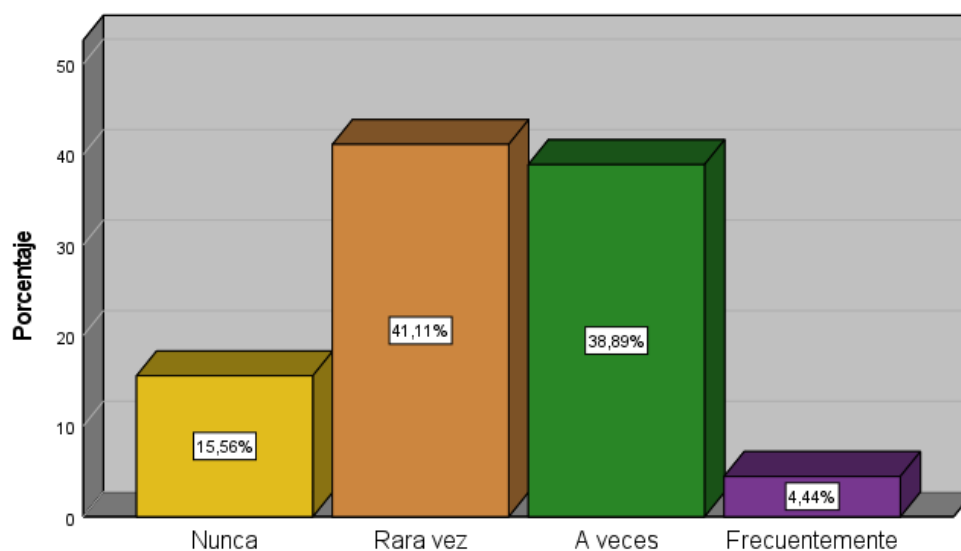
Me informo de eventos escolares a través de redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	15,6	15,6	15,6
	Rara vez	37	41,1	41,1	56,7
	A veces	35	38,9	38,9	95,6
	Frecuentemente	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 27

Me informo de eventos escolares a través de redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 41,1% de estudiantes encuestados sostiene que rara vez logra informarse de los eventos escolares o actividades extracurriculares mediante las redes sociales. Por el contrario, existe un 38,9% que logra informarse a veces. Por otra parte, el 15,6% afirma que nunca se entera de alguna actividad a través de las redes. Finalmente, una mínima parte, 4,4%, lo logra hacer frecuentemente. Cabe recalcar, que entre las opciones se consideró “siempre”, sin embargo, ningún estudiante lo tomó en cuenta, lo que se entiende que no siempre se informan de actividades escolares mediante las redes sociales.

Pregunta 28: ¿Con qué regularidad utilizas las redes sociales para compartir información útil o interesante con tus compañeros de clase?

Tabla 28

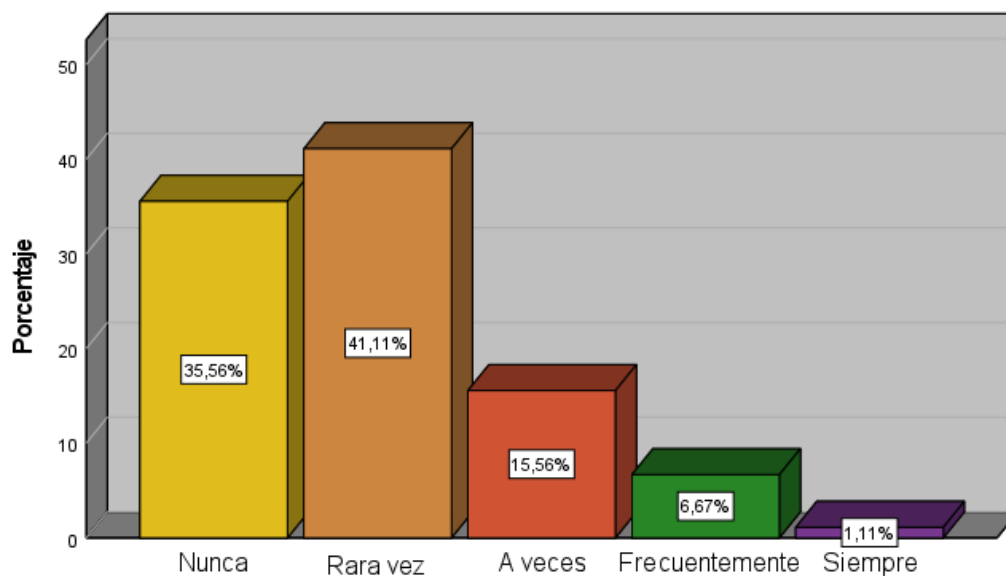
Comparto información útil en redes sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	32	35,6	35,6	35,6
	Rara vez	37	41,1	41,1	76,7
	A veces	14	15,6	15,6	92,2
	Frecuentemente	6	6,7	6,7	98,9
	Siempre	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 28

Comparto información útil en de redes sociales



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 41,1% de estudiantes encuestados sostiene que rara vez comparte información útil con sus compañeros a través de las redes sociales. Asimismo, el 35,6% afirma que nunca lo hace. Sin embargo, una pequeña parte, 15,6%, comparte información a veces. Finalmente, solo el 6,7% comparte frecuentemente y solo el 1,1% lo hace siempre.

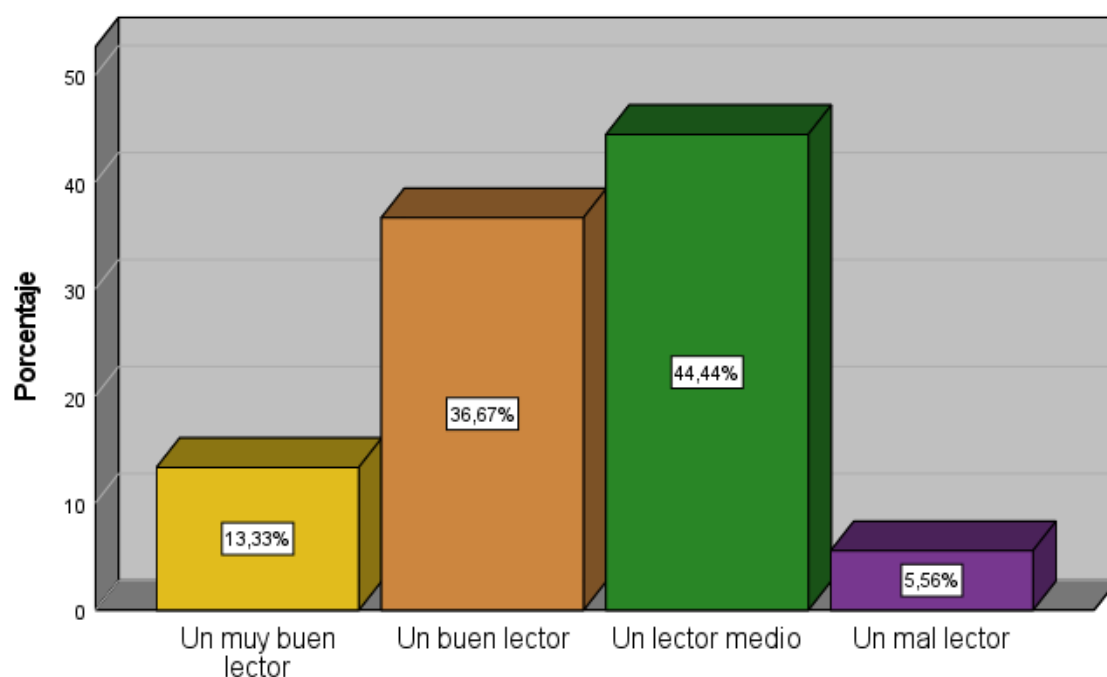
Pregunta 29: Mis amigos creen que yo soy...

Tabla 29

Creer que soy

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Un muy buen lector	12	13,3	13,3	13,3
	Un buen lector	33	36,7	36,7	50,0
	Un lector medio	40	44,4	44,4	94,4
	Un mal lector	5	5,6	5,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 29*Creer que soy**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: El 44,4% de estudiantes encuestados aseguran que sus compañeros los consideran lectores medios; asimismo, otro 36,7% creen que sus pares los consideran buenos lectores. Sin embargo, el 13,3% tienen la percepción de que sus amigos los creen muy buenos y solo el 5,6% creen que los consideran malos lectores.

Pregunta 30: Yo leo...**Tabla 30***Yo leo*

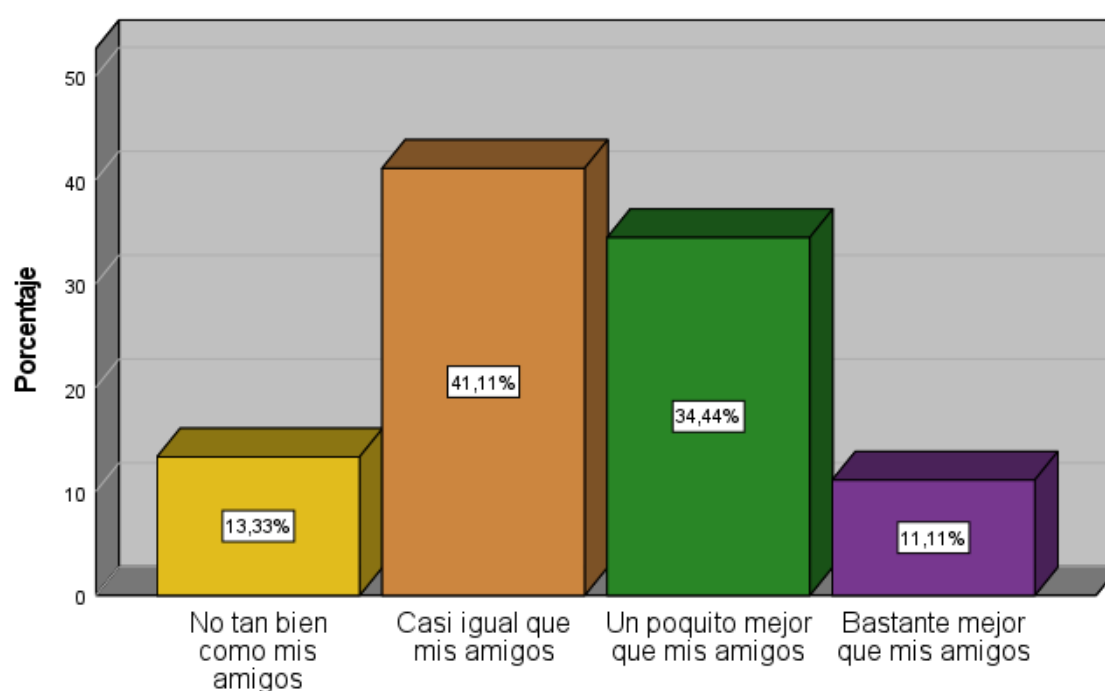
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No tan bien como mis amigos	12	13,3	13,3	13,3
	Casi igual que mis amigos	37	41,1	41,1	54,4

Un poquito mejor que mis amigos	31	34,4	34,4	88,9
Bastante mejor que mis amigos	10	11,1	11,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 30

Yo leo



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 41,1% de estudiantes perciben que leen casi igual que sus amigos; sin embargo, el 34,4% tiene otra percepción, pues considera, que lo hace un poquito mejor. Por otra parte, el 13,3% asegura que no lee tan bien como sus pares. Cabe recalcar, que un 11,1% está seguro de sí mismo e indica que lo hacen bastante mejor que el resto.

Pregunta 31: Mis compañeros piensan que leer es...

Tabla 31

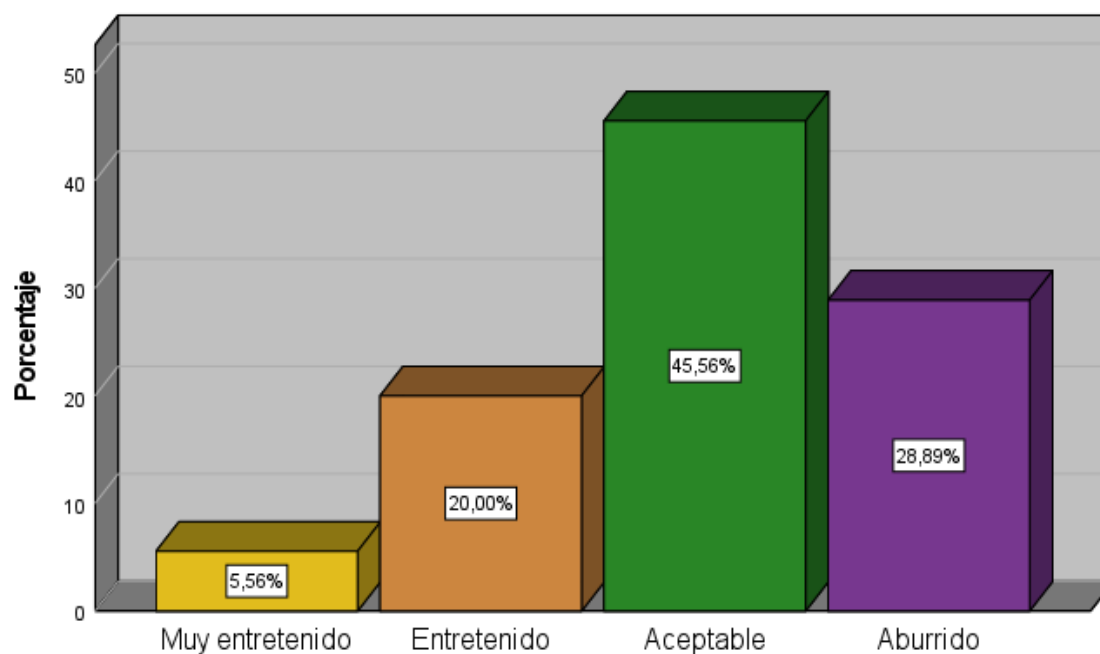
El resto piensa que leer es

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy entretenido	5	5,6	5,6	5,6
	Entretenido	18	20,0	20,0	25,6
	Aceptable	41	45,6	45,6	71,1
	Aburrido	26	28,9	28,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 31

El resto piensa que leer es

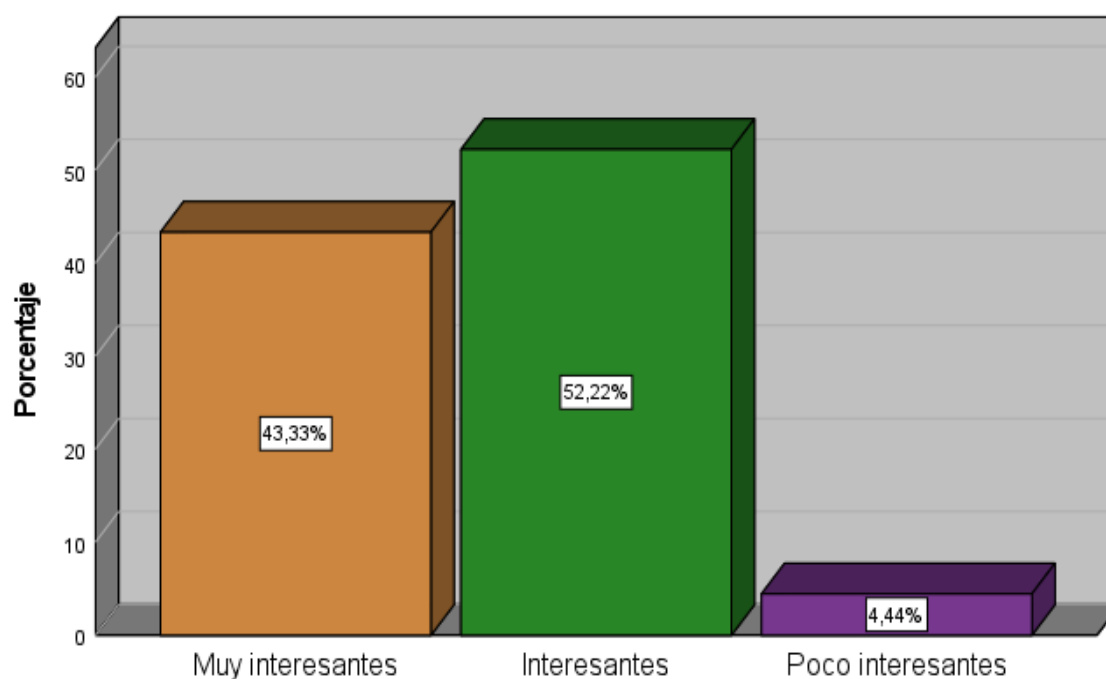


Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 45,6% de encuestados piensan que leer es aceptable y el 20,0% lo considera entretenido. Sin embargo, el 28,9% le parece que leer es aburrido y solo el 5,6% cree que leer es muy entretenido.

Pregunta 32: Las personas que leen mucho son...**Tabla 32***Las personas que leen*

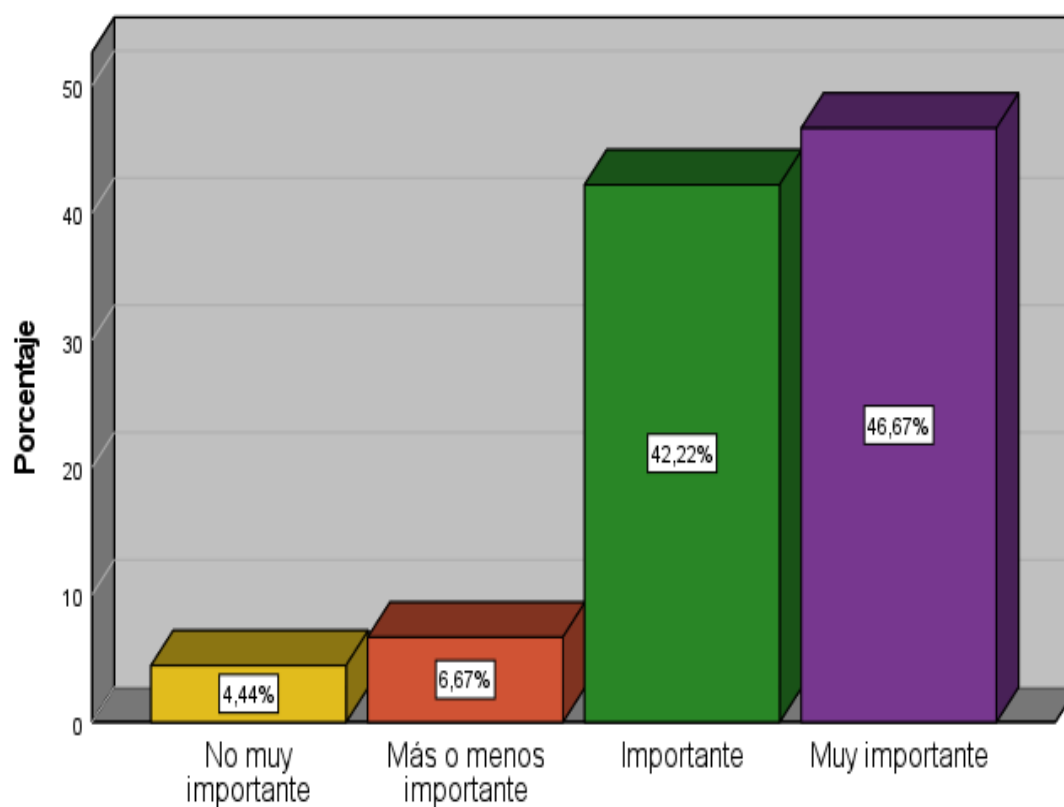
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy interesantes	39	43,3	43,3	43,3
	Interesantes	47	52,2	52,2	95,6
	Poco interesantes	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

*Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27***Figura 32***Las personas que leen**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: El 52,2% considera que las personas que leen mucho son interesantes y otro 43,3% las considera muy interesantes. Por otra parte, solo el 4,4% creen que los que leen mucho son poco interesantes. Aunque se consideró el ítem “aburrido” ningún estudiante lo tomó en cuenta.

Pregunta 33: Saber leer bien es...**Tabla 33***Saber leer bien*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No muy importante	4	4,4	4,4	4,4
	Más o menos importante	6	6,7	6,7	11,1
	Importante	38	42,2	42,2	53,3
	Muy importante	42	46,7	46,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

*Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27***Figura 33***Saber leer bien**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: Se destaca que el 46,7% de estudiantes considere que saber leer bien es muy importante y que el 42,2% lo perciba importante. No obstante, el 6,67% cree que leer bien es más o menos importante y el 4,4% no muy importante.

Pregunta 34: Leer es...

Tabla 34

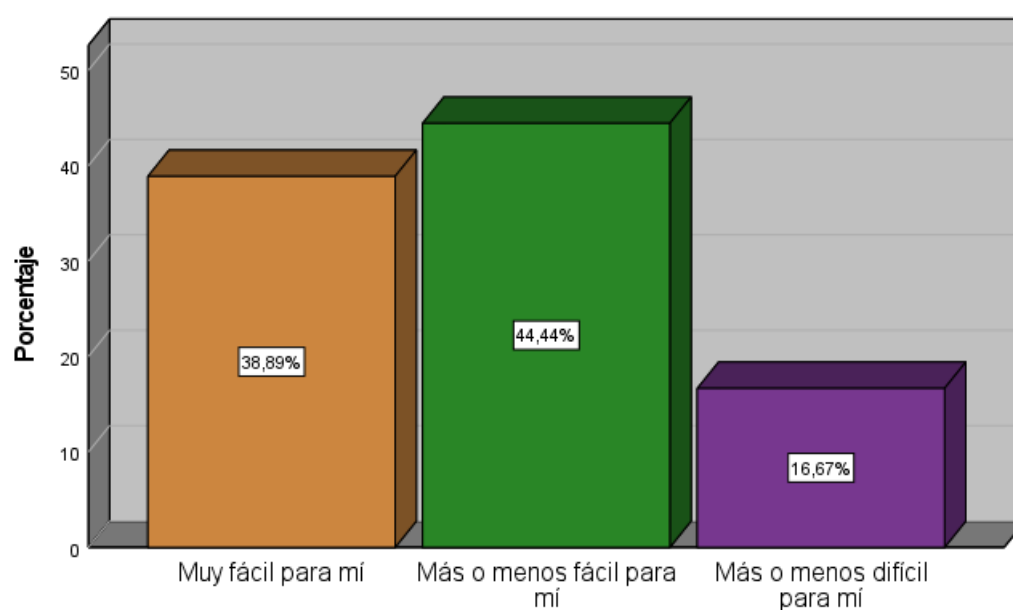
Leer es

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy fácil para mí	35	38,9	38,9	38,9
	Más o menos fácil para mí	40	44,4	44,4	83,3
	Más o menos difícil para mí	15	16,7	16,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 34

Leer es



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 44,4% de estudiantes considera que para ellos leer es más o menos fácil; sin embargo, el 38,9% lo percibe como muy fácil. Por otra parte, el 16,7% siente que leer es más o menos difícil, pero es alentador saber que nadie lo considera muy difícil.

Pregunta 35: Yo le cuento a mis amigos sobre los buenos libros para leer

Tabla 35

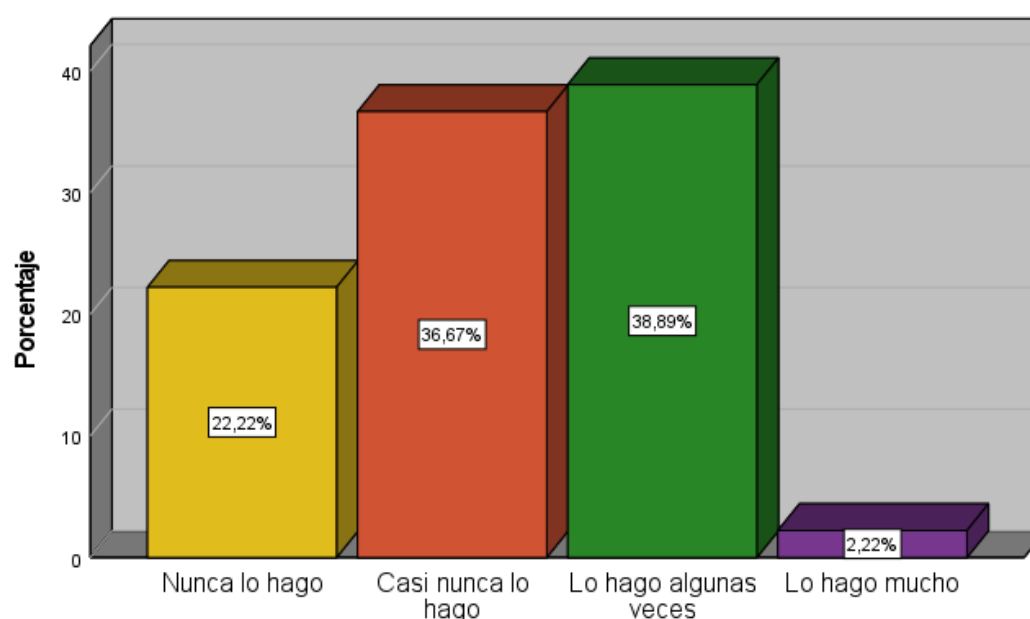
Hablo sobre los buenos libros para leer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca lo hago	20	22,2	22,2	22,2
	Casi nunca lo hago	33	36,7	36,7	58,9
	Lo hago algunas veces	35	38,9	38,9	97,8
	Lo hago mucho	2	2,2	2,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 35

Hablo sobre los buenos libros para leer



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 38,9% de estudiantes algunas veces habla sobre los buenos libros para leer; por otra parte, el 36,7% afirma que casi nunca lo hace y el 22,2% nunca habla de libros. Sin embargo, existe un porcentaje reducido de 2,2% que habla mucho de los buenos libros para leer.

Pregunta 36: Cuando leo solo, comprendo...

Tabla 36

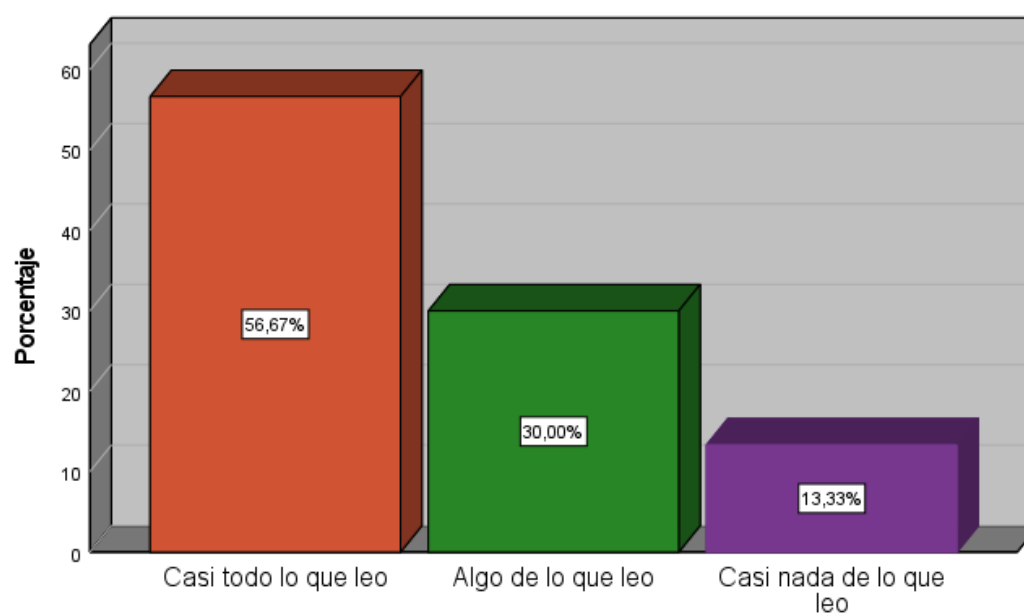
Comprendo cuando leo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi todo lo que leo	51	56,7	56,7	56,7
	Algo de lo que leo	27	30,0	30,0	86,7
	Casi nada de lo que leo	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 36

Comprendo cuando leo



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: Es alentador percibir que el 56,7% de estudiantes encuestados comprenden casi todo de lo que leen. En comparación del 30,0% que asegura que comprende algo de lo que lee. Finalmente, en un extremo distinto está el 13,3% que no comprende casi nada de lo que lee. Cabe resaltar, que nadie consideró el no comprender nada de lo que lee, aunque haya estado entre las opciones.

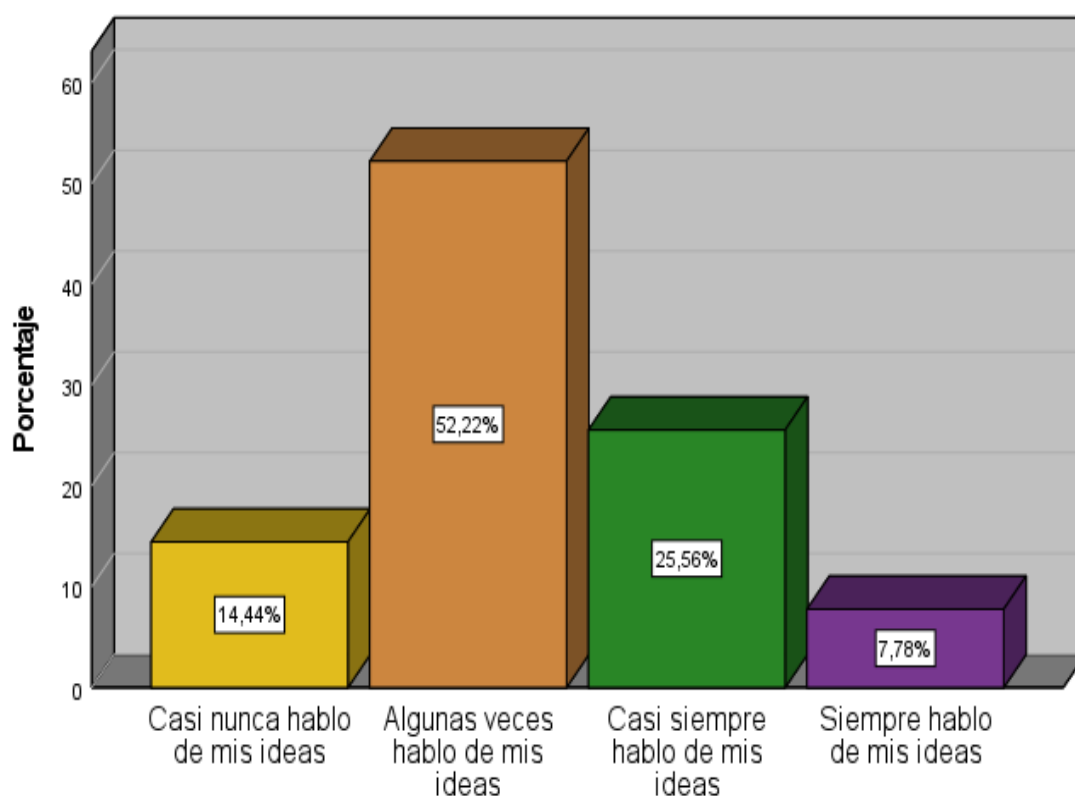
Pregunta 37: Cuando estoy en un grupo contando historias

Tabla 37

Cuando estoy contando historias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca hablo de mis ideas	13	14,4	14,4	14,4
	Algunas veces hablo de mis ideas	47	52,2	52,2	66,7
	Casi siempre hablo de mis ideas	23	25,6	25,6	92,2
	Siempre hablo de mis ideas	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 37*Cuando estoy contando historias**Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27*

Interpretación: El 52,2% de estudiantes encuestados aseguran que cuando están en grupo contando historias, solo algunas veces hablan de sus ideas. De ese modo, el 25,6% expresa que casi siempre lo hace; así como, el 7,8% afirman que siempre hablan de sus ideas cuando están en grupo contando historias. Por el contrario, el 14,4% indica que casi nunca lo hace.

Pregunta 38: Me gustaría que el profesor nos leyera libros en voz alta en clase

Tabla 38*Lectura en voz alta en el aula*

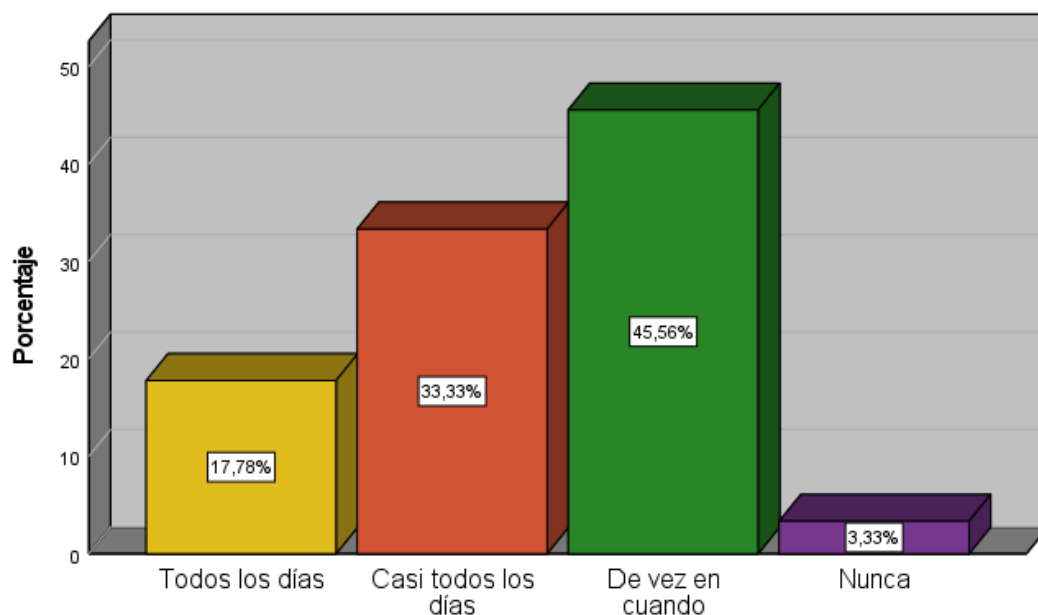
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Todos los días	16	17,8	17,8	17,8
	Casi todos los días	30	33,3	33,3	51,1

De vez en cuando	41	45,6	45,6	96,7
Nunca	3	3,3	3,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 38

Lectura en voz alta en el aula



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 45,6% de estudiantes encuestados desean que sus maestros, de vez en cuando, les leyeran libros en voz alta durante la clase. De igual forma, el 33,3% quieren que casi todos los días haya lectura en voz alta durante la hora de clase y el 17,8% tiene interés en que esta práctica se realice todos los días. Sin embargo, el 3,3% no le gustaría nunca las lecturas en voz alta.

Pregunta 39: Yo creo que las bibliotecas son...

Tabla 39

Las bibliotecas son

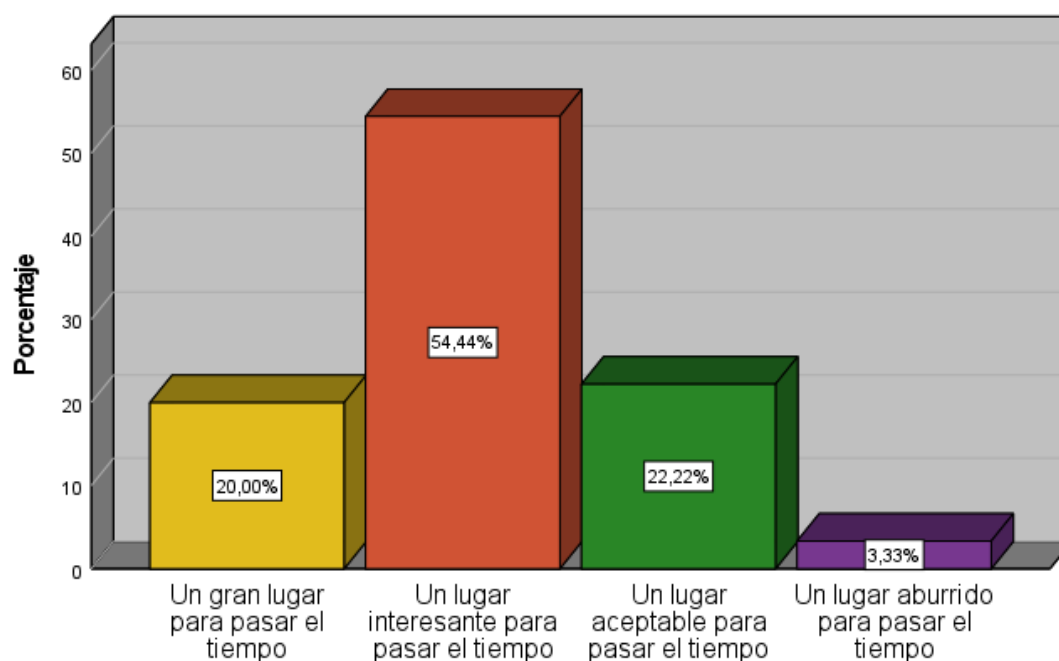
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Un lugar para pasar el tiempo	18	20,0	20,0	20,0
	Un lugar interesante para pasar el tiempo	49	54,4	54,4	74,4
	Un lugar aceptable para pasar el tiempo	20	22,2	22,2	96,7
	Un lugar aburrido para pasar el tiempo	3	3,3	3,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 39

Las bibliotecas son



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 54,4% de estudiantes encuestados asegura que las bibliotecas con un lugar interesante para pasar el tiempo; de igual forma, piensa el 22,2% y 20,0% que las considera como lugares aceptables y un gran lugar para pasar el tiempo, respectivamente. Sin embargo, el 3,3% las percibe como lugares aburridos.

Pregunta 40: Cuando el profesor me pregunta sobre lo que yo he leído

Tabla 40

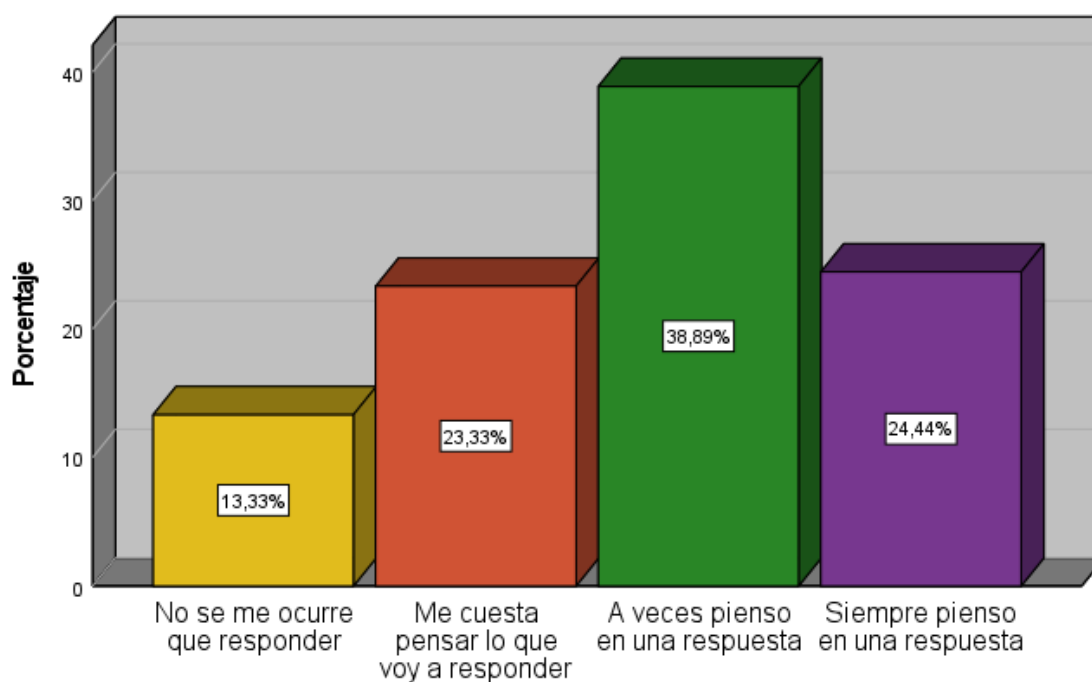
El docente pregunta acerca de lo que leí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No se me ocurre que responder	12	13,3	13,3	13,3
	Me cuesta pensar lo que voy a responder	21	23,3	23,3	36,7
	A veces pienso en una respuesta	35	38,9	38,9	75,6
	Siempre pienso en una respuesta	22	24,4	24,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 40

El docente pregunta acerca de lo que leí



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 38,9% de estudiantes encuestado afirma que a veces piensa en lo que va a responder cuando se le pregunta de lo que ha leído. Asimismo, el 24,4% dice que siempre piensa en qué responder. Sin embargo, al 23,3% le cuesta pensar en una respuesta, pero al 13,3% no se le ocurre que decir.

Pregunta 41: ¿En qué medida sientes que la lectura de recursos bibliográficos mejora tu comprensión de los temas tratados en clase?

Tabla 41

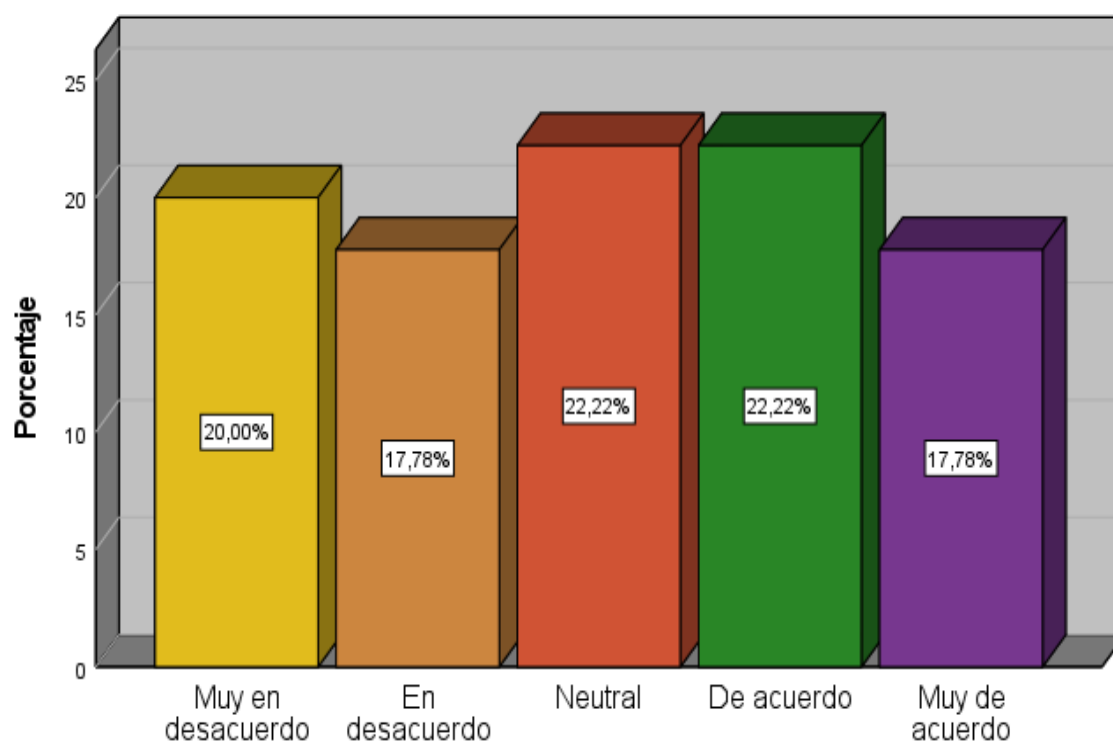
Recursos bibliográficos y su influencia en la comprensión lectora

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	18	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	16	17,8	17,8	37,8
	Neutral	20	22,2	22,2	60,0
	De acuerdo	20	22,2	22,2	82,2
	Muy de acuerdo	16	17,8	17,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 41

Recursos bibliográficos y su influencia en la comprensión lectora



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 22,2% de estudiantes encuestados se muestra neutral ante los recursos bibliográficos de los textos para comprenderlos mejor. Cabe recalcar que, el mismo porcentaje, 22,2%, considera que estos recursos mejoran su comprensión y el 17,8% asegura estar muy de acuerdo, en que los recursos bibliográficos, si los ayuda. Por el contrario, el 20,0% se muestra muy en desacuerdo y el 17,8% en desacuerdo.

Pregunta 42: Leer un libro es algo que a mí me gusta hacer

Tabla 42

Me gusta leer un libro

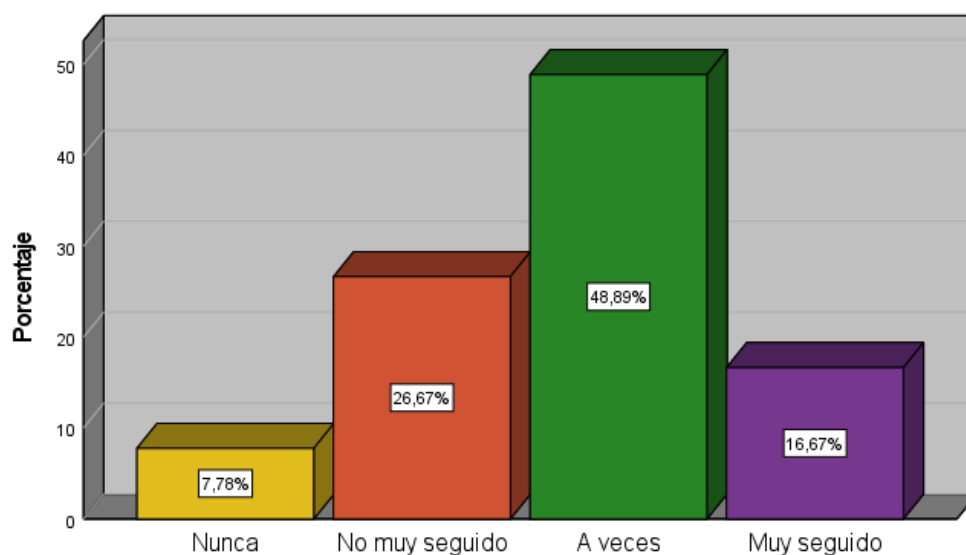
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	7,8	7,8	7,8
	No muy seguido	24	26,7	26,7	34,4

A veces	44	48,9	48,9	83,3
Muy seguido	15	16,7	16,7	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 42

Me gusta leer un libro



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 48,9% de estudiantes encuestados afirma que es algo que a veces le gusta hacer y el 26,7% no lo hace muy seguido. En la misma línea, se incluye el 7,8% pues sostienen que es una actividad que nunca les gusta practicar. Por otra parte, el 16,7% comenta que le gusta leer al menos muy seguido.

Pregunta 43: Creo que leer es...

Tabla 43

Leer es

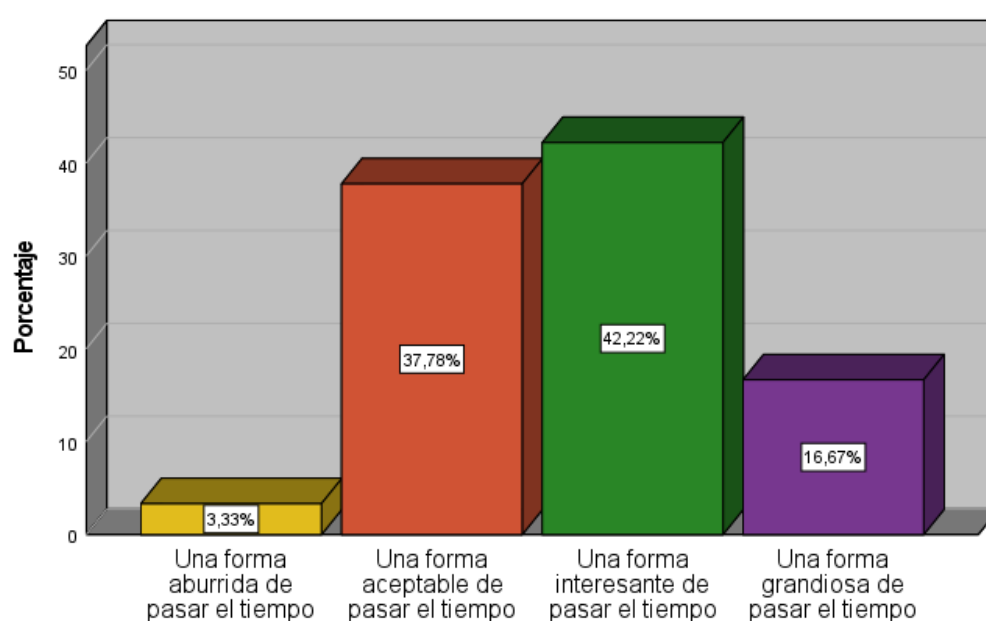
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Una forma aburrida de pasar el tiempo	3	3,3	3,3	3,3

Una forma aceptable de pasar el tiempo	34	37,8	37,8	41,1
Una forma interesante de pasar el tiempo	38	42,2	42,2	83,3
Una forma grandiosa de pasar el tiempo	15	16,7	16,7	100,0
Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 43

Leer es



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 42,2% de estudiantes encuestados asegura que leer es una forma interesante de pasar el tiempo y el 37,8% piensa similar, pues lo ve como una forma aceptable. En la misma línea, está el 16,7% que lo considera como una forma grandiosa de relajarse. Sin embargo, el 3,3% indica que leer es una forma aburrida de pasar el tiempo.

Pregunta 44: Cuando me regalan un libro, me siento...

Tabla 44

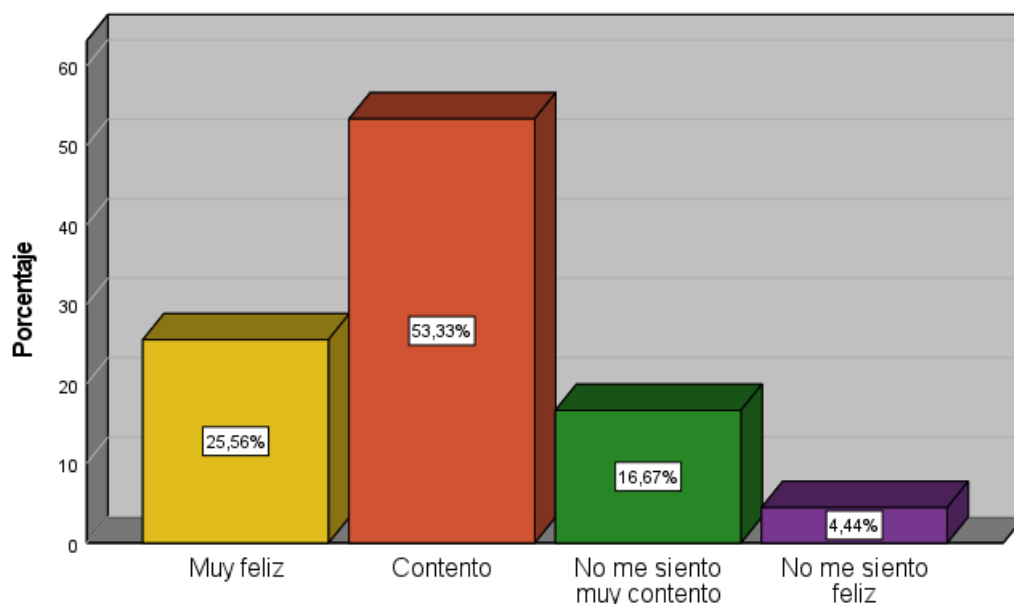
Cómo me siento cuando me regalan un libro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy feliz	23	25,6	25,6	25,6
	Contento	48	53,3	53,3	78,9
	No me siento muy contento	15	16,7	16,7	95,6
	No me siento feliz	4	4,4	4,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Figura 44

Como me siento cuando me regalan un libro



Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: El 53,3% de estudiantes encuestados se siente contento cuando le regalan un libro y el 25,6% se siente muy feliz. Sin embargo, el 16,7% no le sienta bien, indicando que no se siente muy contento. Finalmente, el 4,4% no se siente feliz con un libro de regalo.

En concordancia con lo expuesto previamente, se procedió al análisis de la correlación existente entre la Variable 1: Uso de las redes sociales y la Variable 2: Motivación por la lectura, además de las dimensiones de esta última. De este procesamiento estadístico se desprenden los siguientes resultados cuantitativos:

Tabla 45

Correlación del uso de las redes sociales y la motivación lectora

			Uso de las redes sociales	Motivación lectora
Rho de Spearman	Uso de las redes sociales	Coeficiente de correlación	1,000	-,041
		Sig. (bilateral)		,702
		N	90	90
	Motivación lectora	Coeficiente de correlación	-,041	1,000
		Sig. (bilateral)	,702	
		N	90	90

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De acuerdo con la interpretación de correlación de las dos variables, se tiene que el $p=0,702 > 0,005$ con lo que se confirma la hipótesis nula de investigación. En ese sentido, se evidencia que no existe una correlación entre el uso de las redes sociales y la motivación lectora, aunque esta no es significativa, no implica necesariamente la inexistencia de cualquier tipo de influencia entre ambas variables. Al mismo tiempo, se observa un coeficiente de relación -0,41, que de acuerdo con Hernández Sampieri y Mendoza (2018), presenta una correlación negativa muy débil. Es decir, existe una ligera inclinación a que, a medida que el uso de redes sociales aumenta o disminuye, la motivación por la lectura tienda a disminuir o aumentar, en una proporción mínima.

Tabla 46*Correlación del uso de las redes sociales y el autoconcepto lector*

		Uso de las redes sociales	Autoconcepto lector
Rho de Spearman	Uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,972
		N	90
	Autoconcepto lector	Coefficiente de correlación	,004
		Sig. (bilateral)	,972
		N	90

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: En concordancia a la tabla de correlación, se evidencia que el $p=0,972 > 0,005$, lo que confirma la hipótesis de la investigación; no obstante, existe una ausencia de correlación significativa. Asimismo, se muestra un coeficiente de relación ,004, que reverbera una correlación positiva débil, entre el uso de las redes sociales y el autoconcepto lector. Es decir, los datos sugieren que no existe una relación lineal consistente entre la frecuencia con la que estos estudiantes utilizan las redes sociales y la percepción que tienen de sí mismos como lectores; las variaciones en el uso de redes sociales no se asocian de manera discernible con cambios en su autoconcepto lector.

Tabla 47*Correlación del uso de las redes sociales y la valoración lectora*

		Uso de las redes sociales	Valoración lectora
Rho de Spearman	Uso de las redes sociales	Coefficiente de correlación	1,000
			-,037

	Sig. (bilateral)		,731
	N	90	90
	Coeficiente de correlación	-,037	1,000
Valoración lectora	Sig. (bilateral)	,731	
	N	90	90

Nota: Elaborado por Silva (2024) mediante SPSS v.27

Interpretación: De la tabla se desprende que, el $p=0,731 > 0,005$ confirma la hipótesis, sin embargo, existe una ausencia de correlación significativa. Por otra parte, se muestra un coeficiente de relación de -,037, lo que sugiere una correlación negativa muy débil entre la variable 1: Uso de las redes sociales y la dimensión 2: Valoración lectora. En este sentido, se observa una tendencia mínima, que a medida que el uso de las redes sociales incrementa, o disminuye, la valoración lectora, que los estudiantes otorgan a la lectura, tiende ligeramente a disminuir, o aumentar.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación examinó la relación entre el uso de las redes sociales y la motivación lectora entre estudiantes de tercer año de secundaria en un colegio público de Lima en 2024. En referencia a los mencionado, los resultados obtenidos arrojan una interacción compleja entre las dos variables, confirmando hallazgos previos y proporcionando información clave para comprender el fenómeno en el entorno estudiado.

De acuerdo con los objetivos específico se consideró determinar en qué medida el uso de las redes sociales se relaciona con el autoconcepto lector y el valor de la lectura de los estudiantes de 3ro de secundaria de un colegio público de Lima. En relación a ello, se estudió la teoría de la motivación humana o llamada también la Pirámide de Necesidades de Maslow (1943), en ella, el psicólogo estadounidense clasifica a las necesidades en cinco, al mismo tiempo, explica que cada una de las necesidades, mientras son cubiertas, se despierta la motivación por las siguientes, cabe destacar, que la lectura, o el interés por este, forma parte de la cúspide de la pirámide: Autorrealización.

En ese sentido, los resultados evidenciaron una correlación significativa entre el uso de las redes sociales y el autoconcepto lector en los estudiantes. Por un lado, el 48% de los adolescentes manifestó tener una percepción positiva de sí mismos como lectores, asociada al acceso a contenidos digitales vinculados a la literatura en plataformas como Facebook y TikTok. Este hallazgo coincide con los planteamientos de la teoría conectivista de Siemens (2004), donde la interacción en redes sociales facilita la construcción de identidades lectoras mediante la exposición a comunidades virtuales y recursos educativos. No obstante, el 52% restante mostró un autoconcepto lector bajo, relacionado con la preferencia por contenidos audiovisuales breves y el consumo pasivo de información, fenómeno reportado también por Jaramillo et al. (2023) en España, donde el exceso de estímulos digitales redujo la autoeficiencia lectora en adolescentes.

En concordancia, a nivel nacional los resultados contrastan con Lezama (2021), que identificó que el 52% de los adolescentes peruanos no había leído un libro completo en el último año, sugiriendo que el autoconcepto lector no siempre se traduce en hábitos consolidados. Sin embargo, se observa que el 63% de los estudiantes utilizaba redes sociales para compartir fragmentos literarios o recomendaciones de lectura, una dinámica similar a nivel internacional reportada por Melo y Franco (2023) en Colombia, donde la cocreación de materiales digitales fortaleció la identidad lectora. Esta dualidad refleja la influencia ambivalente de las redes: mientras facilitan la socialización de intereses lectores, también pueden distraer de prácticas sostenidas de lectura profunda.

En cuanto al segundo objetivo, el análisis reveló que el 57% de los estudiantes atribuyó un alto valor a la lectura como herramientas de aprendizaje, vinculado al uso de redes sociales para acceder a bibliotecas virtuales, artículos académicos y tutoriales educativos. Este hallazgo se alinea con la Política Nacional de Lectura del Perú (2018), que destaca el potencial de tecnologías para democratizar el acceso a recursos literarios y fomentar la valoración cultural de la lectura. Además, el 68% reconoció que plataformas como WhatsApp y YouTube les permitieron discutir textos escolares con compañeros, reforzando la noción de lectura como actividad colaborativa, tal como lo propone la teoría sociocultural de Vigotsky.

No obstante, el 43% restante asoció la lectura a una obligación académica, minimizando su valor personal. Este grupo dedicaba más de 3 horas diarias a las redes sociales, principalmente a consumo de entretenimiento, un patrón coincidente con el estudio a nivel nacional de Valencia (2022) en Barranca, donde el uso excesivo de TikTok y Facebook correlacionó con menor interés en actividades intelectuales. En otro momento, a nivel internacional, estos resultados divergen parcialmente de González-Coronel (2023) en Ecuador, quien halló que el 72% de los estudiantes valoraba la mediación pedagógica en el uso de redes sociales podría explicar las diferencias observadas.

Se puede inferir que, los hallazgos respaldan parcialmente los antecedentes internacionales. Por ejemplo, Cedeño y Jama (2023) identificaron que la motivación lectora en Ecuador dependía de la mediación docente, un factor menos relevante en este estudio, donde el 61% de los estudiantes afirmó automotivarse mediante redes sociales sin intervención de adultos. Asimismo, se corroboró el impacto negativo del uso no regulado de redes, reportado por Jaramillo et al. (2023), ya que el 35% de los estudiantes con más de 4 horas diarias en redes mostró menor valoración de la lectura.

Mientras tanto, en el contexto peruano, los resultados amplían la evidencia de Lezama (2021) y la Política Nacional de Lectura (2018), al demostrar que las redes sociales pueden mitigar la brecha de acceso a materiales de lectura, especialmente en zonas urbanas. Sin embargo, contrastan con Gonzáles (2023) en Tumbes, donde el 46% de los estudiantes tenía acceso limitado a internet, lo que subraya la heterogeneidad geográfica en la relación tecnología-lectura.

En resumen, esta investigación confirma que las redes sociales actúan como un catalizador dual: potencian el autoconcepto lector y el valor de la lectura mediante recursos digitales y colaboración, pero también generan riesgos de dispersión y superficialidad. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de políticas educativas que integran estratégicamente las redes sociales en los programas de fomento lector, tal como propone el Ministerio de Cultura (2022) con sus 49 iniciativas tecnológicas.

VI. CONCLUSIONES

Tras el análisis de los resultados, se presenta a continuación las conclusiones en función de los objetivos.

6.1 En cuanto al objetivo general, la investigación permitió determinar, a través del análisis de Spearman, que entre el uso de las redes sociales y la motivación lectora no existe una correlación significativa ($p=0,702$). Esto sugiere que, en el contexto específico de esta investigación, el uso de redes sociales no mostró una influencia directa en la motivación por la lectura de los estudiantes. Al mismo tiempo, se identificaron desafíos relacionados con la superficialidad de ciertos contenidos y la distracción que estas plataformas pueden generar. No obstante, se evidenció que las plataformas digitales, al ser espacios dinámicos y accesibles, fomentaron el interés por contenidos breves y visualmente atractivos, lo cual despertó curiosidad en los estudiantes hacia textos más extensos. En ese marco, las redes sociales demostraron ser un recurso potencial para fortalecer la motivación lectora cuando son empleadas estratégicamente integrando elementos interactivos y educativos.

6.2 En relación al primer objetivo específico, se examinó la relación entre el uso de las redes sociales y el autoconcepto lector de los estudiantes. En ese sentido, el análisis reveló que no se encontró una correlación significativa entre la primera variable y la segunda dimensión ($p=0,972$). Este hallazgo sugiere que la percepción que los estudiantes tienen de sí mismos como lectores no está linealmente relacionada con su uso de redes sociales. Sin embargo, se observó que esta relación dependía en gran medida del tipo de contenido consumido y del nivel de interacción activa con recursos educativos disponibles en redes.

6.3 Con respecto al segundo objetivo específico, se analizó la relación entre el uso de las redes sociales y la valoración de la lectura de los estudiantes. De ello se desprende que, no hubo una correlación significativa entre primera variable y la segunda dimensión ($p=0,731$). Esto implica que la valoración de la lectura por parte de los estudiantes no varió

de manera consistente con sus niveles de uso de redes sociales. En otras palabras, las plataformas funcionaron como canales para difundir recomendaciones literarias, reseñas y fragmentos atractivos que incentivaron a los jóvenes a explorar nuevas lecturas. No obstante, también se identificó una tendencia hacia la preferencia por contenidos efímeros o superficiales, lo cual subrayó la necesidad de orientar el uso de estas herramientas hacia prácticas más significativas y enriquecedoras.

6.4 En definitiva, los resultados obtenidos enfatizan sobre la relación de las redes sociales en la motivación por la lectura. Por un parte, estas plataformas actúan como catalizadores para despertar el interés lector y fortalecer habilidades relacionadas con la valoración y autopercepción lectora; por otra parte, presentan desafíos asociados al consumo superficial de contenido. Esto pone de manifiesto la necesidad de diseñar estrategias educativas que aprovechen el potencial positivo de las redes sociales mientras mitigan sus efectos negativos.

VII. RECOMENDACIONES

A partir de los hallazgos obtenidos en la presente investigación, se desprenden una serie de recomendaciones orientadas a fortalecer la motivación por la lectura en estudiantes de 3er año de secundaria, considerando la influencia del uso de redes sociales. Estas recomendaciones buscan ofrecer estrategias prácticas y pertinentes para la comunidad educativa, así como sugerir futuras líneas de investigación que profundicen en la comprensión de la dinámica entre el entorno digital y los hábitos lectores de los jóvenes.

7.1 En relación a la primera conclusión asociada al objetivo general, se recomienda diseñar e implementar estrategias pedagógicas que integren el uso de las redes sociales como herramientas para fomentar la motivación lectora. Es importante incluir en estas estrategias actividades que combinen elementos visuales, dinámicos y colaborativos, como clubes virtuales de lectura, retos literarios en redes sociales y el uso de plataformas digitales para compartir reseñas o fragmentos de libros. Al mismo tiempo, es vital capacitar a los docentes en el uso educativo de estas herramientas para maximizar su impacto positivo y minimizar distracciones o usos no relacionados con el aprendizaje.

7.2 Respecto a la segunda conclusión, en referencia al primero objetivo específico, se sugiere promover iniciativas que utilicen redes sociales para fortalecer la confianza de los estudiantes en sus habilidades lectoras. Por ejemplo, crear espacios virtuales donde los adolescentes compartan sus experiencias lectoras, reciban retroalimentación positiva y participen en actividades que refuercen su percepción como lectores competentes. Asimismo, es indispensable fomentar la participación activa en comunidades virtuales relacionadas con la lectura, lo cual puede incentivar a los estudiantes a desarrollar un autoconcepto lector más sólido.

7.3 Finalmente, en cuanto a la tercera conclusión vinculada al segundo objetivo específico, se considera que es de vital importancia emplear las redes sociales como canales

para resaltar la importancia de la valoración lectora. Esto puede lograrse mediante campañas digitales que desataquen los beneficios personales y académicos de la lectura, así como mediante la difusión de contenidos atractivos que presenten libros y autores relevantes para los intereses de los adolescentes. Además, es fundamental involucrar a las familias y a la comunidad educativa en estas iniciativas, promoviendo una cultura lectora tanto dentro como fuera del entorno escolar.

VIII. REFERENCIAS

- Alvarez Trujillo, C. L. (2021). Motivación lectora en el comportamiento lector en estudiantes de colegios de educación básica regular, El Porvenir. [Tesis doctoral]. Repositorio Institucional - UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/70175>
- Antonio, A., Zegarra, S., Marile, J., Guerrero, G., Silva, L. M., María, A., Montoya, M., Asiel, S., y Inchuña, L. (2021). *Los proyectos de fomento de lectura y escritura*. Perulee.pe. <https://perulee.pe/sites/default/files/Los%20proyectos%20de%20fomento%20de%20lectura%20y%20escritura.%20Informe%20de%20su%20estado%20en%20el%202020.pdf>
- Aulestia Gavilanes, L. C. (2018). Elaboración de un libro ilustrado sobre formas tradicionales de celebrar tres festividades internacionales en diferentes países del mundo y en el Ecuador. [Tesis de licenciatura], Quito: Universidad de las Américas, 2018]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/10148>
- Calizaya Cabrera, J. K. (2023). Nivel de adicción a internet en alumnos de primero y segundo de secundaria en la Institución Educativa Modelo San Antonio. Moquegua-2020. [Tesis de licenciatura] Universidad José Carlos Mariátegui. <https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1918>
- Carrera, B., y Mazzarella, C. (2001). Vygotsky: enfoque sociocultural. *Educere*, 5(13), 41-44. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35601309>
- Cedeño, D. y Jama, V. (2023). La motivación en la lectura para el desarrollo de la creatividad en niños de básica elemental. *Revista Universidad de Guayaquil*. 136(1), 71-80. <https://doi.org/10.53591/rug.v136i1.1902>

- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.
- Dogliotti, C., González-Insua, F., Botero, C., y Delfino, G. (2020). Uso y frecuencia de conexión a internet y bienestar subjetivo en jóvenes argentinos. *PSICOLOGÍA UNEMI*, 4(7), 74-87. <https://doi.org/10.29076/issn.2602-8379vol4iss7.2020pp74-87p>
- Fabiana, E. F., y Intriago, J. O. V. I. J. O. V. (2022). La motivación en el aprendizaje de la lectura en los estudiantes. *Revista EDUCARE - UPEL-IPB - Segunda Nueva Etapa* 2.0, 26 (Extraordinario), 476-493.
<https://doi.org/10.46498/reduipb.v26iExtraordinario.1641>
- Flores Hernández, C. V. (2023). Las adolescencias y la lectura: Un estudio de los hábitos lectores de adolescentes de 4to y 5to de secundaria de un colegio privado en Lima.
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/24600>
- Fuster-Gullén, D., Serrato-Cherres, A., Gonzales, R., Goicochea, N., y Guillén, P. (2020). Uso de redes sociales en el desarrollo de estrategias de lectura crítica hipertextual en estudiantes universitarios. *Propósitos y Representaciones*, 8(1), e432. doi:
<http://dx.doi.org/10.20511/pyr2020.v8n1.432>
- García, A. (2021). Redes sociales y divulgación científica. *Revista de Comunicación*, 20(1), 30-45. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-93542014000100001
- García-Ruiz, R., Morueta, R. T., y Gómez, A. H. (2018). Redes sociales y estudiantes: motivos de uso y gratificaciones. Evidencias para el aprendizaje. *Aula Abierta*, 47(3), 291-298. <https://doi.org/10.17811/rifie.47.3.2018.291-298>
- González Calero, L. G. (2023). Adicción a redes sociales y habilidades sociales en estudiantes de secundaria de instituciones educativas del barrio San José, Tumbes –

Perú, 2021. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional de Tumbes.

<https://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/64265>

González - Coronel, K. (2023). Uso de las redes sociales y su influencia en el desarrollo educativo. *Ciencia Latina Internacional*, 7(4), 579 – 593.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.6897

Guthrie, J. T., Wigfield, A., y VonSecker, C. (2000). Effects of integrated instruction on motivation and strategy use in reading. *Journal of Educational Psychology*, 92(2), 331-341.

https://web.pdx.edu/~mccunee/quant_621/PSY%20624/5%20Exploring%20Quasi-experiments/Guthrie%20et%20al.pdf

Gutiérrez, L. (2012). Conectivismo como teoría de aprendizaje: conceptos, ideas y posibles limitaciones. *Revista educación y tecnología*, (1), 111-122.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4169414>

Hernández, R., Fernándezm C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación (Sexta edición)*. McGraw-Hill Education

Hernández Sampieri, R., y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (First edition). McGraw-Hill Education.

Jaramillo Zapata, M., García Arboleda, S., y Cardona Córdoba, A. (2023). *Uso de redes sociales y su influencia a nivel emocional en adolescentes*.

<https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3325>

Lezama, M. E. B. (2021). *La comprensión lectora en escolares peruanos Importancia de la lectura en la escolaridad y la vida cotidiana*. Blog USIL.

<https://blogs.usil.edu.pe/facultad-educacion/educacion/la-comprension-lectora-en-escolares-peruanos-importancia-de-la-lectura-en-la-escolaridad-y-la-vida-cotidiana>

- Marcelo-Martínez, P., Yot-Domínguez, C., y Marcelo, C. (2023). Los docentes y las redes sociales: Usos y motivaciones. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, 23(72).
<https://doi.org/10.6018/red.523561>
- Melo, C. y Franco, D. (2023). Modelo para fomentar el hábito lector en primaria a partir de la cocreación. *Hallazgos*, 20(39), 30 – 53. <https://doi.org/10.15332/2422409X.8080>
- Ministerio de Cultura. (2018). *Política nacional de la lectura, el libro y las bibliotecas*. Perú
 Lee Centro de recursos para el fomento del libro, la lectura y la escritura. Recuperado el 14 de setiembre de 2024, de <https://perulee.pe/politica-nacional-de-lectura-el-libro-y-las-bibliotecas>
- Morales, D. (2023). *Acceso móvil a las redes sociales en el rol de padres y su impacto en la crianza y la relación con sus hijos - ProQuest*. (s. f.).
<https://www.proquest.com/openview/463fb96191ed0d4bcd44de71bd2360b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Munita, F., León Zuluaga, K., Munita, F., & León Zuluaga, K. (2023). Incidencia de una intervención educativa en la motivación a la lectura de estudiantes vulnerables. *Actualidades Investigativas en Educación*, 23(1), 166-198.
<https://doi.org/10.15517/aie.v23i1.51419>
- Muñoz, H. (2004). El presupuesto en un protocolo de investigación. *Revista Salud Pública y Nutrición*. Número especial. <http://www.respyn.uanl.mx/especiales/ee-8-2004/05.pdf>
- Navarro, M., Orellana, P. y Baldwin, P. (2018). Validación de la Escala de Motivación Lectora en Estudiantes Chilenos de Enseñanza Básica. *Psykhé (Santiago)*, 27(1), 1-17.
<https://doi.org/10.7764/psykhe.27.1.1078>
- Ñaupas, H.; Valdivia, M.; Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación Cuantitativa – Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U, 3era edición.
 ISBN. 978-958-762-876-0

- Orellana Marcial, L. M. (2012). *Uso de internet por jóvenes universitarios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional Federico Villarreal*. [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
<https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2555>
- Pérez, L. (2019). Desafíos de la lectura en la era digital. *Cuadernos de Información*, 45, 127-142. <https://www.scielo.org.mx/pdf/sine/n40/n40a9.pdf>
- Rodriguez, C. M., y Aldana, D. A. F. (2023). Modelo para fomentar el hábito lector en primaria a partir de la cocreación. *Hallazgos*, 20(39).
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/hallazgos/article/view/8080>
- Rodríguez-Chavira, G., Cortés-Montalvo, J. A., Rodríguez-Chavira, G., y Cortés-Montalvo, J. A. (2021). Mediación tecnológica en el fomento de la lectura y la escritura en adolescentes. *Sinéctica*, 56. [https://doi.org/10.31391/s2007-7033\(2021\)0056-005](https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2021)0056-005)
- Salavarría, D. E. C., y Zambrano, V. R. J. (2023). La motivación en la lectura para el desarrollo de la creatividad en niños de básica elemental. *Revista Universidad de Guayaquil*, 136(1), 71-80. <https://doi.org/10.53591/rug.v136i1.1902>
- Schunk, D. H., y Pajares, F. (2002). The development of academic self-efficacy. In A. Wigfield & J. S. Eccles (Eds.), *Development of achievement motivation* (pp. 16-31). San Diego, CA: Academic Press.
- Sucasaire (2022) *Orientaciones para la selección y el cálculo del tamaño de la muestra en investigación*. [Biblioteca Nacional del Perú]. ISBN 978-612-00-7547-0
- Valencia Herrera, J. C. (2023). *Impacto de las redes sociales en los hábitos alimentarios en adolescentes durante covid-19 del colegio Guillermo Enrique Billinghurst, Barranca 2022*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. Repositorio Institucional UNJFSC.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/7637>

Vázquez Chas, L. (2023). Las redes sociales online como amortiguadoras de la soledad durante el confinamiento. *Revista de la SEECI*, 56, 249-264.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8981210>

Venegas Bocangel, G. (2020). *La Motivación (según la Teoría de Maslow) y el hábito lector en los estudiantes del segundo grado de secundaria en la I.E. “Sagrado Corazón de Jesús” del Cusco*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo].

Repositorio Institucional UNPRG.

<http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8162>

Zapata-Ros, M. (2015). Teorías y modelos sobre el aprendizaje en entornos conectados y ubicuos. *EKS*, 16(1), pp. 69-102. <http://dx.doi.org/10.14201/eks201516169102>

IX. ANEXOS

ANEXO A. Instrumento de investigación

CUESTIONARIO SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PÚBLICO DE LIMA, 2024

Instrucciones: Estimado estudiante a continuación te agradeceremos llenar el siguiente cuestionario cuyo objetivo es conocer el uso que haces de las redes sociales.

Recuerda que no hay respuestas correctas ni incorrectas, se valorará al máximo tu sinceridad.

Por favor, llena los espacios en blanco y marca con una X en donde corresponda.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Grado y sección: Fecha de aplicación:

SECCIÓN 1: ASPECTOS GENERALES

- ¿Qué edad tienes? *Años cumplidos*
.....
- Género:
 - a) Masculino
 - b) Femenino
- ¿Cuál es el presupuesto a nivel familiar mensual?
 - a) De 0 a S/.661 nuevos soles
 - b) De S/.662 a S/.850 nuevos soles
 - c) De S/.851 a S/.1 300 nuevos soles
 - d) De S/.1 301 a S/.2 400 nuevos soles
 - e) Más de S/.2 400 nuevos soles

Tiempo de conexión

1. ¿Cuánto tiempo vienes usando las redes sociales?

- a) Menos de un año
- b) De uno a tres años
- c) De tres a cinco años
- d) Más de cinco años
- e) No uso Internet

2. ¿Cuánto tiempo permaneces conectado a Internet?

- a) Media hora
- b) Una hora
- c) Dos horas
- d) Más de dos horas

3. ¿Consideras que el tiempo que pasas en las redes sociales afecta tu rendimiento académico?

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Neutral
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

Lugar de conexión

4. Cuando te conectas a una red social ¿qué medios usas?

- a) Chip propio
- b) Red Wifi en casa
- c) Cargo datos
- d) Me comparten Internet de otro celular
- e) Me conecto utilizando un celular ajeno

5. ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales desde tu hogar?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

6. ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales desde otros lugares como cafés, bibliotecas o espacios públicos?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

Frecuencia de conexión

7. ¿Cuánto tiempo permaneces en tu red social favorita?

- a) Todos los días
- b) Interdiario
- c) Una vez por semana
- d) Una vez al mes

8. ¿Con qué frecuencia revisas tus redes sociales antes de dormir?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

9. ¿Con qué regularidad accedes a tus redes sociales durante las horas de estudio o tareas escolares?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

Finalidad para conectarse

¿Qué haces cuándo te conectas a Internet?

10. Chateo (messenger, WhatsApp u otros)

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

11. Leo foros virtuales y/o participo en alguno:

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

12. ¿Con qué regularidad usas las redes sociales para mantenerte en contacto con familiares que no viven contigo?

- a) Nunca
- b) Rara vez

- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

13. Realizo búsquedas para elaborar mis trabajos

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

14. Uso tutoriales o IA para aprender un tema:

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

15. Realizo búsquedas avanzadas (por tipo de archivo, año de publicación, lugar) para elaborar los trabajos de investigación:

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

16. Uso de diccionarios electrónicos

- a) Siempre
- b) Casi siempre

- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

17. Descargo libros de la biblioteca digital por ser lecturas de mi agrado o interés:

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

18. Veo videos educativos de distintas materias en Youtube o TikTok para la resolución de tareas:

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

19. Ingreso a Facebook, Instagram, TikTok y/o Discord

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

20. Veo videos en Youtube

- a) Siempre
- b) Casi siempre

- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

21. Reviso las redes sociales de usuarios de mi interés

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

22. Actualizo constantemente mi red social

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

23. Veo o escucho noticias y/o deportes a través de Internet

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) A veces
- d) Casi nunca
- e) Nunca

24. ¿Con qué regularidad utilizas las redes sociales para obtener información sobre eventos escolares o actividades extracurriculares?

- a) Nunca
- b) Rara vez

- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

25. ¿Con qué regularidad utilizas las redes sociales para compartir información útil o interesante con tus compañeros de clase?

- a) Nunca
- b) Rara vez
- c) A veces
- d) Frecuentemente
- e) Siempre

Autoconcepto lector

26. Mis amigos creen que soy:

- a) Un muy buen lector
- b) Un buen lector
- c) Un lector medio
- d) Un mal lector

27. Yo leo...

- a) No tan bien como mis amigos
- b) Casi igual que mis amigos
- c) Un poquito mejor que mis amigos
- d) Bastante mejor que mis amigos

28. Mis compañeros piensan que leer es:

- a) Muy entretenido
- b) Entretenido
- c) Aceptable

d) Aburrido

29. Las personas que leen mucho son:

a) Muy interesantes

b) Interesantes

c) Poco interesantes

d) Aburridas

30. Saber leer bien es:

a) No muy importante

b) Más o menos importante

c) Importante

d) Muy importante

31. Leer es:

a) Muy fácil para mí

b) Más o menos fácil para mí

c) Más o menos difícil para mí

d) Muy difícil para mí

32. Yo le cuento a mis amigos sobre los buenos libros para leer:

a) Nunca lo hago

b) Casi nunca lo hago

c) Lo hago algunas veces

d) Lo hago mucho

33. Cuando leo solo, comprendo:

a) Casi todo lo que leo

b) Algo de lo que leo

c) Casi nada de lo que leo

d) Nada de lo que leo

34. Cuando estoy en un grupo contando historias:

a) Casi nunca hablo de mis ideas

b) Algunas veces hablo de mis ideas

c) Casi siempre hablo de mis ideas

d) Siempre hablo de mis ideas

35. Me gustaría que mi profesor nos leyera libros en voz alta en clase:

a) Todos los días

b) Casi todos los días

c) De vez en cuando

d) Nunca

Valor de la lectura

36. Yo creo que las bibliotecas son:

a) Un gran lugar para pasar el tiempo

b) Un lugar interesante para pasar el tiempo

c) Un lugar aceptable para pasar el tiempo

d) Un lugar aburrido para pasar el tiempo

37. Cuando el profesor me pregunta sobre lo que yo he leído:

a) No se me ocurre que responder

b) Me cuesta pensar lo que voy a responder

c) A veces pienso en una respuesta

d) Siempre pienso en una respuesta

38. ¿En qué medida sientes que la lectura de recursos bibliográficos mejora tu comprensión de los temas tratados en clase?

a) Muy en desacuerdo

- b) En desacuerdo
- c) Neutral
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

39. Leer un libro es algo que a mí me gusta hacer:

- a) Nunca
- b) No muy seguido
- c) A veces
- d) Muy seguido

40. Creo que leer es:

- a) Una forma aburrida de pasar el tiempo
- b) Una forma aceptable de pasar el tiempo
- c) Una forma interesante de pasar el tiempo
- d) Una forma grandiosa de pasar el tiempo

41. Cuando me regalan un libro, me siento:

- a) Muy feliz
- b) Contento
- c) No me siento muy contento
- d) No me siento feliz

ANEXO B. Informe de Opinión de Expertos



Universidad Nacional
Federico Villarreal
Facultad de Ingeniería Electrónica e Informática

EUPG ESCUELA
UNIVERSITARIA
DE POSGRADO
UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: Olivero Pacheco, Nancy
 1.2 Cargo e Institución docente laboral: Docente, Universidad Nacional Federico Villarreal
 1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 • Instrumento : EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACION BÁSICA REGULAR
 • Encuesta dirigida a : Estudiantes escolares
 1.4 Autor del Instrumento : Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia planteada responde al propósito del diagnóstico.					X

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento reúne las características que permite a la investigadora conocer el uso que hacen los estudiantes de las redes sociales.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 90

LUGAR Y FECHA: 28/05/2024

Dra. Nancy Olivero Pacheco.
 Dni: 25597122
 Celular: 999976199
nolivero@unfv.edu.pe



DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: Olivero Pacheco, Nancy
 1.2 Cargo e Institución docente laboral: Docente, Universidad Nacional Federico Villarreal
 1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 • Instrumento: ESCALA DE LECTURA
 • Encuesta dirigida a: Estudiantes escolares
 1.4 Autor del Instrumento: Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIE NTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					X
2. OBJETIVIDAD.	Está expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.				X	
5. SUFICIENCIA.	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: El instrumento reúne las características que permite a la investigadora conocer qué motiva a la lectura.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90

LUGAR Y FECHA: 28/ 05/2024

Dra. Nancy Olivero Pacheco.

Dni: 25597122

Celular: 999976199

nolivero@unfv.edu.pe



DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: NAVARRO NAVARRO, Bertha Consuelo
 1.2 Cargo e Institución docente laboral: Coordinadora del Módulo Empodera, CADEP ACACIA - UNFV
 1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:
- Instrumento: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACION BÁSICA REGULAR
 - Encuesta dirigida a: Estudiantes escolares
- 1.4 Autor del Instrumento: Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE E 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE E 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.					X
5. SUFICIENCIA.	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia planteada responde al propósito del diagnóstico.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Antes de aplicarlo, se debe consultar con un especialista en estadística la escala y estadígrafo a usarse.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90

LUGAR Y FECHA: 24/ V/2024

Dra. Bertha Consuelo NAVARRO NAVARRO
 DNI 07257202 – Cel 955844744



DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del informante: NAVARRO NAVARRO, Bertha Consuelo
 1.2 Cargo e Institución docente laboral: Coordinadora del Módulo Empodera, CADEP ACACIA - UNFV
 1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:
 • Instrumento: ESCALA DE LECTURA
 • Encuesta dirigida a: Estudiantes escolares
 1.4 Autor del Instrumento: Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIE NTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENT E 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					X
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Antes de aplicarlo, se debe consultar con un especialista en estadística la escala y estadígrafo a usarse.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90

LUGAR Y FECHA: 24/ V/2024

Dra. Bertha Consuelo NAVARRO NAVARRO
 DNI 07257202 – Cel 955844744



Universidad Nacional
Federico Villarreal
Facultad de Ingeniería Electrónica e Informática

EUPG | ESCUELA
UNIVERSITARIA
DE POSGRADO
UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del informante: Dr. Pedro Maguín JACINTO PAZO

1.2 Cargo e Institución docente laboral: Director Académico Antropología. UNMSM.

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:

- Instrumento : El uso de las redes sociales en estudiantes de educación básica regular
- Encuesta dirigida a : Estudiantes escolares

1.4 Autor del Instrumento : Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				X	
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia planteada responde al propósito del diagnóstico.				X	

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede aplicarse. Cumple con las perspectivas y objetivos de la investigación a realizar.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90

Pedro Maguín JACINTO PAZO

Dr. en Antropología. UNMSM

Dr. © Educación. UNMSM

Celular: 967146484

pjacintop@unmsm.edu.pe

DNI: 25628391

LUGAR Y FECHA: 14/06/2024



Universidad Nacional
Federico Villarreal
Facultad de Ingeniería Electrónica e Informática

EUPG ESCUELA
UNIVERSITARIA
DE POSGRADO
UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL

**DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE
INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN
ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”**

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del informante: Dr. Pedro Maguín JACINTO PAZO

1.2 Cargo e Institución docente laboral: Director Académico Antropología. UNMSM

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:

- Instrumento: ESCALA DE LECTURA
- Encuesta dirigida a: Estudiantes escolares

1.4 Autor del Instrumento: Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIE NTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					X
7. CONSISTENCIA.	Está basado en aspectos teóricos y científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X

III. **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:** El instrumento puede aplicarse. Cumple con las perspectivas y objetivos de la investigación a realizar.

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:** 90

LUGAR Y FECHA: 14/ 06/2024

Pedro Maguín JACINTO PAZO

Dr. en Antropología. UNMSM

Dr. © Educación. UNMSM

Celular: 967146484

pjacintop@unmsm.edu.pe

DNI: 25628391



DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN: “EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del informante: SANTOS JIMENEZ OFELIA CARMEN

1.2 Cargo e Institución docente laboral: DOCENTE INVESTIGADORA-FAC.DE EDUCACION- UNMSM

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:

- Instrumento :EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN ESTUDIANTES DE EDUCACION BÁSICA REGULAR
- Encuesta dirigida a : ESTUDIANTES

1.4 Autor del Instrumento : Karol Milenka Silva Ugaz

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIEN TE 00- 20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					85%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					85%
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.					85%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					85%
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.					85%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					85%
9. METODOLOGÍA	La estrategia planteada responde al propósito del diagnóstico.					85%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

LUGAR Y FECHA: -04---- /06-/2024



Firmado digitalmente por SANTOS JIMENEZ Ofelia Carmen FAU
20148092282 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2024 11:03:43 -05:00

SANTOS JIMENEZ, OFELIA CARMEN
DNI 25454259
CEL 995487219
Ofelia.santos@unmsm.edu.pe



**DISEÑO DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:
“EL USO DE REDES SOCIALES Y LA MOTIVACIÓN POR LA LECTURA EN ESTUDIANTES DE 3ER
AÑO DE SECUNDARIA EN UN COLEGIO PRIVADO DE LIMA, 2023”**

I. DATOS GENERALES:

1.1 Apellidos y Nombres del informante: **SANTOS JIMENEZ OFELIA CARMEN**

1.2 Cargo e Institución docente laboral: **DOCENTE INVESTIGADORA-FAC.DE EDUCACION- UNMSM**

1.3 Nombre del instrumento motivo de evaluación:

- Instrumento: **ESCALA DE LECTURA**
- Encuesta dirigida a: **Estudiantes escolares**

1.4 Autor del Instrumento: **Karol Milenka Silva Ugaz**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIE NTE 00-20	REGULAR 21-40	BUENA 41-60	MUY BUENA 61-80	EXCELENTE 81-100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje propio.					85%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					85%
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a la actualidad, avance científico y la tecnología.					85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica en el cuestionario de opinión.					85%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					85%
6. INTENCIONALIDAD	Son adecuadas las preguntas para valorar los aspectos a investigar					85%
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos.					85%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					85%

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

LUGAR Y FECHA: -04 ---- /06-/2024



Firmado digitalmente por SANTOS
JIMENEZ Ofelia Carmen FAU
20148092282 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04.06.2024 11:03:43 -05:00

SANTOS JIMENEZ, OFELIA CARMEN
DNI 25454259
CEL 995487219
Ofelia.santos@unmsm.edu.pe

ANEXO C. Matriz

Matriz operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Uso de redes sociales	Las redes sociales son sistemas digitales que facilitan la interacción y el intercambio de información entre individuos, grupos y organizaciones a través de plataformas en línea. Estas plataformas permiten a los usuarios crear perfiles personales o profesionales, establecer conexiones con otros usuarios y compartir contenido en forma de texto, imágenes, videos y enlaces (Rodríguez y Cortez, 2021).	Es la característica propia del individuo que permite comprender dónde, el tiempo, la frecuencia y la utilidad que emplea en las redes sociales. Este es medido a través de un cuestionario que permite comprender la realidad del individuo de manera cuantitativa y será procesado a través del software SPSS v.25.	Lugar de conexión	Ubicación de la conexión
			Tiempo de conexión	Temporalidad de uso
			Frecuencia de conexión	Frecuencia de conexión
			Finalidad para conectarse	Uso de comunicaciones
				Uso académico
				Uso de ocio
				Uso informativo
Motivación a la lectura	La lectura es una herramienta esencial para el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Facilita el acceso a información actualizada en diversas disciplinas y promueve la adquisición de habilidades especializadas (Flores, 2021).	Cualidad de las personas que incursionan en el campo académico y que adoptan para mejorar sus hábitos lectores. Esta es cuantificada a través de la recolección de datos para ser cuantificados y procesados mediante el software SPSS V. 25	Autoconcepto lector	Autopercepción
				Profundización de lectura
			Valor de la lectura	Apreciación de recursos bibliográficos
				Valoración de la lectura