

Las redes sociales y su impacto en la identidad social en estudiantes de secundaria en una institución educativa pública, Los Olivos 2024

Stephany Marcela Vara Urquiza

Universidad Jaime Bausate y Meza

Orcid.org://0009-0004-2483-3039

Luis Edilberto Garay Peña

Universidad Jaime Bausate y Meza

Orcid.org://0000-0002-2864-5885

DOI: <https://doi.org/10.71187/brc.v0i6.112>

Recibido: 16-10-2024 - Aceptado:29-11-2024

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo establecer de qué manera las redes sociales se relacionan con la identidad social de los estudiantes del 5to de secundaria de la I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, Los Olivos 2024. Corresponde al enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel descriptivo correlacional con un diseño no experimental-transversal. Se consideró una población de 148 estudiantes, y una muestra probabilística de 107 estudiantes del 5to de secundaria, de las secciones A, B y C de la citada institución educativa con un muestreo aleatorio simple. La técnica utilizada fue la encuesta y su instrumento el cuestionario, constituido por 18 preguntas elaboradas bajo la escala de Likert, con una confiabilidad de 0.809 y 0.807 para las variables redes sociales e identidad social, respectivamente, según la prueba de Alfa de Cronbach. Los resultados indican que el 71.0% de la muestra tiene un nivel medio de acceso a las redes sociales, el 19.6% un nivel bajo y el 9.3% un nivel alto; asimismo, el 58.9% alcanza un nivel medio en reconocer su identidad social, el 33.6% un nivel bajo y tan solo el 7.5% un nivel alto. Se concluye en admitir que el 45.8% de los integrantes de la muestra consideran una relación positiva moderada entre ambas variables y las redes sociales se relacionan de manera significativa con la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria de la institución educativa 2022, Los Olivos, 2024.

Palabras claves: *Redes sociales, identidad social, institución educativa, estudiantes secundarios.*

Social networks and their impact on social identity in high school students in a public educational institution, Los Olivos 2024

Abstract

The objective of this research was to establish how social networks impact the social identity of students in the 5th year of secondary school at the I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, Los Olivos 2024, through the quantitative approach, basic type, descriptive level correlational with a non-experimental-cross-sectional design. A population of 148 students was considered, and a probabilistic sample of 107 students from the 5th year of secondary school, from sections A, B and C of the aforementioned educational institution and a simple random sampling. The technique used was the survey and its instrument was the questionnaire, consisting of 18 questions prepared under the Likert scale, with a reliability of 0.809 and 0.807 for the variable's social networks and social identity, respectively, according to the Cronbach's Alpha test. The results indicate that 71.0% of the sample has a medium level of access to social networks, 19.6% a low level and 9.3% a level, likewise 58.9% have a medium level of social identity, 33.6% a low level and only 7.5% a high level. It is concluded by admitting that 45.8% of the sample members consider a moderate positive relationship between both variables and social networks significantly influence the 5th grade secondary school students of the educational institution 2022, Los Olivos, 2024.

Keywords: *Social networks, social identity, educational institution, secondary students.*

Introducción

El avance de la tecnología vinculada con la Web 2.0 en el siglo XXI propició el surgimiento de las nuevas redes sociales y con ello un boom de un nuevo medio de comunicación, donde la información sería más rápida y con un solo clic estaríamos al tanto de lo que sucede en el mundo, además de compartir y publicar en Facebook, WhatsApp y Tik Tok situaciones de “nuestra vida real, nuestra identidad auténtica”. (Dentze, 2013).

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) indica que el primer trimestre del año 2023 por lo menos un miembro del hogar portaba un teléfono celular y que el 83,4% de la población de 12 a 18 años un gran porcentaje consume internet en Lima metropolitana y el Callao. Asimismo, Facebook es la red social pionera y la más usada con 81%, seguido del WhatsApp con 36% y Tik Tok con un 30%, esto reveló la investigación Digital News Report en el 2023 (Reuters).

De esta manera se establece la era digital y la invención de una ciber sociedad donde hoy en día está sometida a las redes sociales, las que contribuyen a generar cambios en la identidad social hasta puede “sustituir la propia identidad de la persona en la vida real” (Penas, 2018).

En lo que corresponde a la identidad social es admitir que una persona forma parte de un grupo social, igual sucede en las comunidades virtuales donde se involucran sus aspectos emocionales los cuales se ven afectados, pues para pertenecer a ese círculo deben aceptarse muchas veces ser discriminados, adoptando comportamientos y decisiones negativas siendo así que el individuo crea una nueva identidad en el ciberespacio que son expuestas por estos medios de comunicación

y de esta manera crean una nueva personalidad en la que ellos se sienten a gusto ficticiamente por integrar estos grupos, obteniendo la identidad que ellos quieren y sintiéndose parte de ella. (Tajfel y Turner, 1979 citado por Cantor, 2018).

En este contexto se observa que los adolescentes están inmersos en la era digital, donde las redes sociales juegan un papel muy importante para desarrollar su identidad y es inevitable que puedan estar expuestos a estos cambios. Por lo mencionado, se justifica la presente investigación ya que busca analizar las redes sociales y su relación con la identidad social de los estudiantes de la I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, Los Olivos 2024.

Al revisar la literatura, se incorpora el estudio de Rubio (2022), quien señaló como objetivo analizar el papel de las redes sociales en el proceso de creación de identidades de los estudiantes a través de un diseño no experimental, y señalando como conclusión que estas plataformas permiten crear aspectos positivos y negativos en plena construcción de su identidad ya que su uso es diario, al ser una herramienta del día a día, cobra importancia la opinión de los grupos.

En tanto, López (2023) en su artículo fijó como objetivo: analizar el proceso de aprendizaje que llevan a cabo los adolescentes que residen en centros de protección, en la construcción de su identidad mediante la interacción en las redes sociales y concluyó que a través del uso de estos medios sociales los estudiantes buscan ser reconocidos, pues estas les brindan un sentido de integración con otros adolescentes como crear sus propios espacios virtuales, sin embargo, estar demasiado tiempo puede llegar a abrumarlos.

También Arredondo et al. (2022), en su artículo establecieron como objetivo reconocer el uso que los alumnos de la Universidad de Zacatecas (UAZ) le dan a Facebook, Instagram y WhatsApp, señalando como conclusión a estas por su influencia directa pero diferenciada en sus actividades académicas. De la misma manera, Valencia (2019) en su artículo indicó como objetivo analizar la relación que existe entre el desempeño académico y el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes de básica secundaria, llegó a la conclusión de que estas son de gran ayuda para realizar sus actividades académicas como para realizar su vida social comunicándose con sus amistades, y estar pendientes de sus publicaciones y más.

Mientras Melgar (2021), en su investigación precisó en su objetivo establecer la relación de las variables uso de Facebook y la identidad social. En su conclusión mencionó la existencia de una conexión directa con el uso del Facebook en un rango de moderado en los alumnos de la Institución Educativa "Don José de San Martín" de Huaura; asimismo, sí se observa un vínculo positivo ya que las estadísticas arrojan una magnitud moderada mientras que en las publicaciones, la utilidad y la accesibilidad al Facebook se halla notablemente aspectos positivos y negativos.

Por otro lado, Cáceres y Otoyá (2021), en la investigación que realizaron fijaron como objetivo conocer y explorar las relaciones de la construcción de la identidad y el uso de las redes sociales, en su conclusión afirmaron que, sí hay relación entre el uso de las redes sociales y la construcción de identidad en los adolescentes, pues estos se vuelven susceptibles a la presión social, sienten ansiedad en ciertos casos, imitan patrones de conducta y crean un nuevo yo, además están expuestos al cyberbullying, afectando su autoestima y por ende el proceso de identidad es complejo.

A la vez Jiménez y Ramírez (2021), en su investigación realizada fijaron como objetivo general describir el impacto de las redes sociales en los adolescentes del AA.HH. Juan Velasco Alvarado, Chancay, 2021, así como su repercusión y la frecuencia de mencionadas redes. La conclusión mos-

tró a un 68% de los adolescentes que admiten ser impactados por las redes sociales generando reflejos negativos, tener limitaciones al comportarse en la aplicación de sus habilidades sociales por el excesivo uso de estas redes.

En tanto Céspedes y Ramírez (2023), indicaron como objetivo: determinar la relación de las redes sociales y la construcción de la identidad en docentes de la I.EP. "Santísima Virgen de las Mercedes". Concluyeron mostrando que hay una relación positiva de las redes sociales en la identidad de los jóvenes, de esta forma se puede apreciar que la era digital también puede ser favorable para estos estudiantes.

Ampliando lo indicado se incluyen los fundamentos teóricos para la variable Redes sociales a través de la Teoría de la comunicación mediática de McLuhan (1964) quien sostiene que "el medio es el mensaje", lo que implica que el canal a través del cual se transmite la información tiene un impacto significativo en cómo se recibe y se interpreta. En el contexto de las redes sociales, esta teoría sugiere que la forma en que se presenta la información (texto, imagen, video) puede alterar la comprensión y la respuesta del público, afectando así su identidad social y sus interacciones.

Además, esta teoría examina el papel de las redes sociales como plataformas de comunicación que no solo difunden información, sino que también crean comunidades virtuales, para Castells (2009), las redes sociales permiten a los individuos construir identidades digitales y formar parte de múltiples grupos al mismo tiempo, lo cual puede enriquecer o complicar su sentido de pertenencia. Esto resalta cómo las redes sociales han transformado las dinámicas de comunicación interpersonal, permitiendo conexiones que trascienden las limitaciones geográficas. Se añade la crítica a esta teoría al abordar los efectos negativos potenciales de las redes sociales, como la desinformación y la polarización social.

De igual forma, Turkle (2011) argumenta que la interacción mediada puede llevar a una desconexión emocional en las relaciones reales, lo que afecta la calidad del bienestar social y personal. Así, la Teoría de la Comunicación Mediática proporciona un marco para entender tanto las oportunidades y desafíos que presentan las redes sociales en la construcción de identidades contemporáneas.

Asimismo, se agrega la teoría del uso y gratificación de Katz et al. (1973) quienes investigan por qué y cómo las personas buscan activamente ciertos medios para satisfacer necesidades específicas. Esta teoría se aplica a las redes sociales al considerar cómo los usuarios eligen plataformas y tipos de contenido para cumplir con deseos como la conexión social, el entretenimiento o la información. La premisa central es que los usuarios no son receptores pasivos; en cambio, tienen motivaciones activas que influyen en su comportamiento en línea.

En el contexto de las redes sociales, esta teoría indica que los individuos pueden usar estas plataformas para fortalecer su identidad social al interactuar con otros que comparten intereses o valores similares. Por ejemplo, grupos en Facebook o comunidades en Instagram permiten a los usuarios expresar sus identidades a través de publicaciones y comentarios, creando un sentido de pertenencia. Esto es particularmente relevante en contextos donde la identidad social está vinculada a movimientos culturales o políticos.

Para concluir, esta teoría aborda el impacto negativo por el uso excesivo de redes sociales, como la adicción o la ansiedad social. Al buscar gratificación inmediata a través de "lives" o comentarios positivos, los usuarios pueden experimentar una dependencia emocional hacia estas platafor-

mas. Esto plantea preguntas sobre cómo el uso de redes sociales puede afectar no solo la identidad social individual, sino también el bienestar psicológico general.

Castells (2009) incorpora algunas características de las redes sociales, tales: (a) interactividad porque transforma las relaciones sociales y permite una forma de comunicación que empodera a los usuarios, (b) personalización conseguida a través de la construcción de identidades digitales únicas mediante sus perfiles, (c) conectividad al propiciar la comunicación en tiempo real y generar la creación de vínculos globales, (d) la diversidad de contenido porque a la vez que enriquece la experiencia del usuario, también planea nuevos desafíos en términos de información y desinformación en el entorno digital.

En esta investigación se considera como una dimensión a Facebook, que para Crespo et al. (2009) hoy es un fenómeno global que impacta significativamente en la vida cotidiana de los jóvenes, alterando sus relaciones personales y su identidad, en casos lleva a la adicción, así Durmortier (2009) destaca el riesgo que produce Facebook al descontextualizar la información, porque puede amenazar la privacidad de los usuarios al simplificar las relaciones sociales y permitir una difusión amplia de datos personales. Estos aspectos resaltan la necesidad de un uso consciente y crítico de esta red social en la actualidad.

Otro elemento es el chat personal Messenger, según Márquez (2002) precisa su utilidad en fomentar la comunicación rápida y accesible, y como desventaja puede contribuir a una disminución de las habilidades sociales tradicionales, producto de la reducción de interacciones personales.

Agrega otro elemento: el vídeo, no solo actúa como un medio para conseguir datos, sino se convierte en una parte activa del proceso de investigación social, permitiendo una comprensión e interpretación profunda de la realidad mediante la imagen audiovisual, adiciona reflexiones sobre la historia de los medios de comunicación, su papel en la construcción de la realidad, como aporte sobre cómo investigar utilizando la cámara, y su trascendencia en la influencia cultural y social.

También se incluye otro elemento, las Publicaciones, tratan del proceso de hacer accesible información o conocimiento al público, lo crucial está en la comunicación científica y académica. Observando su utilidad, ofrecen acceso a información actualizada y relevante, promueve el aprendizaje continuo y la educación, la democratización del conocimiento y la visibilidad de diversas perspectivas. Sus desventajas: la saturación de información y la dificultad para discernir fuentes confiables, Alarcón-Ruiz y Quezada (2018).

Otra dimensión es Tiktok, considerada entre los jóvenes como una plataforma de redes sociales consolidada, influyente y utilizada en la actualidad. Su importancia radica en su capacidad para generar tendencias culturales y movimientos virales, no solo permite la comunicación interpersonal sino también las estrategias de marketing empresarial, esto último clave para empresas que buscan conectar con audiencias jóvenes a través de contenido auténtico y creativo. Sus desventajas: la calidad de su contenido es predominantemente superficial y enfocado en el entretenimiento limita su potencial educativo, lo que es un desafío para los creadores y marcas que busca utilizarla de manera efectiva, Cusot Palacios (2021). Las formas en que se interactúa en esta plataforma es a través de Live streaming que mediante la interactividad y autenticidad incrementa en forma significativa la intención de compra de los consumidores porque reduce su percepción de incertidumbre y aumenta el valor percibido de los productos (Hu y Chaudhry (2020), también actúa como un canal de entretenimiento y comunicación, lo que puede impulsar el gasto impulsivo entre los consumidores Ying (2023).

Luego se incorpora la dimensión WhatsApp, aplicación de mensajería instantánea donde se envían mensajes de texto, voz, imágenes y vídeos de manera rápida y económica. Su importancia radica en que facilita la conexión entre personas y organizaciones, optimizando la comunicación en contextos personales y profesionales, es una herramienta clave en la educación y el trabajo colaborativo, en cuanto a su trascendencia este refleja en su impacto la forma en que se gestionan las relaciones interpersonales y laborales, promoviendo una comunicación más ágil y accesible. Entre sus ventajas destacan la inmediatez, la facilidad de uso y la creación de grupos para discusión, mientras que sus desventajas incluyen la intrusividad en la vida personal y el riesgo de malentendidos por la falta de matices en los mensajes (García, 2021).

Materiales y método

La investigación efectuada corresponde a un enfoque cuantitativo, la población de estudio estuvo constituida por 148 estudiantes, en base a los siguientes criterios de inclusión: (a) ser integrantes de las secciones de 4° y 5° grado de secundaria, (b) residentes en el área de influencia de la institución educativa, (c) tener asistencia regular a clases y una muestra de 107 estudiantes, seleccionados a través del muestreo aleatorio simple, el diseño fue no experimental porque no se realizó ninguna manipulación de las variables y transversal, porque la recolección de los datos fue en un momento específico. La técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento un cuestionario de 18 preguntas, 9 para la variable redes sociales y 9 para la variable identidad social, con un nivel de confiabilidad alto para ambas variables (0,807) conforme al Alfa de Cronbach.

Resultados

Se presentan a través de tablas de contingencias y de prueba de hipótesis, así se observa la relación estadística de la variable redes sociales y su impacto en la identidad social.

Conforme se distingue en la Tabla 1, el acceso a las redes sociales prevalece en un nivel medio con el 71,0%, en cambio la variable identidad social, presenta un 58,9% de reconocimiento de la identidad social a un nivel medio, en tanto al relacionar el nivel medio de acceso a las redes sociales, la identidad social tiene el siguiente comportamiento, el 46,7% lo hace a un nivel medio, el 19,6% a un nivel bajo y solo el 4,7% a un nivel alto.

Tabla 1
Distribución de la identidad social según el uso de las redes sociales

Niveles Redes Sociales	Identidad social			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Bajo	14,0%	5,6%		19,6%
Medio	19,6%	46,7%	4,7%	71,0%
Alto	0,0%	6,5%	2,8%	9,3%
Total	33,6%	58,9%	7,5%	100,0%

Conforme se distingue en la Tabla 2, el acceso a la red social Facebook prevalece en un nivel medio con el 55,1%, en cambio la variable identidad social presenta un 58,9% de reconocimiento a un nivel medio de la identidad social, en cambio al relacionar el nivel medio de acceso a Facebook, la identidad social tiene el siguiente comportamiento, el 38,3% lo hace a un nivel medio, el 11,2% a un nivel bajo y solo el 5,6% a un nivel alto.

Tabla 2*Distribución de los niveles de identidad social según el uso de Facebook*

Niveles Facebook	Identidad social			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Bajo	20,6%	15,9%	0,9%	37,4%
Medio	11,2%	38,3%	5,6%	55,1%
Alto	1,9%	4,7%	0,9%	7,5%
Total	33,7%	58,9%	7,4%	100,0%

Se observa en la Tabla 3, el acceso a la red social Tik Tok prevalece en un nivel medio con el 55,1%, en cambio la variable identidad social. Considerando la relación del nivel medio del uso de la red social Tik Tok, la identidad social se presenta del siguiente modo: el 35,5% hace a un nivel medio, el 10,3% a un nivel bajo y solo el 3,7% a un nivel alto.

Tabla 3*Distribución de los niveles de identidad social según el uso de Facebook*

Niveles Tik Tok	Identidad social			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Bajo	21,5%	15,0%	1,9%	38,4%
Medio	10,3%	35,5%	3,7%	49,5%
Alto	1,9%	8,4%	1,8%	12,1%
Total	33,7%	58,9%	7,4%	100,0%

Se observa en la Tabla 4, el acceso a la red social WhatsApp prevalece en un nivel medio con el 62,6%, en cambio la variable identidad social. Considerando la relación del nivel medio del uso de la red social WhatsApp, la identidad social se presenta de la siguiente manera: el 42,1% está un nivel medio, el 18,7% a un nivel bajo y solo el 1,9% a un nivel alto.

Tabla 4*Distribución de los niveles de identidad social según el uso de WhatsApp*

Niveles WhatsApp	Identidad social			Total
	Bajo	Medio	Alto	
Bajo	13,1%	3,7%	0,0%	16,8%
Medio	18,7%	42,1%	1,9%	62,6%
Alto	1,9%	13,1%	5,6%	20,6%
Total	33,7%	58,9%	7,4%	100,0%

En la prueba de hipótesis general (Tabla 5) se muestran los siguientes resultados: una relación estadística positiva moderada (0,458)** o sea el 45.8% de la muestra lo considera así, entre las variables redes sociales e identidad social, conforme al $p = 0,000 < \alpha (0,05)$ se rechaza la H_0 , entonces Las redes sociales se relacionan de manera significativa con la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E 2022, Los Olivos 2024.

Tabla 5*La variable redes sociales y su impacto en la variable identidad social*

		Redes sociales	Identidad social
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.458**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	107	107

En la prueba de hipótesis específica 1 (Tabla 6) se presentan los siguientes resultados: una relación estadística positiva baja (0,332)** o sea el 33,2% de la muestra lo considera así, entre la dimensión Facebook y la variable identidad social, en tanto de acuerdo con el $p = 0,000 < \alpha (0,05)$ se rechaza la H_0 , La red social Facebook se relaciona de manera significativa con la identidad social de los escolares del 5° de secundaria de la I.E 2022, Los Olivos 2024.

Tabla 6*La dimensión Facebook y su impacto en la variable identidad social*

		Facebook	Identidad social
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.332**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	107	107

En la prueba de hipótesis específica 2 (Tabla 7) se presentan los siguientes resultados: una relación estadística positiva moderada (0,491)** o sea el 49,1% de la muestra lo considera así, entre la dimensión WhatsApp y la variable identidad social, en tanto el $p = 0,000 < \alpha (0,05)$ se rechaza la H_0 , entonces WhatsApp se relaciona de manera significativa con la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E 2022, Los Olivos 2024.

Tabla 7*La dimensión WhatsApp y su impacto en la variable identidad social*

		WhatsApp	Identidad social
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.491**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	107	107

En la prueba de hipótesis específica 3 (Tabla 8) se presentan los siguientes resultados: una relación estadística positiva moderada (0,351)** o sea el 35,1% de la muestra lo considera así, entre la dimensión Tik Tok y la variable identidad social. En cuanto el $p = 0,000 < \alpha (0,05)$ se rechaza la H_0 , entonces Tiktok se relaciona de manera significativa en la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E 2022, Los Olivos 2024.

Tabla 8
La dimensión Tik Tok y su impacto en la variable identidad social

		Tik Tok	Identidad social
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.351**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	107	107

Discusión

En la actualidad las redes sociales cobran un rol importante que ha generado el interés de las personas de todo grupo etario, sin embargo, los jóvenes son asiduos consumidores, por lo que es indispensable moderar su empleo para no caer en el abuso y como están en pleno desarrollo y del conocimiento pleno de su propio yo, se hallan sujetos a distintas manipulaciones en el ámbito cibernético.

Por ello tomando en cuenta el objetivo general: determinar de qué manera las redes sociales impactan en la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, respecto a este los resultados conducen a la siguiente conclusión: hay una relación estadística positiva moderada de la variable redes sociales y la variable identidad social, además se rechazó la H_0 , por lo que las redes sociales impactan de manera significativa en los mencionados estudiantes, lo que revela que a más uso de las redes sociales habrá más impacto en el reconocimiento de su identidad social, situación que favorece de manera positiva a integrarse en los distintos grupos, (la familia, los grupos de pares, grupos online) pues los mensajes de Messenger, las conversaciones, los videos, los likes y el uso del chat grupal han contribuido a ello, de igual manera Céspedes y Ramírez (2023) coinciden al afirmar la existencia de una relación positiva de las redes sociales en la identidad de los jóvenes, de esta forma se puede apreciar que la era digital también puede ser favorable.

Sin embargo, Jiménez y Ramírez (2021) discrepan al mostrar que el 68% de los encuestados mencionan que las redes sociales impactan en estos adolescentes creando en ellos reflejos negativos y carencia del cómo comportarse en sus habilidades sociales por el excesivo uso de estas redes, del mismo criterio son Cáceres y Otoyá (2021) quienes afirman hay relación entre el uso de las redes sociales y la construcción de identidad en los adolescentes ya que se vuelven susceptibles a la presión social, generando ansiedad en ciertos casos además de imitar patrones y crear en ellos un nuevo yo, también concluye que están expuestos al cyberbullying donde la principal afección fue su autoestima y por ende el proceso de identidad es complejo.

En tanto Rubio (2022) presenta un punto de vista distinto, para quien las plataformas permiten crear aspectos positivos y negativos en plena construcción de su identidad ya que su uso como herramienta es parte de nuestro día a día, cobrando importancia la opinión de los grupos.

De acuerdo con el objetivo específico 1: determinar cómo el Facebook impacta en la identidad social de los escolares del 5° de secundaria de la I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, los resultados conducen a una relación estadística positiva moderada de la dimensión Facebook en la identidad social, a la vez se rechazó la H_0 , entonces la red social Facebook impacta de manera significativa en la identidad social de estos, lo que indica que a medida que sube el nivel del uso del Facebook, tiende a aumentar su identidad social, lo cual ha sido favorecido por el acceso a los videos y a las publicaciones que se comparten en los distintos grupos online.

Asimismo, Melgar (2021) concluye a través de los resultados estadísticos, que sí existe una conexión directa con el uso del Facebook en un rango de moderado en los alumnos de la Institución

Educativa “Don José de San Martín” de Huaura; asimismo, sí se observa un vínculo positivo ya que las estadísticas arrojan una magnitud moderada mientras que en las publicaciones, la utilidad y la accesibilidad al Facebook se halla notablemente aspectos positivos y negativos.

Conclusiones

Asociando con el objetivo general, hay una correlación positiva moderada de la variable redes sociales y la identidad social, además se aceptó la H_0 que indica que las redes sociales impactan de manera significativa en los estudiantes del 5° de secundaria de la I.E 2022 Abraham Valdelomar Pinto, lo que indica que a más uso de esta red social habrá más influencia en la identidad social que puede darse más en positivo que en negativo, esto dependerá del uso que le den los estudiantes.

Conforme al objetivo específico uno, se da una correlación positiva moderada entre la dimensión Facebook y la variable identidad social, a la vez se rechazó la H_0 , por lo que la red social Facebook se relaciona de manera significativa con la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria, lo que indica que a medida que se incrementa el nivel de uso de Facebook, tiende a aumentar su identidad social. En ellos se expresan de manera positiva los indicadores, chat personal Messenger, videos y publicaciones.

De acuerdo con lo que se indica en el objetivo específico dos, existe una correlación positiva moderada entre la dimensión el Tik Tok y la variable identidad social y se rechazó la H_0 que indica que la dimensión Tik Tok se relaciona de manera significativa con la identidad social de los estudiantes de 5° de secundaria, esto evidencia que los estudiantes tienen un nivel positivo moderado en los indicadores live y videos.

Vinculando con el objetivo específico tres, hay una correlación positiva moderada entre la dimensión WhatsApp y la variable identidad social y se rechazó la H_0 donde señala que el WhatsApp se relaciona de manera significativa con la identidad social de los estudiantes del 5° de secundaria; asimismo, se observa que estos tienen un nivel positivo moderado en los indicadores chat grupal y estados.

Referencias

- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (4ª ed.). Pearson.
- Bolaños, M. F. (2015). *Estudio del impacto de las redes sociales en el comportamiento de los adolescentes de 12 a 14 años en una unidad educativa en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de pregrado. Universidad Politécnica Salesiana] Guayaquil- Ecuador <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Cáceres, E. B. y Otoy, K. M. (2021). *Construcción de la Identidad en la adolescencia a través del uso de redes sociales*. <https://repositorio.unife.edu.pe/server/api/core/bitstreams/81e44917-5cf6-4021-9994-ea39dcf16552/content>
- Cantor, M. I., Pérez, E. y Carrillo, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería. Volumen 6*, Número 1, pp. 70-77, Enero - Junio de 2018, ISSN 2346-030X <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/download/1706/1896/11348>
- Céspedes, M. M. y Ramírez, B. A. (2023). *Redes sociales y construcción de la identidad en estudiantes del nivel secundaria de la institución educativa particular Santísima Virgen de las Mercedes Huacho*. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/9326/TEISIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª ed.). McGraw-Hill Interamericana.

- Jiménez, A. M. y Ramírez, L. C. (2021). *Impacto de las redes sociales en los adolescentes del asentamiento humano Juan Velasco III etapa, Chancay.2021*. [Tesis de Pregrado en Trabajo Social. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión] Huacho – Perú <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5802/JIMENEZ%20Y%20RAMIREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lardies, F. y Potes, M. V. (2022). Redes Sociales e identidad: ¿Desafío adolescente? *Avances en Psicología Ene-Jun.2022, Vol.30.N1, e-ISSN 2708-50072* <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2528> - <https://revistas.unife.edu.pe/index.php/avancesenpsicologia/article/view/2528/2851>
- López, G. (2023). Influencia en la construcción de la identidad de los adolescentes que residen en centros. *RES, Revista de Educación Social Número 36*, Enero-Junio de 2023. <https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2023/06/res-36.-lopez.pdf>
- Melgar, M. (2021) *Uso del Facebook e identidad social de los alumnos del VII ciclo de la Institución Educativa “Don José de San Martín” Huara – 2018 (TM)*. <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5288/MARIELLA%20MAYRA%20MELGAR%20MENDOZA.pdf?sequence=1>
- Mejía, V. (2015). *Análisis de la influencia de las redes sociales en la información de los jóvenes de los colegios del cantón de Yaguachi.* <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/aa6f0c97-4d21-4605-8f49-4a709b8b54dd/content>
- Molina, G. L. y Toledo, R. K. (2014). *Las redes sociales y su influencia en el comportamiento de los adolescentes, estudio realizado en cuatro colegios de la ciudad de Cuenca con los alumnos de primer año de bachillerato*. [Tesis de Licenciada en Psicología Clínica, Universidad del Azuay]. Cuenca – Ecuador. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3659/1/10335.PDF>
- Rubio, L. (2022). *Las redes sociales y su influencia en la identidad de los adolescentes*. [Tesis de pregrado. Universidad de Sevilla]. Sevilla- España. <https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/ecf3fb26-d5f6-462e-87bf-1fd1e94d222c/content>
- Ruiz, M. y De-Juanas, A. (2013). *Redes sociales, identidad y adolescencia: nuevos retos educativos para la familia*. ESE. Estudios sobre Educación. *Revista semestral del Departamento de Educación. Facultad de Filosofía y letras*. <https://dadun.unav.edu/server/api/core/bitstreams/a9a37f85-0e37-4907-9a8a-9bdfd93cdcd9/content>.
- Ruvalcaba, L., Ríos, LdelC., y Carmona, A. Utilización de redes sociales por estudiantes mexicanos. *Acta Universitaria. Multidisciplinary Scientific Journal. I Volumen 32 I 2022*. <http://doi.org/10.15174/au.2022.3380>. <https://www.actauniversitaria.ugto.mx/index.php/acta/article/view/3380/3804>
- Valencia, J. J. (2019). El uso de las redes sociales y el desempeño académico de los adolescentes de básica secundaria. *Rev. Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información* Vol. 6/ Núm. 12 / julio - diciembre de 2019; pág. 49-61. <https://urepublicana.edu.co/ojs/index.php/ingenieria/article/view/590/468>
- Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Fonseca, Journal of Communication, n.6* (junio de 2013), pp. 155.182. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4251758.pdf>

LUIS EDILBERTO GARAY. Docente e investigador de la Universidad Jaime Bausate y Meza, con amplia trayectoria en la docencia universitaria. Ha sido asesor y coautor de la presente investigación.

STEPHANY MARCELA VARA URQUIZA. Egresada de la UJBM. Integrante del Semillero de investigación de la universidad, a cargo de esta investigación.