

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“USOS Y GRATIFICACIONES DE LA INTERNET EN  
LAS ESTUDIANTES DE PRIMERO, SEGUNDO Y  
TERCERO DE SECUNDARIA DE LA I.E.P. MARÍA DE  
NAZARET DE CAJAMARCA, EN 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Autor:**

Lorena Romero Urteaga

**Asesor:**

Dr. Alfieri Díaz Arias

<https://orcid.org/0000-0002-5140-7658>

Cajamarca - Perú

2024

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Jorge Eder Clavijo Correa</b>	43697749
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Pepe Alexander Hidalgo Jiménez</b>	40720614
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Claudia Isabel Llanos Vera</b>	42230153
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>16%</b>	<b>16%</b>	%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.uladech.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.uap.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repositorio.uvm.cl</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>repositorio.unh.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>dokumen.tips</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.uss.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>dspace.uazuay.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

## **DEDICATORIA**

Lo pedí, lo creí, lo agradecí y lo recibí.... gracias a Dios y a mi abuela Juliana Toro

Flores que desde el cielo siempre está conmigo

Agradezco a mis hijos Jorge, Sofía y Bastian Ernesto que son mi motivación para seguir adelante y a mis padres por el apoyo económico.

Dicen que si no hay cambios en la vida estás destinado a repetir la historia y yo lucho día a día por mis ideales.

## AGRADECIMIENTO

Por llegar a la realización de mi objetivo, es sinónimo de perseverancia; más aún cuando estas metas son vitales para nuestra superación personal y profesional.

La presente tesis es uno de los muchos objetivos que tenemos como metas a alcanzar, agradecemos la colaboración y asesoría del docente Vera Leyva, Ricardo y Piero Alva

A mi querido Tutor Dr. Alfieri Díaz Arias, por haber demostrado capacidad de asesoría, paciencia y apoyo en el desarrollo paso a paso de esta investigación.

A la Institución educativa Particular María de Nazaret por las facilidades brindadas para la recolección de la información que fueron trascendentes para el desarrollo de investigación.

Para culminar, agradezco a todos los docentes de la Facultad por sus enseñanzas y desempeño para la formación profesional y ética.

**TABLA DE CONTENIDO**

Jurado evaluador	2
Informe de similitud	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Tabla de contenido	6
Índice de tablas	7
Índice de figuras	9
Resumen	11
Abstract	12
Capítulo I: Introducción	13
Capítulo II: Metodología	25
Capítulo III: Resultados	34
Capítulo IV: Discusión y Conclusiones	57
Referencias	63
Anexos	65

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 01</b> Técnica e instrumento utilizado en el estudio .....	29
<b>Tabla N° 02</b> ¿Usa internet para jugar juegos electrónicos en línea? .....	34
<b>Tabla N° 03</b> ¿Emplea internet para escuchar música y ver videos?.....	35
<b>Tabla N° 04</b> ¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento?.....	36
<b>Tabla N° 05</b> ¿Emplea internet para buscar amigos?.....	37
<b>Tabla N° 06</b> ¿Usa internet para encontrar a antiguas amistades?.....	38
<b>Tabla N° 07</b> ¿Para establecer relaciones sentimentales? .....	40
<b>Tabla N° 08</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar?.....	41
<b>Tabla N° 09</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en su localidad? .....	42
<b>Tabla N° 10</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en el país o el extranjero?.....	43
<b>Tabla N° 11</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales? .....	44
<b>Tabla N° 12</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias en productos audiovisuales?.....	44

<b>Tabla N° 13</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento? .....	46
<b>Tabla N° 14</b> ¿Utiliza internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional? .....	47
<b>Tabla N° 15</b> ¿Utiliza internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo? .....	48
<b>Tabla N° 16</b> ¿En internet, se encuentra en confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia? .....	49
<b>Tabla N° 17</b> ¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)? .....	50
<b>Tabla N° 18</b> ¿Establece relaciones cercanas con tus amigos y conocidos? .....	51
<b>Tabla N° 19</b> ¿Utiliza las redes sociales con el fin de sentirse acompañado? .....	52
<b>Tabla N° 20</b> ¿Emplea el internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)? .....	53
<b>Tabla N° 21</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos? .....	50
<b>Tabla N° 22</b> ¿Le es más fácil expresar sus pensamientos por internet (redes sociales)? ...	55
<b>Tabla N° 22</b> ¿El uso de internet se ha convertido para usted en un entretenimiento y diversión? .....	56

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura N° 01</b> ¿Usa internet para jugar juegos electrónicos en línea?.....	34
<b>Figura N° 02</b> ¿Emplea internet para escuchar música y ver videos? .....	35
<b>Figura N° 03</b> ¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento? .....	36
<b>Figura N° 04</b> ¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento? .....	37
<b>Figura N° 05</b> ¿Usa internet para encontrar a antiguas amistades? .....	38
<b>Figura N° 06</b> ¿Para establecer relaciones sentimentales? .....	40
<b>Figura N° 07</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar?.....	41
<b>Figura N° 08</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en su localidad? .....	42
<b>Figura N° 09</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en el país o el extranjero?.....	43
<b>Figura N° 10</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales? .....	44
<b>Figura N° 11</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias en productos audiovisuales?.....	44
<b>Figura N° 12</b> ¿Emplea internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento? .....	46
<b>Figura N° 13</b> ¿Utiliza internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional? .....	47

<b>Figura N° 14</b> ¿Utiliza internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo?.....	48
<b>Figura N° 15</b> ¿En internet, se encuentra en confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia?.....	49
<b>Figura N° 16</b> ¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)?.....	50
<b>Figura N° 17</b> ¿Establece relaciones cercanas con tus amigos y conocidos? .....	51
<b>Figura N° 18</b> ¿Utiliza las redes sociales con el fin de sentirse acompañado?.....	52
<b>Figura N° 19</b> ¿Emplea el internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)? .....	53
<b>Figura N° 20</b> ¿Utiliza internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos?.....	50
<b>Figura N° 21</b> ¿Le es más fácil expresar sus pensamientos por internet (redes sociales)?..	55
<b>Figura N° 22</b> ¿El uso de internet se ha convertido para usted en un entretenimiento y diversión? .....	56

## RESUMEN

En la presente investigación, se propuso identificar los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret en Cajamarca experimentan en Internet en el año 2023. Se empleó una metodología básica con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y descriptivo. La muestra incluyó a 76 alumnas de 1ro a 5to de secundaria, a quienes se les administró un cuestionario como instrumento de recolección de datos. Los resultados principales revelaron que las estudiantes encuentran en Internet una diversidad de usos y gratificaciones, utilizando la plataforma para el entretenimiento a través de juegos en línea, música y compartiendo preferencias. Además, la Internet se percibe como una herramienta valiosa para buscar información actualizada sobre eventos locales, nacionales y regionales, así como para explorar opiniones de terceros sobre temas colectivos. Las alumnas también utilizan la red para expresar emociones y pensamientos en redes sociales, mostrando cierta precaución en la divulgación de información personal.

**PALABRAS CLAVES:** Usos | Gratificaciones | Internet | Redes Sociales.

## ABSTRACT

At present, it was proposed to investigate the Uses and Gratifications that first, second and third grade students of secondary school at the I.E.P. María de Nazaret in Cajamarca experience on the Internet in the year 2023. A basic methodology with a quantitative, non-experimental and descriptive design was used. The sample included 76 students from 1st to 5th grade of secondary school, who were administered a questionnaire as a data collection instrument. The main results revealed that the students find a diversity of uses and rewards on the Internet, using the platform for entertainment through online games, music and sharing preferences. In addition, the Internet is perceived as a valuable tool for searching for up-to-date information on local, national, and regional events, as well as for exploring third-party opinions on collective issues. Students also use the Internet to express emotions and thoughts on social media, showing some caution in the disclosure of personal information.

**KEYWORDS:** Uses | Gratifications | Internet | Social Networks

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

En la era digital actual, la omnipresencia de la Internet ha generado una dependencia creciente en los adolescentes a nivel mundial. El acceso ilimitado a la información, redes sociales y contenido en línea ha llevado a una preocupación generalizada sobre los posibles efectos negativos en el desarrollo psicosocial de los adolescentes, incluyendo problemas de salud mental, disminución del rendimiento académico y desafíos en las relaciones interpersonales.

A nivel internacional, la problemática del uso de Internet por parte de adolescentes en la educación secundaria no es exclusiva de una región o país en particular, sino que es una preocupación global. La globalización de la cultura digital ha llevado a que las adolescentes de todo el mundo compartan experiencias similares en cuanto a la exposición a contenidos en línea, la presión social a través de plataformas de redes sociales y la conexión constante a través de dispositivos móviles. Este fenómeno global plantea la necesidad de abordar la problemática desde una perspectiva internacional, compartiendo mejores prácticas, estrategias y políticas que puedan ayudar a mitigar los posibles impactos negativos del uso excesivo de Internet en la salud y el desarrollo de las adolescentes a nivel mundial.

En el contexto peruano, la situación no es diferente. Los adolescentes peruanos, especialmente aquellos en edad secundaria, enfrentan desafíos relacionados con el uso desmedido de internet. La falta de regulación y supervisión

parental, así como la falta de conciencia sobre los posibles riesgos en línea, contribuyen a que las adolescentes puedan encontrarse expuestas a contenidos inapropiados, ciberacoso y desinformación.

El colegio María de Nazaret posee una rica historia que se remonta a su fundación en el año 1986. Desde sus inicios, la institución ha mantenido un compromiso educativo excepcional, guiado por valores fundamentales arraigados en el lema “Vivan su fe desde el compromiso cristiano de la caridad y amor al prójimo” y “Comprendan el verdadero significado de la eucaristía y la unión con Dios”. Estos principios no sólo orientan la labor educativa, sino también buscan inculcar en las estudiantes una comprensión más profunda de su fe y la importancia de la caridad y el amor hacia los demás.

Ubicado en la zona urbana de Cajamarca, específicamente en la Avenida Rafael Hoyos Rubio 1050, el colegio María de Nazaret se encuentra en una posición estratégica que facilita el acceso a la educación para las jóvenes de la comunidad. La latitud de -7.0856 y la longitud de -78.30217 dan testimonio de su presencia arraigada en la región.

Con respecto a la matrícula estudiantil, según el último censo educativo hasta el año 2022, la institución ofrece clases de nivel secundaria en el turno de la mañana, con aproximadamente 123 alumnas mujeres distribuidas en unas 6 secciones. Esta información revela el compromiso continuo del colegio en proporcionar educación de calidad a un número significativo de estudiantes, contribuyendo así al desarrollo académico y personal de las jóvenes de Cajamarca.

María de Nazaret, se ha observado un aumento en el tiempo dedicado por las adolescentes de secundaria al uso de internet. Esto plantea preocupaciones sobre cómo estas estudiantes están gestionando su tiempo en línea, cómo afecta su desempeño académico y cómo se relaciona con su bienestar emocional. La falta de comprensión sobre los usos y gratificaciones específicas que encuentran en Internet puede limitar la capacidad de la institución educativa para abordar de manera efectiva estos problemas y brindar el apoyo necesario a las adolescentes.

Cuando se mencionan los términos “usos y gratificaciones” en Internet, se hace referencia a los motivos y beneficios específicos que las adolescentes buscan y experimentan al utilizar esta plataforma; en este contexto, los “usos” se refieren a las diversas actividades y funciones que las adolescentes llevan a cabo en línea, mientras que las “gratificaciones” se refieren a las satisfacciones, recompensas o beneficios que obtienen como resultado de esas actividades.

De esta forma, los “usos” incluyen la búsqueda de información para tareas escolares, la participación en redes sociales, la exploración de contenidos de entretenimiento, entre otros. Las “gratificaciones” asociadas a estos usos podrían abarcar desde el logro académico hasta la conexión social, el entretenimiento y la obtención de información relevante para sus intereses.

En este contexto específico, entender los “usos y gratificaciones” implica identificar y comprender por qué las adolescentes recurren a Internet, qué actividades específicas realizan en línea y qué beneficios encuentran en esos comportamientos. Esta comprensión más detallada es esencial para abordar las preocupaciones sobre el

tiempo dedicado a Internet, el desempeño académico y el bienestar emocional de las estudiantes en el colegio María de Nazaret.

Este estudio reviste una gran relevancia para las ciencias de la comunicación al arrojar luz sobre los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de secundaria asignan a Internet en el contexto actual. Al explorar detalladamente cómo las jóvenes utilizan la red para fines de entretenimiento, búsqueda de información, expresión emocional y construcción de identidad digital, se proporciona una visión comprehensiva de sus comportamientos y preferencias en el mundo digital. Estos hallazgos no solo enriquecen nuestra comprensión de la interacción de los adolescentes con los medios de comunicación, sino que también ofrecen conocimientos para profesionales de la comunicación, educadores y desarrolladores de contenido digital.

## **1.2. Antecedentes**

### **1.2.1. Internacionales:**

Bajo esa premisa se tienen los siguientes antecedentes, iniciando por el estudio internacional de los autores Acuña y Manríquez (2022) en donde se propuso el objetivo de identificar cual es la motivación de jóvenes entre 15 a 18 años de usar y consumir información noticiosa en una red social de Tik Tok. El estudio empleó una metodología cuantitativa, no experimental, basada en un cuestionario. Teniendo como principales resultados que el 47 % de los encuestados considera a Instagram como red social de uso más frecuente, a su vez prevalece un uso recreativo y de diversión dentro de todos los encuestados.

De similar forma, en el estudio de García (2019) se plasmó el objetivo de identificar las gratificaciones de uso y su asociación al uso problemático de Internet y del smartphone (UPI/S). La metodología fue de tipo cuantitativo, bajo un diseño exploratorio y descriptivo. Se aplicó un cuestionario previamente validado titulado Internet Addiction Test (IAT); en donde se obtuvo como principales resultados de que los usos y gratificaciones asociados en los estudiantes chilenos determinan alto grado de conectividad y hacen uso de Internet mayormente en los factores de participación cívica, las redes sociales, el uso personal y el entretenimiento.

Zibell y Beltrán (2021) en su estudio planteado con la finalidad de identificar los usos y gratificaciones que los estudiantes de la Universidad del Azuay obtienen al utilizar plataformas de música por *streaming*: Spotify. La metodología del estudio fue de diseño no experimental, transversal y cuantitativa. Aplicando una muestra como instrumento a un conjunto de 360 personas. Entre los principales resultados se encontró que la tendencia de consumo de la plataforma de servicio de música por *streaming* Spotify de los estudiantes de la Universidad del Azuay tiene un promedio de escucha diaria de tres horas con 34 minutos, una media superior a las dos horas con 34 minutos del promedio mundial.

### **1.2.2. Nacionales:**

El estudio de Lizana (2021) en su estudio planteó como finalidad describir y comparar el uso de internet de los escolares del VII ciclo de una I.E. Pública y Privada de la ciudad de Huancavelica. Se empleó un estudio descriptivo de corte transeccional,

en una muestra de 206 alumnos a quienes se les suministró un cuestionario. Los resultados fueron que los escolares del colegio particular utilizan el internet con mayor frecuencia en comparación al estatal y que se muestra una tendencia de disminución del acceso a las cabinas públicas en ambas instituciones educativas.

Silva y Vidal (2021) en su estudio se planteó el objetivo de explorar los usos que hacen de YouTube y las gratificaciones obtenidas en su consumo por parte de niños limeños de nueve a once años, en el contexto de confinamiento por el Covid-19. El estudio fue cualitativo, de nivel descriptivo y no experimental. Se empleó una muestra de 16 participantes encontrando que los niños ven contenido en la plataforma YouTube que esté acorde principalmente a su personalidad e intereses *offline*; los hombres muestran más interés en temas de *gaming* y reacciones, mientras que las mujeres disfrutaban más los videos de estilo de vida, manualidades y experimentos.

En el ámbito nacional, se tiene a la tesis presentado por Vallejos (2019) la cual está delimitada por el objetivo de establecer el uso de la red social Facebook en la interacción virtual que presentan los alumnos de secundaria de 4to y 5to año. La metodología fue de tipo exploratorio, descriptivo y diseño no experimental. La muestra se compuso por 60 estudiantes a quienes se les suministró un cuestionario. Los principales hallazgos evidenciaron que se trata de usuarios que utilizan la red social para generar una interacción al compartir fotos, memes, noticias, entre otros; actividad que realiza de manera diaria; otros hallazgos son: el tiempo de conexión a la red social, el cual es de una a tres horas al día.

### 1.3. Bases teóricas

Martínez (2010) considera que el marco teórico de Usos y Gratificaciones se revela como una herramienta fundamental para comprender las motivaciones intrínsecas que impulsan la selección y el uso de los medios de comunicación por parte de los individuos, además se establecieron los cimientos de esta teoría al desafiar la noción de que las audiencias son meros receptores pasivos de información mediática. En cambio, se postuló que las personas son actores activos que eligen los medios y contenidos específicos en función de sus necesidades psicológicas, sociales y emocionales, así como de los deseos que buscan satisfacer.

La teoría de Usos y Gratificaciones ha evolucionado para adaptarse al entorno digital, en particular al contexto de la Internet. En la era contemporánea, donde la conectividad digital permea todos los aspectos de la vida cotidiana, esta teoría proporciona una lente valiosa para examinar cómo las personas interactúan con la vasta gama de opciones que ofrece la red mundial. La adaptación de esta teoría al ciberespacio permite explorar de manera más detallada las motivaciones detrás del comportamiento en línea, considerando las complejidades y la diversidad de experiencias que los usuarios encuentran en plataformas digitales (Gaitán, 2013).

En el contexto de la Internet, la teoría de usos y gratificaciones no sólo examina qué contenidos consumen las personas, sino también por qué eligen consumirlos. Explora cómo las personas buscan activamente la satisfacción de sus necesidades individuales a través de la participación en comunidades en línea, la búsqueda de información, la construcción de identidades digitales y la interacción social a través de diversas plataformas (Valencia, 2014)

## Usos

En el ámbito más amplio de las dimensiones de usos en la teoría usos, se tiene como dimensiones a diversión y relaciones sociales (Martínez, 2010).

### **Dimensión: Diversión**

Referente a la búsqueda de diversión trasciende la mera consumición pasiva de contenido; implica una participación activa en actividades en línea que generen satisfacción emocional y disfrute. Este fenómeno puede manifestarse en diversas formas, como el consumo de contenido humorístico, la participación en juegos en línea, la exploración de plataformas de *streaming* o la interacción en redes sociales para compartir y disfrutar de experiencias divertidas (Martínez, 2010).

### **Dimensión: Relaciones sociales**

En el contexto de la dimensión de relaciones sociales, internet se convierte en un escenario dinámico que permite a las personas, incluidas las adolescentes de secundaria, establecer y cultivar conexiones sociales de diversas índoles. Desde la posibilidad de mantenerse en contacto con amigos y familiares a distancia hasta la oportunidad de conocer y conectarse con nuevas personas que comparten intereses similares, la Internet se presenta como un catalizador poderoso para la expansión y diversificación de las redes sociales (Martínez, 2010).

### **Gratificaciones**

Por otro lado, las dimensiones de gratificaciones reflejan el valor que las personas atribuyen a la información obtenida a través de la Internet, teniendo como dimensiones adicionales a: identidad personal e información (Martínez, 2010).

### **Dimensión: Identidad personal**

La dimensión de identidad personal emerge como una motivación fundamental que refleja el deseo innato de las personas, incluyendo a las adolescentes de secundaria, por mantenerse informadas sobre eventos, noticias y novedades a través de la Internet. Esta dimensión destaca la capacidad de la red global para satisfacer la necesidad humana inherente de conocimiento y comprensión del entorno (Martínez, 2010).

### **Dimensión: Información**

La dimensión de información destaca como un elemento crucial que subraya la importancia de la Internet como una fuente confiable y creíble de información; esta dimensión refleja la confianza que las personas, incluyendo a las adolescentes de secundaria, depositan en la red mundial como un medio confiable para satisfacer sus necesidades informativas (Martínez, 2010).

## **1.4. Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Cuáles son los Usos y Gratificaciones de la Internet en las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca, en 2023?

## **Problemas específicos**

¿Cuáles son las principales necesidades de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret que son satisfechas a través de la Internet en 2023?

¿Cómo asignan las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret utilidades a la Internet en 2023?

¿Cuáles son los hábitos de búsqueda de información en Internet de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria en la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca?

¿Cómo influyen las interacciones en línea en las relaciones sociales de las estudiantes, y qué tan activamente participan en redes sociales y comunidades virtuales?

¿Cómo construyen las estudiantes su identidad personal en entornos digitales, y de qué manera utilizan plataformas en línea para expresar aspectos de su vida personal?

## **1.5. Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca encuentran en la Internet, en 2023.

## **Objetivos específicos**

Identificar las necesidades de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret, que son satisfechas a partir de la Internet, en 2023.

Conocer las utilidades asignadas a la Internet por las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret, en 2023.

Evaluar los hábitos de búsqueda de información en Internet de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca, enfocándose en la frecuencia, duración y propósito de sus búsquedas.

Analizar la influencia de las interacciones en línea en las relaciones sociales de las estudiantes, identificando la frecuencia y naturaleza de su participación en redes sociales y comunidades en línea.

Explorar cómo las estudiantes construyen y presentan su identidad personal en entornos digitales, centrándose en el uso de plataformas en línea para expresar intereses, valores y aspectos de su vida personal.

## **1.6. Hipótesis**

### **Hipótesis general**

Los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de la institución educativa María de Nazaret buscan y encuentran en la Internet, son de aspectos educativos, sociales, de entretenimiento y comunicativos.

### **Hipótesis específicas**

Las estudiantes utilizan la Internet para satisfacer necesidades educativas, sociales y recreativas.

Las estudiantes asignan diversas utilidades a la Internet, incluyendo la búsqueda de información académica, el mantenimiento de relaciones sociales y el entretenimiento.

Las estudiantes utilizan Internet principalmente para obtener información relacionada con sus estudios, contenido de interés personal y desarrollo personal.

Las estudiantes participan activamente en redes sociales y que estas interacciones en línea afectan positiva o negativamente la calidad de sus relaciones sociales.

Las estudiantes utilizan activamente redes sociales y otras plataformas en línea para construir y expresar su identidad personal, influyendo en la forma en que se perciben a sí mismas y son percibidas por los demás.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

El estudio es de tipo básica, puesto que se centra en la generación de conocimiento fundamental sobre los usos y gratificaciones de internet en adolescentes de la Institución Educativa Particular María de Nazaret. Su propósito principal es comprender las motivaciones y comportamientos de estas jóvenes en relación con la tecnología digital, sin buscar la aplicación inmediata de los resultados en intervenciones específicas (Hernández y Mendoza, 2020).

El estudio es de enfoque cuantitativo, puesto que se utilizarán métodos y técnicas estadísticas para recopilar y analizar datos numéricos. El objetivo es obtener resultados cuantificables que permitan identificar patrones, relaciones y tendencias en el uso de internet por parte de las adolescentes, brindando una visión objetiva y cuantitativa de sus comportamientos en línea (Hernández y Mendoza, 2020).

El estudio es de diseño no experimental, puesto que no implica la manipulación de variables ni la intervención controlada en el entorno. Se observarán y describirán los usos de internet de las adolescentes en su contexto natural, sin imponer condiciones artificiales, permitiendo así capturar la realidad de manera auténtica (Hernández y Mendoza, 2020).

El estudio es de nivel descriptivo, puesto que se enfoca en la caracterización detallada de los usos y gratificaciones de internet por parte de las adolescentes. Se buscará identificar y describir las dimensiones específicas de su interacción en línea,

proporcionando una comprensión profunda y detallada de cómo estas jóvenes utilizan la tecnología digital en su vida cotidiana y educativa (Hernández y Mendoza, 2020).

**Relación entre el tema de investigación y la especialidad a nivel metodológico:**

Como estudiante de Ciencias de la Comunicación, mi enfoque se centra en comprender cómo los medios de comunicación y la tecnología digital afectan las interacciones humanas, la construcción de identidades y la difusión de información en la sociedad contemporánea. En este sentido, el tema de investigación sobre los usos y gratificaciones de Internet entre estudiantes de secundaria se alinea perfectamente con mi especialidad.

A nivel metodológico, la investigación se fundamenta en teorías de la comunicación que examinan cómo las personas utilizan los medios para satisfacer necesidades personales y sociales. Esto implica aplicar enfoques como la teoría de usos y gratificaciones, que busca comprender por qué y cómo las personas eligen ciertos medios de comunicación para satisfacer sus necesidades individuales y colectivas.

Además, la investigación implica el análisis de datos cualitativos y cuantitativos relacionados con el comportamiento en línea de los estudiantes, sus patrones de uso de Internet, las plataformas y aplicaciones preferidas, y las gratificaciones que obtienen de ellas. Esto se realiza a través de encuestas, entrevistas y análisis de contenido en línea, utilizando herramientas y métodos de investigación propios de la Ciencias de la Comunicación.

## **2.2. Población y muestra**

Según Arias (2012) la población es un grupo finito o infinito con características similares, definiéndose por el problema y objetivos del estudio, para la cual, se realizarán amplias conclusiones de la investigación. Debido a la definición previa se considera a las 76 alumnas de 1ro a 5to de secundaria del colegio María de Nazaret.

Del mismo modo, Arias (2012) señala que la muestra es un subconjunto característico finito obtenido de la población. Considerando que es una población pequeña, no se empleó ningún tipo de muestreo, intuyendo un muestreo no probabilístico, donde se trabajó con la población en su totalidad.

### **2.2.1. Criterio de Inclusión y Exclusión:**

La elección de la Institución Educativa Privada María de Nazaret en Cajamarca como lugar de estudio se basó en criterios específicos que garantizan la relevancia y la viabilidad de la investigación.

En primer lugar, el colegio fue seleccionado por su disposición a colaborar con la investigación y su interés en contribuir al avance del conocimiento en el campo de la comunicación. Esta colaboración permitió acceder a la población estudiantil y obtener el consentimiento necesario para llevar a cabo el estudio de manera ética y efectiva.

Además, la Institución Educativa María de Nazaret se destacó por su representatividad en términos de diversidad socioeconómica y cultural, lo que permite

obtener una muestra amplia y variada de estudiantes, enriqueciendo así la validez y la generalización de los resultados obtenidos.

Por último, la elección de este colegio se justifica por su relevancia en el contexto educativo de Cajamarca y su infraestructura tecnológica adecuada para el estudio del uso de Internet entre estudiantes de secundaria. Además, la institución presenta características que lo hacen especialmente interesante para el estudio, como programas educativos relacionados con el uso de la tecnología o la educación en medios, lo que proporciona un contexto enriquecedor para la investigación.

### **2.3. Técnicas e instrumentos**

Así mismo, en el presente estudio se utilizó como técnica la encuesta, que dicho sea de paso López y Fachelli (2015) determinan que la encuesta es un método de recolección de información a través de la interrogación de las personas con el propósito de obtener de modo sistemático medidas sobre ideas que proceden de una problemática de investigación antes establecida. Según ello, la técnica utilizada es la encuesta y el instrumento utilizado fue el cuestionario que cuenta con veintidós (22) ítems, algunas de ellas con afirmaciones y negaciones (sí y no) y otras con respuestas de tipo Likert compuestas por: siempre, en ocasiones, casi nunca y nunca.

**Tabla N° 01**

*Técnica e instrumento utilizado en el estudio*

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Aplicación en</b>	<b>Justificación</b>
Encuesta	Cuestionario	76 alumnas	Permitirá comprender cómo las estudiantes utilizan Internet, qué buscan en la red y qué satisfacciones obtienen de su uso

*Fuente: Elaboración Propia*

Para conocer el uso en búsqueda de entretenimiento que le dan a la Internet, se elaboraron las siguientes interrogantes: 01. ¿Usa la Internet para jugar juegos electrónicos en línea? 02. ¿Emplea la Internet para escuchar música y ver vídeos? 03. ¿Usa la Internet para visitar páginas de entretenimiento? 04. ¿El uso de la Internet se ha convertido para usted en un medio de entretenimiento y diversión?

Para determinar el uso social que le dan a la Internet, se plantearon las siguientes interrogantes: 05. ¿Emplea la Internet para buscar nuevos amigos? 06. ¿Usa la Internet para encontrar antiguas amistades? 07. ¿Piensa que a través de la Internet se pueden establecer relaciones cercanas con sus amigos o conocidos? 08. ¿Utiliza la Internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos?

Para determinar el uso afectivo: 09. ¿Utiliza la Internet para establecer relaciones sentimentales? 10. ¿Utiliza la Internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar? 11. ¿En la Internet se encuentra la confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia? 12. ¿Utiliza las redes sociales con la finalidad de sentirse acompañado? 13.

¿Emplea la Internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)? 14.

Le es más fácil expresar sus sentimientos por la Internet (redes sociales)?

Para determinar el uso de expresión o como medio para difundir su opinión ante diversos temas coyunturales: 15. ¿Emplea la Internet (redes sociales) para expresar sus opiniones respecto de sucesos que acontecen en su localidad? 16. ¿Emplea la Internet (redes sociales) para expresar sus opiniones respecto de sucesos que acontecen en el país o el extranjero? 17. ¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)?

Para saber el uso como medio de expresión de sus gustos y preferencias: 18. ¿Utiliza la Internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales? 19. ¿Utiliza la Internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencia en productos audiovisuales (películas, series, telenovelas)? 20. ¿Emplea la Internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento?

Para conocer el uso como medio de información: 21. ¿Utiliza la Internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional? 22. ¿Utiliza la Internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo?

Estas preguntas fueron convenientemente alteradas en la presentación y aplicación del instrumento (encuesta) porque muchas de ellas sirven para cruzar la veracidad de las respuestas dadas por los encuestados.

#### **2.4. Procedimiento de recolección de datos**

En una primera instancia, se procedió a gestionar de manera formal la obtención del permiso necesario a través de la elaboración de un documento dirigido al director del Colegio María de Nazaret. En dicho documento, se proporcionaron detalles acerca de los motivos necesarios de la investigación y los beneficios que esta podría aportar, cabe mencionar que la presentación de esta solicitud tuvo como objetivo principal obtener la aprobación necesaria para llevar a cabo la aplicación del cuestionario de manera ética y responsable.

Una vez recibida la aprobación correspondiente, se avanzó a la siguiente fase del procedimiento, la cual implicaba coordinar la visita al colegio. Esto incluyó la definición precisa de la fecha, la hora y todos los detalles logísticos pertinentes para garantizar una ejecución sin contratiempos en la aplicación del instrumento de investigación.

Durante la visita a las instalaciones del colegio, se dedicaron inicialmente cinco minutos a una explicación clara y detallada destinada a las colegialas. Se les brindó una comprensión completa sobre el propósito de la investigación y la naturaleza de las preguntas que estaban a punto de responder. Después de este período informativo, se distribuyeron los cuestionarios y se asignó un plazo de diez minutos para que las participantes completaran las respuestas de manera reflexiva y cuidadosa.

Concluida la fase de aplicación del instrumento, se llevó a cabo un gesto de agradecimiento hacia todas las personas que colaboraron y participaron en la investigación; este agradecimiento resaltó la importancia de su contribución al proceso de recopilación de datos y la relevancia de su participación para el éxito del estudio.

### 2.4.1. Análisis de datos

**Preparación de datos para análisis:** Antes de iniciar el análisis, se llevó a cabo la preparación de los datos recopilados durante la aplicación del cuestionario. Este paso incluyó la verificación de la integridad de los datos, la codificación adecuada de respuestas y la eliminación de posibles errores o inconsistencias.

**Exploración descriptiva:** Se procedió con una exploración descriptiva de los datos para obtener una visión general de las tendencias y patrones observados. Esto implicó la utilización de estadísticas descriptivas, como medias, desviaciones estándar y gráficos, para resumir y visualizar la información recopilada.

**Análisis de frecuencias:** Se realizaron análisis de frecuencias para examinar la distribución de respuestas en las diferentes variables del cuestionario. Esto permitió identificar las tendencias predominantes de la muestra seleccionada y destacar áreas de interés para un análisis más detallado.

**Análisis comparativo:** Se llevó a cabo un análisis comparativo entre las respuestas de las alumnas de diferentes grados de secundaria (primero, segundo y tercer grado). Este enfoque permitió identificar posibles variaciones significativas en los patrones de uso y gratificaciones de Internet entre los distintos niveles educativos. La comparación permitió establecer si existen semejanzas y diferencias según el rango etario.

**Interpretación de resultados:** Se realizó una interpretación detallada de los resultados obtenidos en cada fase del análisis. Este paso incluyó la conexión de los

hallazgos con los objetivos del estudio y la discusión de implicaciones prácticas y teóricas de los resultados observados.

**Presentación de Resultados:** Finalmente, los resultados fueron presentados de manera clara y estructurada, utilizando gráficos, tablas y texto explicativo. Este paso facilitó la comunicación efectiva de los hallazgos a audiencias diversas, incluyendo la comunidad académica, profesionales de la comunicación y otros interesados.

## 2.5. Aspectos éticos

Desde una perspectiva ética, este estudio consideró cuidadosamente el principio del consentimiento informado al obtener la participación de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret en Cajamarca. Previo a su inclusión en la investigación, se aseguró de que todas las alumnas estuvieran de acuerdo en participar como informantes, al tiempo que se les proporcionó una comprensión clara de sus derechos y responsabilidades en el proceso. Durante la elaboración del cuestionario, se comunicó detalladamente a cada estudiante el propósito de su aplicación, asegurándoles que la recopilación de datos se realizaría exclusivamente con fines académicos. En consonancia con los principios éticos, se garantiza la confidencialidad de la información recopilada, y cualquier referencia a fuentes externas se realizará siguiendo las pautas del formato APA 7ma edición.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

**Tabla N° 02**

*¿Usa internet para jugar juegos electrónicos en línea?*

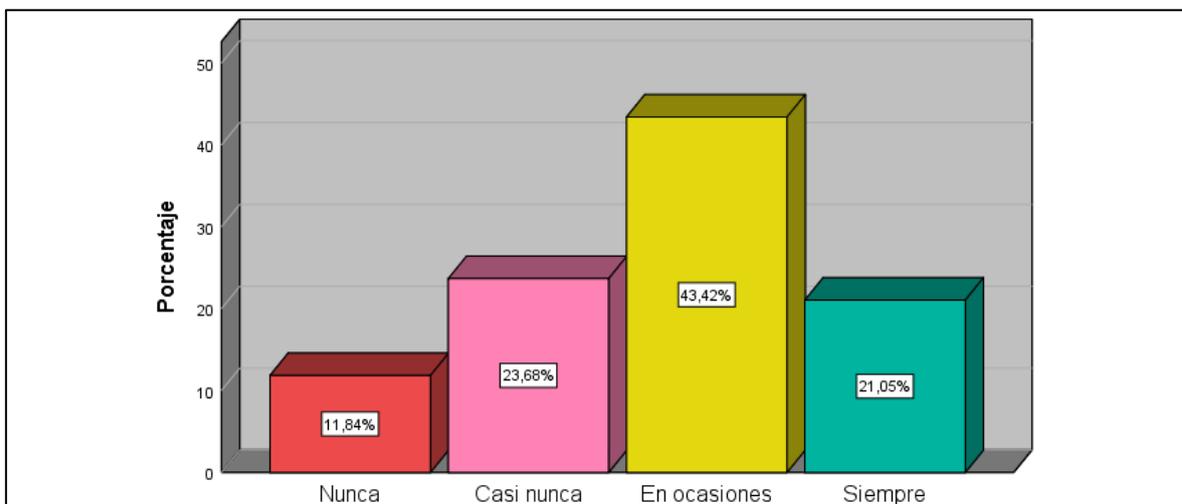
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	11,8	11,8	11,8
Casi nunca	18	23,7	23,7	35,5
En ocasiones	33	43,4	43,4	78,9
Siempre	16	21,1	21,1	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

En la tabla N° 01 se presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet para jugar juegos electrónicos en línea. Se observa que el 11,8 % de los participantes nunca utilizan Internet con este propósito, mientras que el 23,7 % lo hace casi nunca. Por otro lado, el 43,4 % juega en línea en ocasiones, y el 21,1 % lo hace siempre.

**Figura N° 01**

*¿Usa internet para jugar juegos electrónicos en línea?*



*Fuente: Tabla N° 01*

**Tabla N° 03**

*¿Emplea internet para escuchar música y ver videos?*

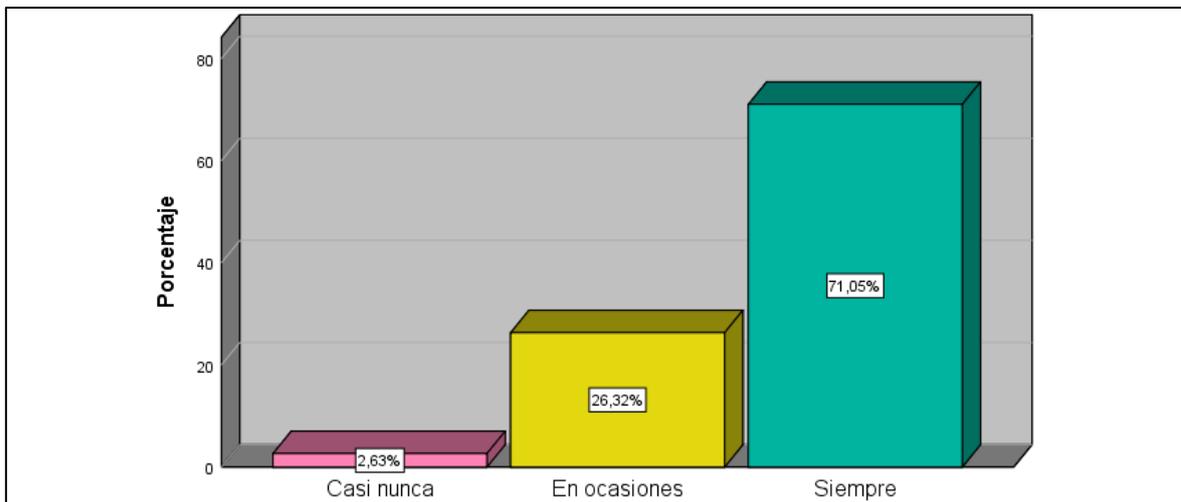
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Casi nunca	2	2,6	2,6	2,6
En ocasiones	20	26,3	26,3	28,9
Siempre	54	71,1	71,1	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 02 presenta la frecuencia y el porcentaje del empleo de Internet para escuchar música y ver videos. Se destaca que sólo el 2,6 % de los participantes casi nunca utiliza Internet con ese propósito, mientras que el 26,3 % lo hace en ocasiones. Por otro lado, el 71,1 % de los encuestados emplea siempre Internet para escuchar música y ver videos.

**Figura N° 02**

*¿Emplea internet para escuchar música y ver videos?*



*Fuente: Tabla N° 02*

**Tabla N° 04**

*¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento?*

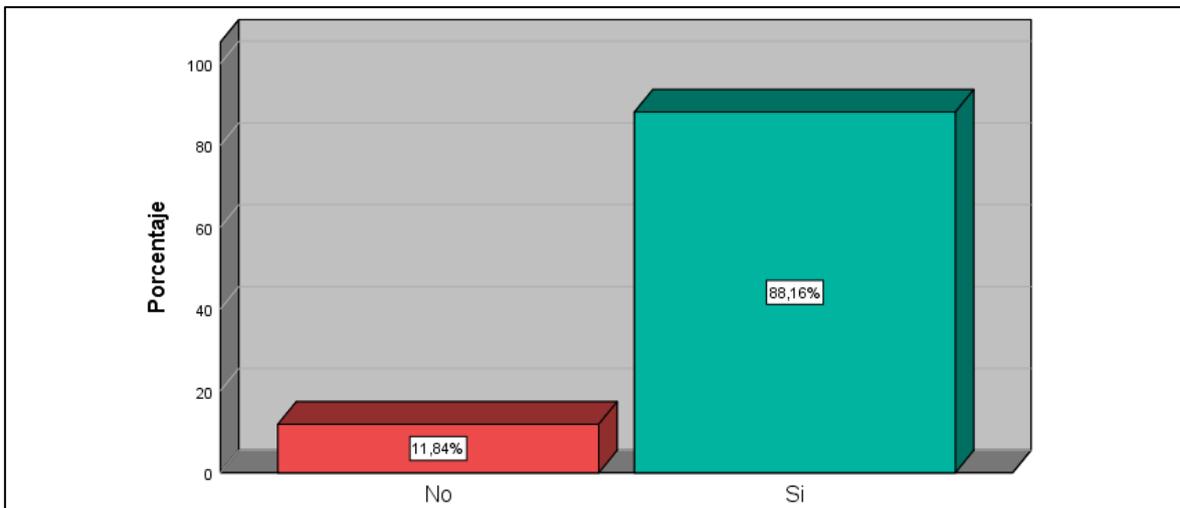
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	9	11,8	11,8	11,8
Sí	67	88,2	88,2	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 03 presenta la distribución de frecuencia del uso de Internet para visitar páginas de entretenimiento. Se observa que el 11,8 % de los participantes no utiliza Internet con este propósito, mientras que el 88,2 % sí lo hace.

**Figura N° 03**

*¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento?*



*Fuente: Tabla N° 03*

**Tabla N° 05**

*¿Emplea internet para buscar amigos?*

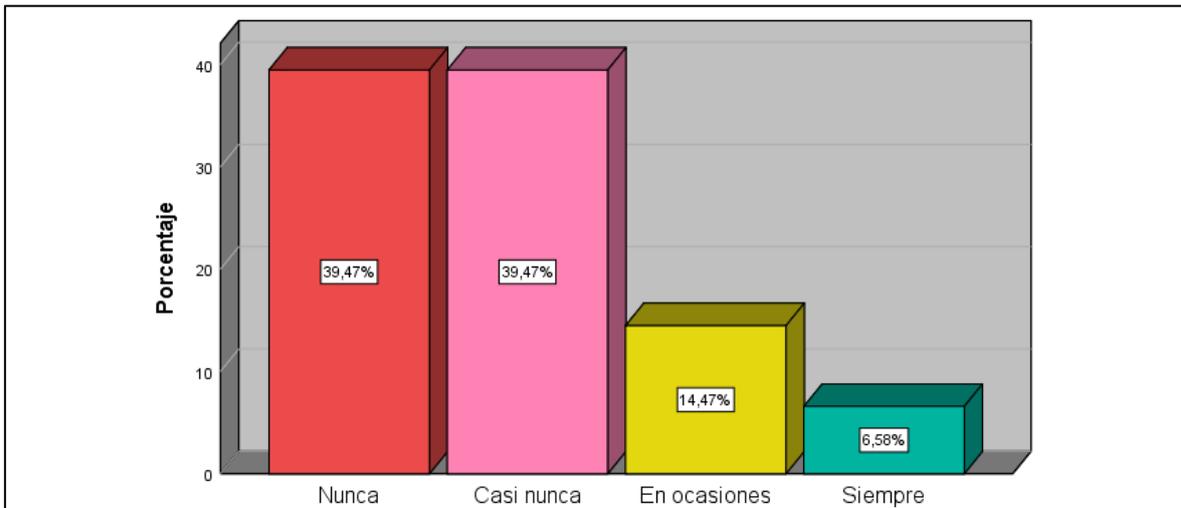
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	30	39,5	39,5	39,5
Casi nunca	30	39,5	39,5	78,9
En ocasiones	11	14,5	14,5	93,4
Siempre	5	6,6	6,6	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 04 presenta la distribución de frecuencia del empleo de Internet para buscar amigos. Se observa que el 39,5 % de los participantes nunca utiliza Internet con este propósito, mientras que otro 39,5 % lo hace casi nunca. Además, el 14,5 % busca amigos en ocasiones, y el 6,6 % siempre lo hace.

**Figura N° 04**

*¿Usa internet para buscar amigos?*



**Tabla N° 06**

*¿Usa internet para encontrar a antiguas amistades?*

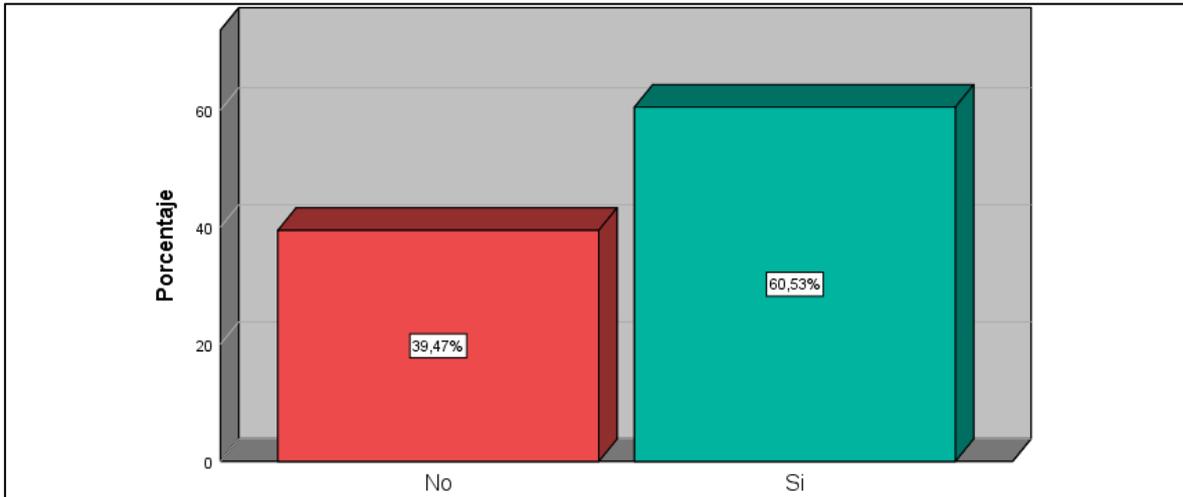
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	30	39,5	39,5	39,5
Sí	46	60,5	60,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 05 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet para encontrar a antiguas amistades. Se observa que el 39,5 % de los participantes no utiliza la Internet con este propósito, mientras que el 60,5 % sí lo hace.

**Figura N° 05**

*¿Usa internet para encontrar a antiguas amistades?*



*Fuente: Tabla N° 05*

**Tabla N° 07**

*¿Para establecer relaciones sentimentales?*

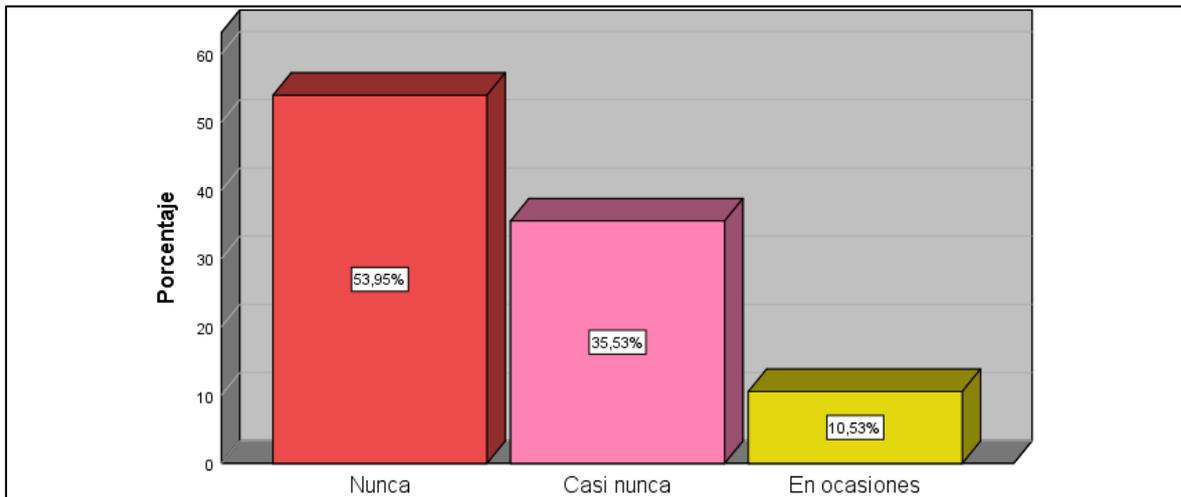
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	41	53,9	53,9	53,9
Casi nunca	27	35,5	35,5	89,5
En ocasiones	8	10,5	10,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 06 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet para establecer relaciones sentimentales. Se observa que el 53,9 % de los participantes nunca utiliza Internet con este propósito, mientras que el 35,5 % lo hace casi nunca. Además, el 10,5 % establece relaciones sentimentales en ocasiones.

**Figura N° 06**

*¿Para establecer relaciones sentimentales?*



*Fuente: Tabla N° 06*

**Tabla N° 08**

*¿Utiliza internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar?*

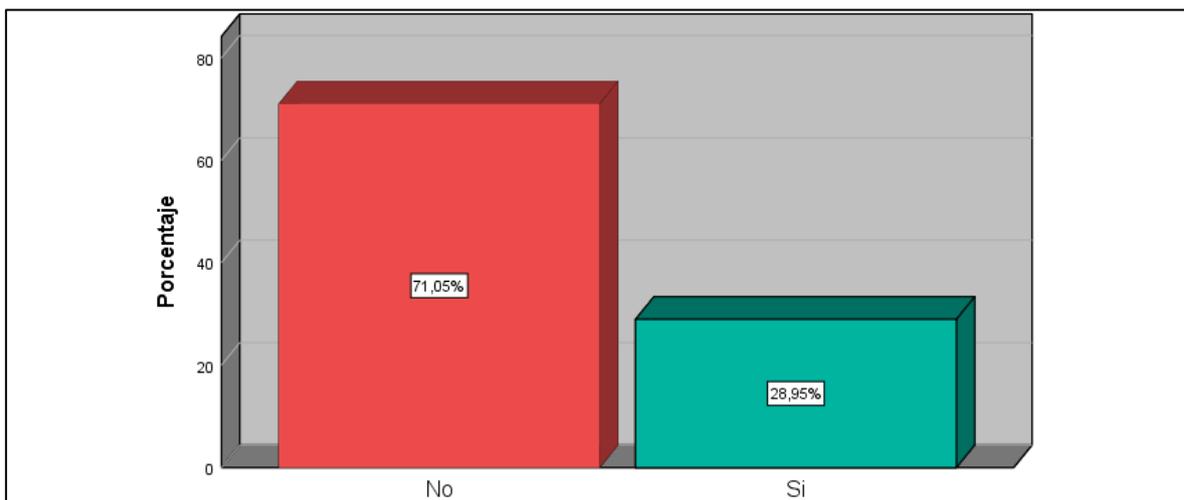
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	54	71,1	71,1	71,1
	Sí	22	28,9	28,9	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 07 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, especialmente redes sociales, para expresar sentimientos respecto a situaciones de la vida familiar. Se observa que el 71,1 % de los participantes no utiliza Internet con este propósito, mientras que el 28,9 % sí lo hace.

**Figura N° 07**

*¿Utiliza internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar?*



*Fuente: Tabla N° 07*

**Tabla N° 09**

*¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en su localidad?*

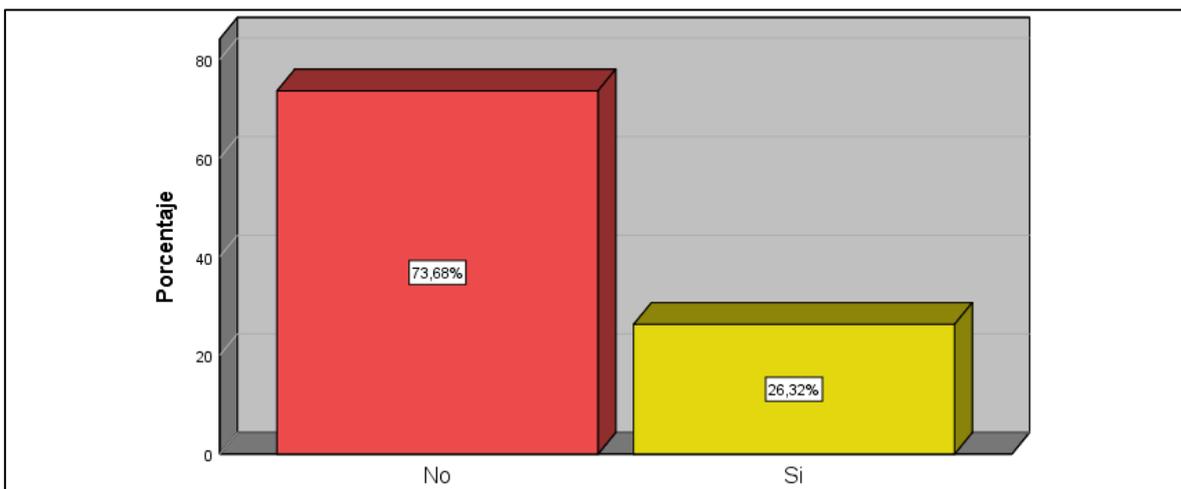
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	56	73,7	73,7	73,7
	Sí	20	26,3	26,3	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 08 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, específicamente redes sociales, para expresar sentimientos sobre sucesos ocurridos en la localidad. Se observa que el 73,7 % de los participantes no utiliza Internet con este propósito, mientras que el 26,3 % sí lo hace.

**Figura N° 08**

*¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en su localidad?*



*Fuente: Tabla N° 08*

**Tabla N° 10**

*¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en el país o el extranjero?*

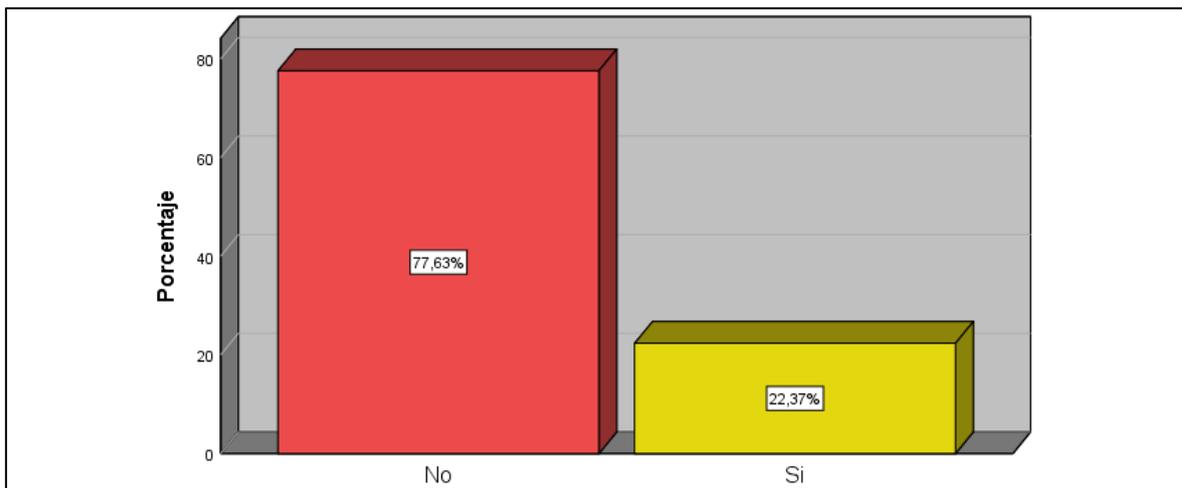
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	59	77,6	77,6	77,6
	Sí	17	22,4	22,4	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 09 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, específicamente redes sociales, para expresar sentimientos sobre sucesos ocurridos en el país o en el extranjero. Se observa que el 77,6 % de los participantes no utiliza Internet con este propósito, mientras que el 22,4 % sí lo hace.

**Figura N° 09**

*¿Emplea la Internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en el país o el extranjero?*



*Fuente: Tabla N° 09*

**Tabla N° 11**

*¿Utiliza la Internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales?*

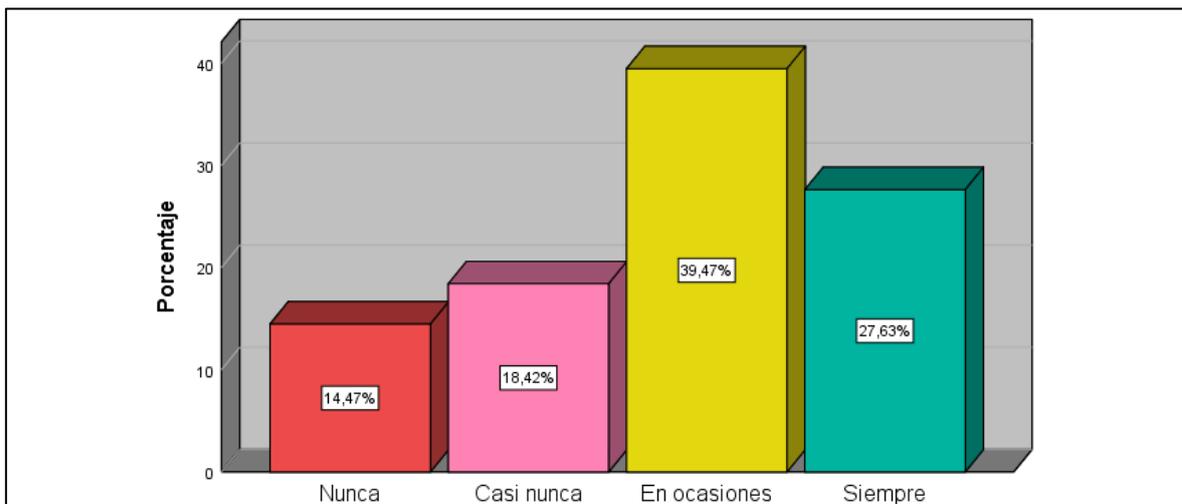
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	14,5	14,5
	Casi nunca	14	18,4	32,9
	En ocasiones	30	39,5	72,4
	Siempre	21	27,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 10 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, específicamente redes sociales, para compartir con los contactos gustos y preferencias musicales. Se observa que el 14,5 % de los participantes nunca realiza esta actividad, mientras que el 18,4 % lo hace casi nunca. Además, el 39,5 % comparte en ocasiones, y el 27,6 % lo hace siempre.

**Figura N° 10**

*¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales?*



*Fuente: Tabla N° 10*

**Tabla N° 12**

*¿Utiliza la Internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias en productos audiovisuales (películas, series, telenovelas)?*

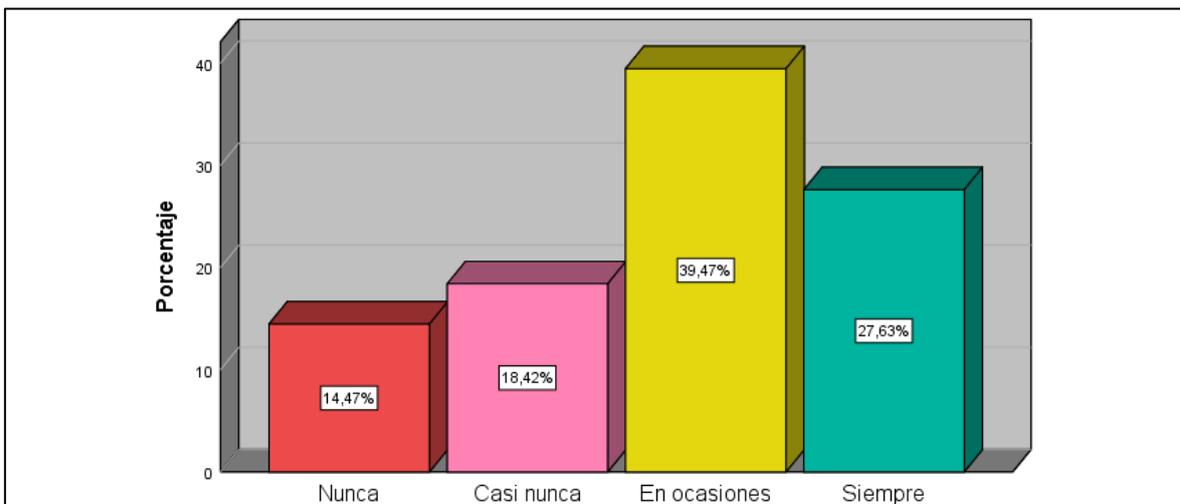
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	14,5	14,5
	Casi nunca	14	18,4	32,9
	En ocasiones	30	39,5	72,4
	Siempre	21	27,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 11 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, específicamente redes sociales, para compartir con los contactos gustos y preferencias en productos audiovisuales. Se observa que el 14,5 % de los participantes nunca realiza esta actividad, mientras que el 18,4 % lo hace casi nunca. Además, el 39,5 % comparte en ocasiones, y el 27,6 % lo hace siempre.

**Figura N° 11**

*¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias en productos audiovisuales (películas, series, telenovelas)?*



*Fuente: Tabla N° 11*

**Tabla N° 13**

*¿Emplea internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento?*

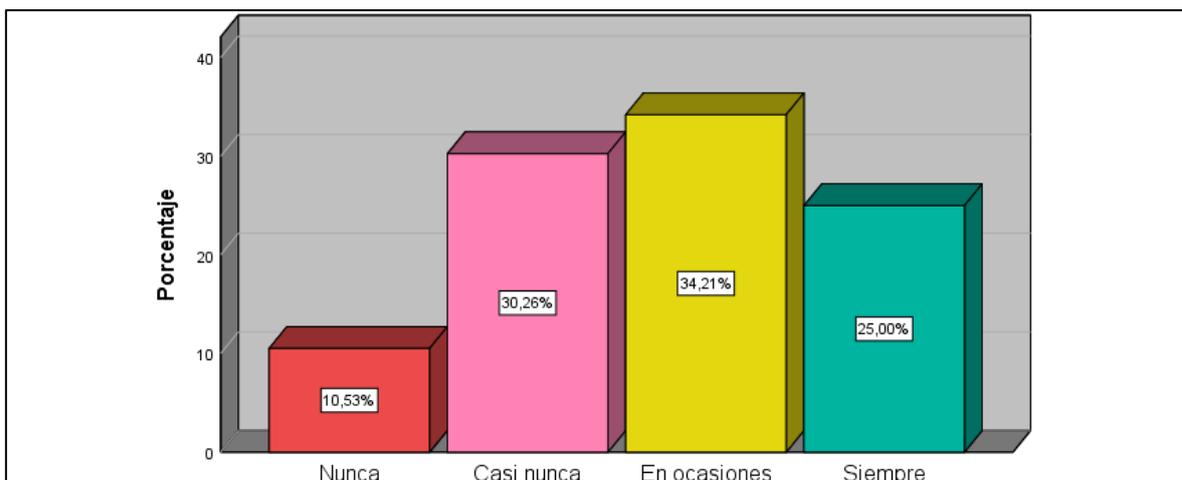
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	10,5	10,5	10,5
	Casi nunca	23	30,3	30,3	40,8
	En ocasiones	26	34,2	34,2	75,0
	Siempre	19	25,0	25,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

La tabla N° 12 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet, particularmente redes sociales, para compartir preferencias en relación con aficiones, diversión y entretenimiento. Se observa que el 10,5 % de los participantes nunca realiza esta actividad, mientras que el 30,3 % lo hace casi nunca. Además, el 34,2 % comparte en ocasiones, y el 25 % lo hace siempre.

**Figura N° 12**

*¿Emplea internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento?*



Fuente: Tabla N° 12

**Tabla N° 14**

*¿Utiliza internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional?*

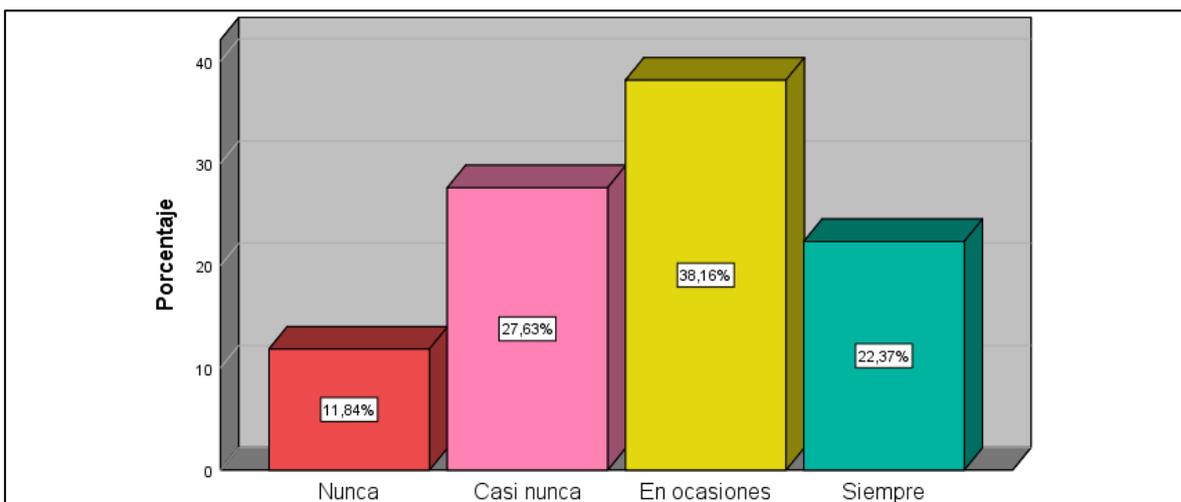
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	11,8	11,8	11,8
Casi nunca	21	27,6	27,6	39,5
En ocasiones	29	38,2	38,2	77,6
Siempre	17	22,4	22,4	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 13 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de Internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional. Se observa que el 11,8 % de los participantes nunca utiliza la Internet con este propósito, mientras que el 27,6 % lo hace casi nunca. Además, el 38,2 % se informa en ocasiones, y el 22,4 % lo hace siempre.

**Figura N° 13**

*¿Utiliza internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional?*



*Fuente: Tabla N° 13*

**Tabla N° 15**

*¿Utiliza internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo?*

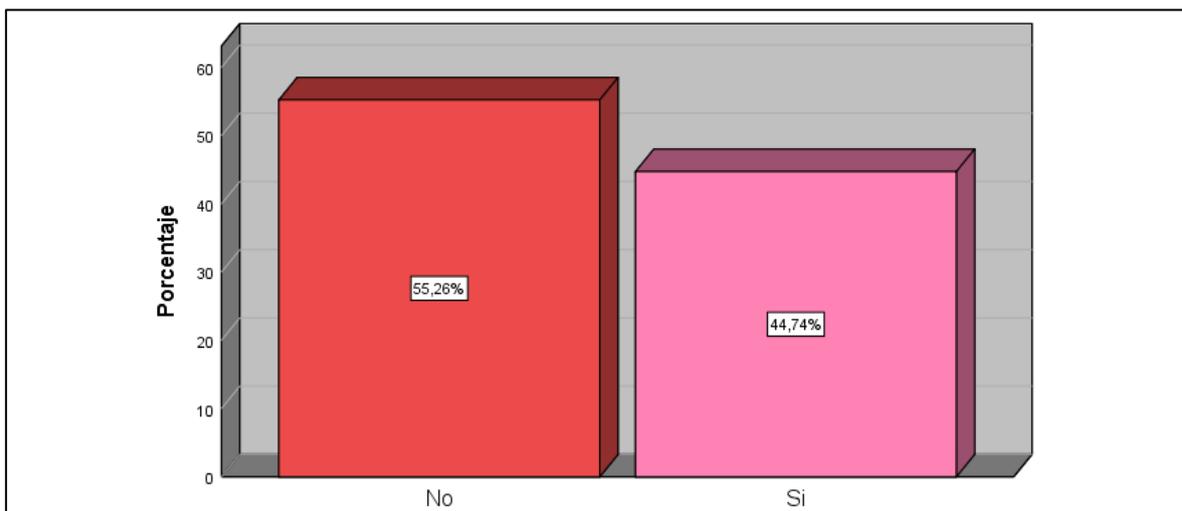
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	42	55,3	55,3	55,3
	Sí	34	44,7	44,7	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 14 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje del uso de la Internet para conocer las opiniones de los demás respecto a temas de interés colectivo. Se observa que el 55,3 % de los participantes no utiliza Internet con este propósito, mientras que el 44,7 % sí lo hace.

**Figura N° 14**

*¿Utiliza internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo?*



*Fuente: Tabla N° 14*

**Tabla N° 16**

*¿En internet, se encuentra en confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia?*

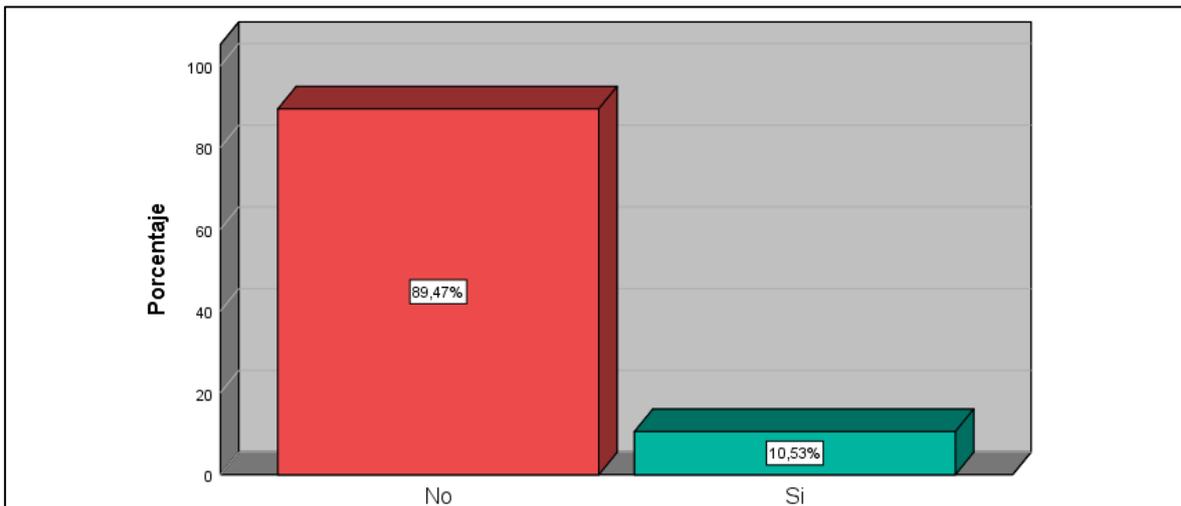
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	68	89,5	89,5	89,5
	Sí	8	10,5	10,5	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 15 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje en cuanto a la confianza para compartir información personal y familiar en Internet. Se observa que el 89,5 % de los participantes no se siente en confianza para compartir esta información, mientras que el 10,5 % sí lo hace.

**Figura 15**

*¿En internet, se encuentra en confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia?*



*Fuente: Tabla N° 15*

**Tabla N° 17**

*¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)?*

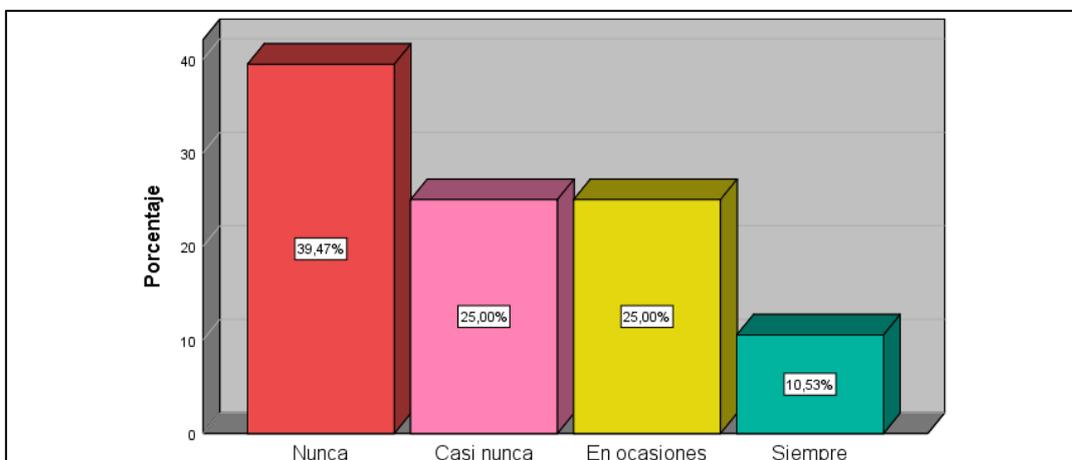
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	30	39,5	39,5	39,5
	Casi nunca	19	25,0	25,0	64,5
	En ocasiones	19	25,0	25,0	89,5
	Siempre	8	10,5	10,5	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 16 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con la disposición para compartir información, incluso sobre situaciones y aspectos triviales, en Internet. Se observa que el 39,5 % de los participantes nunca comparte este tipo de información, mientras que el 25 % lo hace casi nunca. Además, el 25 % comparte en ocasiones, y el 10,5 % lo hace siempre.

**Figura N° 16**

*¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)?*



*Fuente: Tabla N° 16*

**Tabla N° 18**

*¿Establece relaciones cercanas con tus amigos y conocidos?*

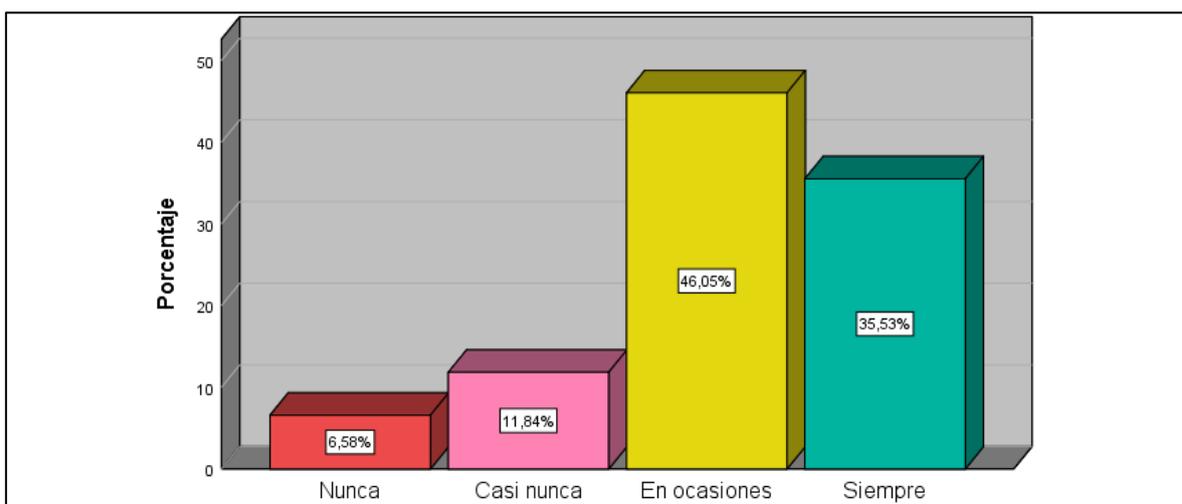
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	6,6	6,6	6,6
Casi nunca	9	11,8	11,8	18,4
En ocasiones	35	46,1	46,1	64,5
Siempre	27	35,5	35,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 17 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con la frecuencia de establecer relaciones cercanas con amigos y conocidos. Se observa que el 6,6 % de los participantes nunca establece relaciones cercanas, mientras que el 11,8 % lo hace casi nunca. Además, el 46,1 % lo hace en ocasiones, y el 35,5 % siempre establece relaciones cercanas.

**Figura N° 17**

*¿Establece relaciones cercanas con tus amigos y conocidos?*



*Fuente: Tabla N° 17*

**Tabla N° 19**

*¿Utiliza las redes sociales con el fin de sentirse acompañado?*

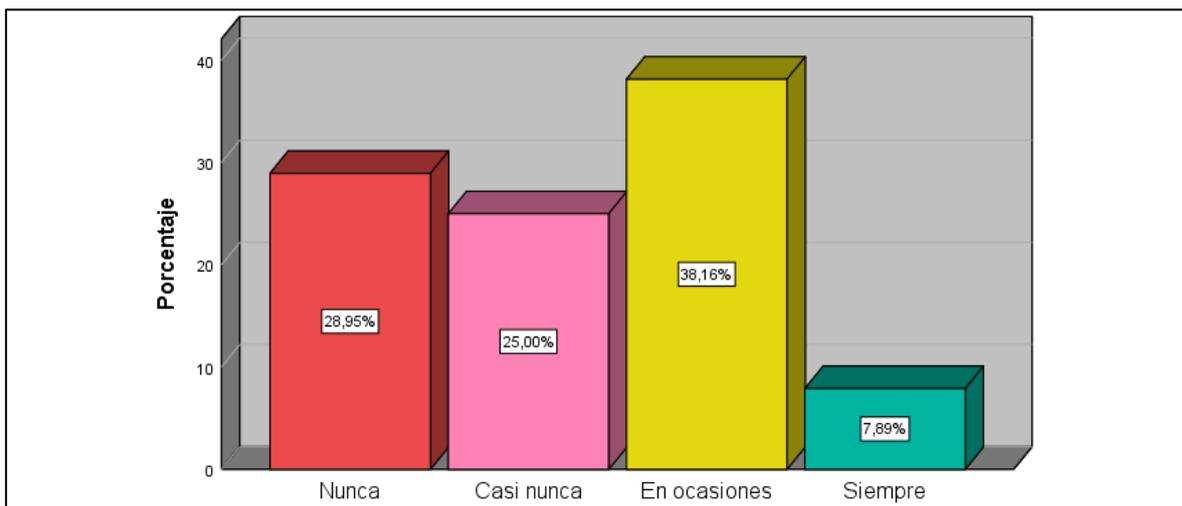
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	22	28,9	28,9	28,9
Casi nunca	19	25,0	25,0	53,9
En ocasiones	29	38,2	38,2	92,1
Siempre	6	7,9	7,9	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 18 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con el uso de las redes sociales con el propósito de sentirse acompañado. Se observa que el 28,9 % de los participantes nunca utiliza las redes sociales para este fin, mientras que el 25 % lo hace casi nunca. Además, el 38,2 % lo hace en ocasiones, y el 7,9 % siempre utiliza las redes sociales para sentirse acompañado.

**Figura N° 18**

*¿Utiliza las redes sociales con el fin de sentirse acompañado?*



*Fuente: Tabla N° 18*

**Tabla N° 20**

*¿Emplea el internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)?*

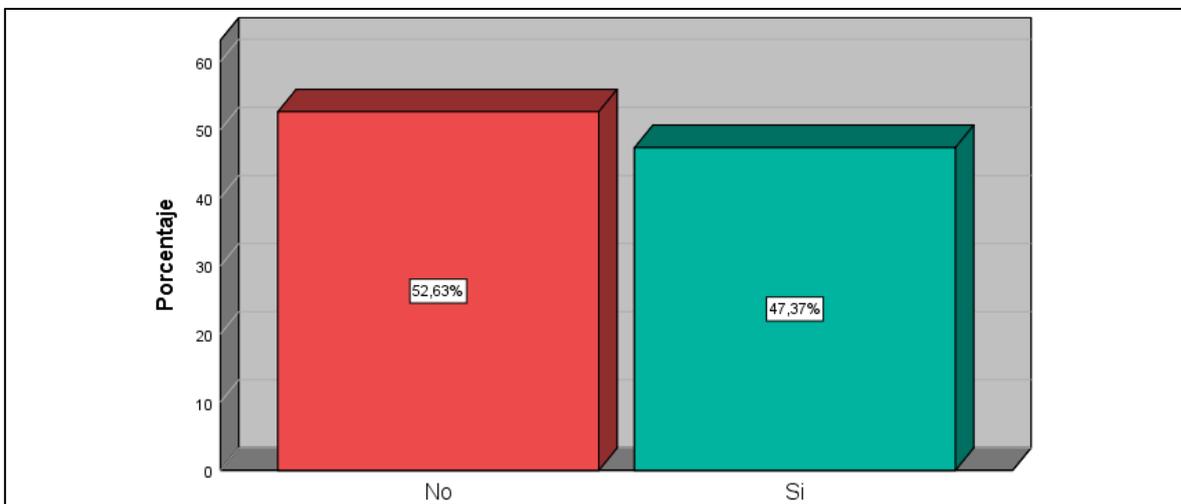
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	40	52,6	52,6	52,6
Sí	36	47,4	47,4	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 19 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con el uso de Internet para transmitir estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo). Se observa que el 52,6 % de los participantes no utiliza la Internet con este propósito, mientras que el 47,4 % sí lo hace.

**Figura N° 19**

*¿Emplea el internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)?*



*Fuente: Tabla N° 19*

**Tabla N° 21**

*¿Utiliza internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos?*

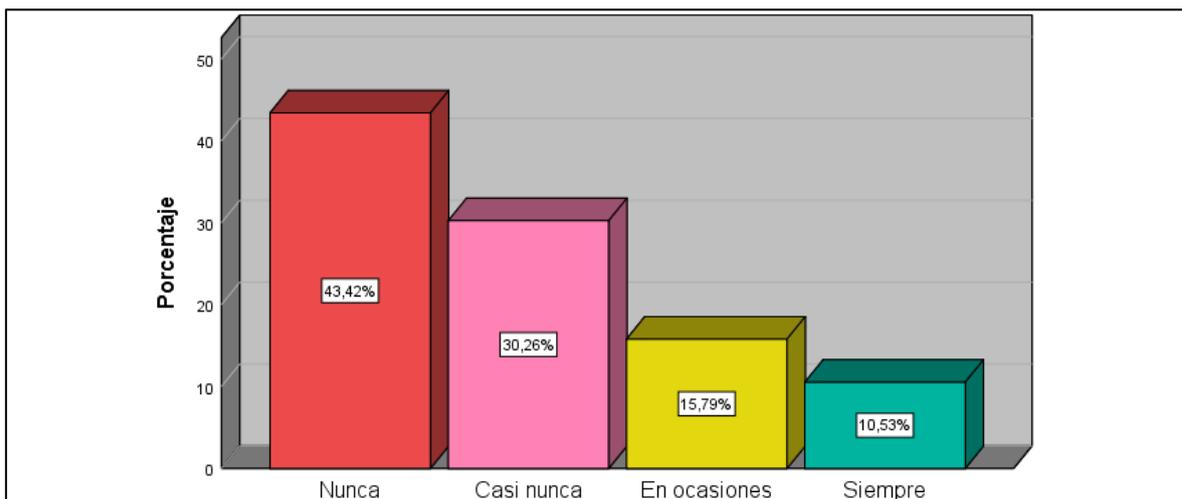
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	33	43,4	43,4	43,4
Casi nunca	23	30,3	30,3	73,7
En ocasiones	12	15,8	15,8	89,5
Siempre	8	10,5	10,5	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 20 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con el uso de la Internet, especialmente redes sociales, debido a dificultades para hacer amigos. Se observa que el 43,4 % de los participantes nunca utiliza Internet con este propósito, mientras que el 30,3 % lo hace casi nunca. Además, el 15,8 % lo hace en ocasiones, y el 10,5 % siempre utiliza la Internet para superar dificultades en la construcción de amistades.

**Figura N° 20**

*¿Utiliza internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos?*



*Fuente: Tabla N° 20*

**Tabla N° 20**

*¿Le es más fácil expresar sus pensamientos por internet (redes sociales)?*

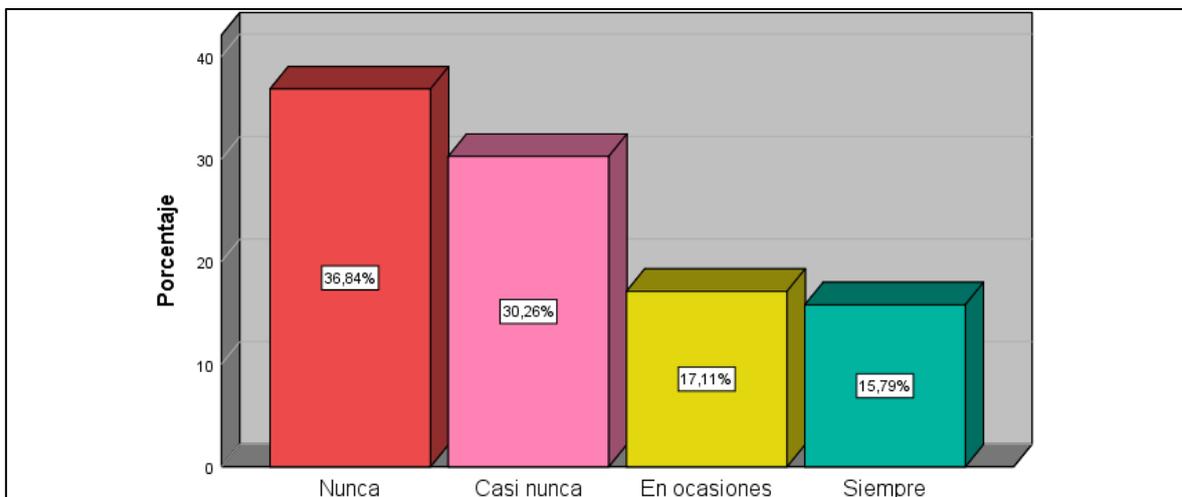
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	28	36,8	36,8	36,8
Casi nunca	23	30,3	30,3	67,1
En ocasiones	13	17,1	17,1	84,2
Siempre	12	15,8	15,8	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 21 presenta la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con la facilidad para expresar pensamientos por la Internet, especialmente en redes sociales. Se observa que el 36,8 % de los participantes nunca encuentra más fácil expresar sus pensamientos por este medio, mientras que el 30,3 % lo hace casi nunca. Además, el 17,1 % lo hace en ocasiones, y el 15,8 % siempre encuentra más fácil expresar sus pensamientos por la Internet.

**Figura N° 21**

*¿Le es más fácil expresar sus pensamientos por internet (redes sociales)?*



*Fuente: Tabla N° 21*

**Tabla N° 23**

*¿El uso de internet se ha convertido para usted en un entretenimiento y diversión?*

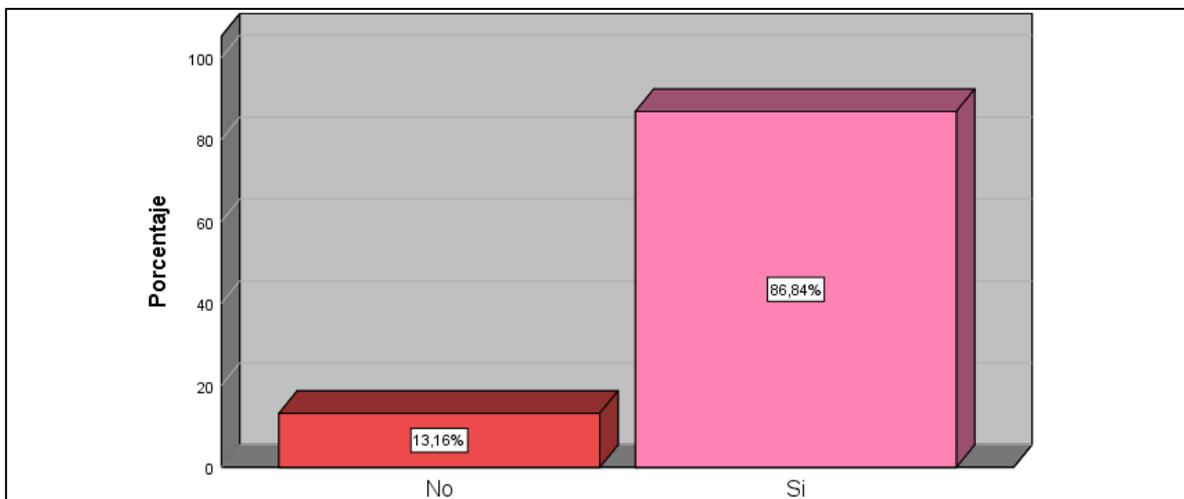
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	10	13,2	13,2	13,2
Si	66	86,8	86,8	100,0
Total	76	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración Propia*

La tabla N° 22 muestra la distribución de frecuencia y porcentaje en relación con si el uso de Internet se ha convertido en entretenimiento y diversión para los participantes. Se observa que el 13,2 % de los participantes no considera el uso de Internet como entretenimiento y diversión, mientras que el 86,8 % sí lo hace.

**Figura N° 22**

*¿El uso de internet se ha convertido para usted en un entretenimiento y diversión?*



*Fuente: Tabla N° 22*

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Las limitaciones que surgieron durante el desarrollo de la presente investigación iniciaron por la coordinación con la directora para obtener el permiso necesario. Este trámite llevó más tiempo del previsto, impactando la planificación y ejecución. Adicionalmente, la reluctancia de algunas alumnas para participar afectó la representatividad de la muestra, introduciendo un posible sesgo de selección. Estas limitaciones subrayan la importancia de interpretar los hallazgos considerando estos aspectos y sugieren oportunidades para mejoras en futuras investigaciones.

### 4.1. Discusión

En el estudio internacional de Acuña y Manríquez (2022), se reconoce la importancia de las interacciones sociales en línea y cómo estas plataformas se utilizan para expresar emociones y opiniones, además que se centra específicamente en la motivación de jóvenes para usar y consumir información noticiosa en TikTok. Sin embargo, a diferencia del presente estudio, se abordan usos más amplios de Internet, incluyendo el entretenimiento, la búsqueda de información, las interacciones sociales y la construcción de identidad digital.

García (2019) reconoce la importancia del entretenimiento como uno de los principales usos de la Internet y destaca que los estudiantes chilenos hacen uso mayoritario de la Internet en factores como participación cívica, redes sociales, uso personal y entretenimiento. De similar manera, en el estudio, se observa que la Internet se utiliza con frecuencia para actividades de entretenimiento y diversión, incluyendo jugar juegos en línea, escuchar música y ver videos. Respecto a las

diferencias encontradas, mientras que García (2019) se centra en la identificación de gratificaciones asociadas al uso problemático de la Internet y *smartphones*, el presente estudio explora una gama más amplia de usos, incluyendo aspectos como la construcción de identidad digital, relaciones sociales y búsqueda de información.

Los autores Zibell y Beltrán (2021) se centran en identificar los usos y gratificaciones de estudiantes universitarios al utilizar la plataforma de música en *streaming* Spotify. Lo cual a diferencia del estudio, se aborda una variedad más amplia de usos de la Internet en estudiantes de secundaria en Cajamarca. En cuanto a las similitudes, ambos estudios utilizan metodologías cuantitativas, con enfoques transversales y diseños no experimentales. Además, en ambos casos, se aplicaron cuestionarios como instrumentos de recolección de datos.

En el caso del estudio de Vallejos (2019) se reconoce la importancia de la interacción virtual y la compartición de contenido en la red social Facebook. Lo cual se asemeja parcialmente al presente estudio puesto que se abordan aspectos más amplios del uso de Internet, incluyendo la construcción de identidad digital, relaciones sociales y búsqueda de información.

#### **4.2. Implicancias**

Las implicancias desde un punto de vista académico, este estudio ofrece contribuciones significativas al entendimiento de los usos y gratificaciones de la Internet entre las estudiantes de secundaria, enriqueciendo la base teórica en comunicación y psicología. En términos prácticos, los resultados proporcionan información valiosa para educadores, profesionales de la comunicación y

diseñadores de contenido digital, quienes pueden aprovechar estos *insights* para mejorar estrategias educativas y adaptar productos y servicios a las necesidades específicas de este grupo demográfico. Desde una perspectiva metodológica, el estudio destaca la eficacia de combinar enfoques cuantitativos y cualitativos, al tiempo que sugiere oportunidades para futuras investigaciones que puedan abordar aspectos más contextuales y participativos en la interacción de las estudiantes con la tecnología.

#### **4.3. Conclusiones**

En cuanto al objetivo general, se encontró que las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret en Cajamarca hacen un uso variado y significativo de Internet. Utilizan la plataforma para una amplia gama de propósitos, desde entretenimiento, como participar en juegos en línea y escuchar música, hasta buscar información actualizada sobre acontecimientos locales, nacionales y regionales. Además, emplean Internet para explorar opiniones de terceros sobre temas colectivos y expresar sus emociones y pensamientos a través de redes sociales, aunque con cierta precaución en la divulgación de información personal. Este hallazgo refleja cómo la construcción de identidad digital se manifiesta en la expresión de gustos y estados de ánimo, contribuyendo así a la creación de una presencia en línea significativa para estas estudiantes.

En cuanto al primer objetivo específico, se destaca que las estudiantes utilizan Internet para satisfacer diversas necesidades, como la búsqueda de información sobre acontecimientos locales, nacionales y regionales, el establecimiento de relaciones

sentimentales, el contacto con amigos y familiares, y la expresión de emociones y preferencias a través de redes sociales. Estos resultados proporcionan una visión integral de cómo las estudiantes de secundaria hacen uso de Internet para satisfacer una variedad de necesidades personales y sociales.

Con respecto al segundo objetivo específico, se observa que las estudiantes asignan diversas utilidades a Internet, incluyendo entretenimiento y diversión, expresión de pensamientos y estados de ánimo, búsqueda de información sobre sus intereses y construcción de relaciones sociales. Además, utilizan Internet para actividades específicas como jugar juegos en línea, escuchar música, ver videos, buscar amigos y expresar sus preferencias. Estos hallazgos destacan la diversidad de usos y funciones que las estudiantes atribuyen a Internet en su vida diaria, subrayando así la importancia de esta plataforma en su experiencia cotidiana.

Respecto al tercer objetivo específico, los datos revelan una diversidad significativa en los hábitos de búsqueda de información de las estudiantes. Estas búsquedas abarcan una amplia gama de temas, como noticias, entretenimiento, relaciones sociales y opiniones de terceros, realizadas con frecuencia variable, desde nunca hasta siempre. Además, se observa que algunas estudiantes utilizan Internet para mantenerse informadas sobre sucesos locales, nacionales o regionales, y para conocer las opiniones de los demás sobre temas de interés colectivo. La variedad en la frecuencia, duración y propósito de las búsquedas refleja una amplia gama de hábitos de búsqueda de información, lo cual resalta la importancia de Internet como fuente de información diversa y accesible para las estudiantes.

Con respecto al cuarto objetivo específico, se evidencia que la participación de las estudiantes en redes sociales y comunidades en línea varía considerablemente. Mientras algunas utilizan Internet para expresar sentimientos y opiniones, la mayoría muestra cautela al compartir información personal y familiar en línea. Estos hallazgos indican que, aunque existen interacciones en línea, las estudiantes tienen preocupaciones sobre la privacidad y la confianza en estas plataformas. Esta precaución resalta la importancia de la seguridad en línea y la necesidad de promover un uso responsable de Internet entre los jóvenes.

Finalmente, respecto al quinto objetivo específico, se observa que las estudiantes utilizan Internet para expresar sus preferencias musicales, opiniones sobre temas de interés colectivo y estados de ánimo. Sin embargo, la mayoría no comparte información detallada sobre su persona y familia en línea, lo que sugiere que la construcción de identidad en entornos digitales se centra más en aspectos seleccionados y menos en detalles personales. Este resultado subraya la importancia de la privacidad y la selección cuidadosa de la información compartida en línea, así como la necesidad de promover prácticas seguras y responsables en el uso de Internet entre los estudiantes.

#### 4.4. Recomendaciones

Es crucial implementar programas educativos que profundicen en las implicaciones de la divulgación de información personal en línea y promover habilidades críticas en medios digitales. Las estudiantes deben recibir orientación sobre el manejo adecuado de la privacidad en las redes sociales, enfatizando la importancia de seleccionar cuidadosamente la información compartida y ajustar las configuraciones de privacidad.

Para maximizar el uso integral de Internet, se sugiere desarrollar iniciativas que abarquen desde la búsqueda de información hasta la expresión de emociones y relaciones sociales. Además, es importante ofrecer orientación específica sobre las distintas utilidades de Internet, resaltando su versatilidad para el entretenimiento, la expresión personal y la construcción de relaciones.

Se recomienda implementar estrategias que fomenten hábitos de búsqueda de información más estructurados, guiando a las estudiantes hacia la evaluación crítica de contenidos en línea. En el ámbito de las redes sociales, diseñar programas de educación digital que aborden la confianza en línea y la gestión de la privacidad, alentando un uso más seguro y responsable.

Además, es esencial destacar la importancia de la selección cuidadosa de la información compartida en línea, promoviendo una construcción de identidad digital que equilibre la expresión personal con la protección de la privacidad. Estas recomendaciones buscan proporcionar un marco sólido para abordar las diversas dimensiones identificadas en el estudio y promover un uso consciente y beneficioso de Internet entre las estudiantes.

## Referencias

- Acuña, I., & Manríquez, J. (2022). *Motivaciones de uso y consumo informativo en Tik Tok de jóvenes adolescentes entre 15 y 18 años del Colegio Dunalastair en 2022* (Doctoral dissertation, Universidad del Desarrollo. Facultad de Comunicaciones).
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica. 6ta.* Fideas G. Arias Odón.
- Gaitán, C. (2013). *Facebook: Usos y gratificaciones entre los adultos emergentes, nativos y migrantes digitales de la ciudad de Guayaquil: Gratificaciones obtenidas del uso de las Fan Pages. Comparaciones entre nativos y migrantes digitales* (Bachelor's thesis, Universidad Casa Grande. Facultad Mónica Herrera).
- García, E. (2019). Estudio transcultural de usos y gratificaciones asociadas al uso problemático de Internet y el smartphone en estudiantes universitarios.
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* Mcgraw-hill.
- Lizana, C. (2021). Uso de internet por estudiantes de educación secundaria en Institución Pública y Privada de la ciudad de Huancavelica-2018.
- Martínez, F. (2010). La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales. In *II Congreso Internacional Comunicación* (Vol. 3).
- Silva, V., & Vidal, S. (2021). El consumo de youtube por niños limeños en el contexto de la pandemia por el Covid-19.

Valencia, R. (2014). Usos y gratificaciones de la web 2.0 por parte de los estudiantes de comunicación social-periodismo de la UPB.

Vallejos, Y. (2019). La red social Facebook en la interacción virtual de los estudiantes del 4to y 5to año de secundaria del colegio particular “Universia”. *Pimentel (Tesis para Licenciada) Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.*

Zibell, M., Beltrán, M. (2021). *Usos y gratificaciones obtenidos por los estudiantes de la Universidad del Azuay al utilizar plataformas de música por streaming: Spotify* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).

## Anexos

### ANEXO N° 1. Matriz operacional

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala	Ítem
Usos	En el ámbito más amplio de las dimensiones de usos en la teoría usos, se tiene como dimensiones a diversión y relaciones sociales	Diversión	Juegos en línea	Ordinal	1
			Entretenimiento		2
			Multimedia		3
			Expresión de Emociones en Línea		4
			Búsqueda y Establecimiento de Amistades		5
			Relaciones		6
		Relaciones sociales	Sentimentales en Línea		7
			Confianza y Compartir Personal en Línea		8
			Redes Sociales y Acompañamiento		9
			Compartir Información en Redes Sociales		10
			Compartir Preferencias y Opiniones en Línea		11
			Uso de Internet para Información y Opiniones		12
Gratificaciones	Por otro lado, las dimensiones de gratificaciones reflejan el valor que las personas atribuyen a la información obtenida a través de la Internet, teniendo como dimensiones adicionales a: identidad personal e información	Identidad personal	Compartir Información en Redes Sociales	Ordinal	13
			Compartir		14
			Compartir Preferencias y Opiniones en Línea		15
		Información	Uso de Internet para Información y Opiniones		16
			Compartir		17
			Compartir Preferencias y Opiniones en Línea		18
			Uso de Internet para Información y Opiniones		19
			Compartir		20
			Compartir Preferencias y Opiniones en Línea		21

## ANEXO N° 2. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b>	<b>1. Objetivo General:</b>	<b>1. Hipótesis General:</b>	<b>Variable</b>		1. Tipo de Investigación: Básica 2. Enfoque: Cuantitativo 3. Alcance: Descriptivo 4. Diseño: No experimental 5. Población: 76 personas 6. Muestra: 76 personas 7. Técnicas: Encuesta 8. Instrumentos: Cuestionario
¿Cuáles son los Usos y Gratificaciones de la Internet en las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca, en 2023?	Determinar los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca encuentran en la Internet, en 2023.	Los Usos y Gratificaciones que las estudiantes de la institución educativa María de Nazaret buscan y encuentran en la Internet, son de aspectos educativos, sociales, de entretenimiento y comunicativos.	Usos	Diversión Relaciones sociales	
<b>2. Problemas Específicos</b>	<b>2. Objetivos Específicos</b>	<b>2. Hipótesis Específicas</b>			
<b>Problema Específico 1</b>	<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Hipótesis Específica 1</b>			
¿Cuáles son las principales necesidades de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret que son satisfechas a través de la Internet en 2023?	Identificar las necesidades de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret, que son satisfechas a partir de la Internet, en 2023.	Las estudiantes utilizan la Internet para satisfacer necesidades educativas, sociales y recreativas.			
<b>Problema Específico 2</b>	<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis Específica 2</b>	<b>Variable</b>		
¿Cómo asignan las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret utilidades a la Internet en 2023?	Conocer las utilidades asignadas a la Internet por las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret, en 2023.	Las estudiantes asignan diversas utilidades a la Internet, incluyendo la búsqueda de información académica, el mantenimiento de relaciones sociales y el entretenimiento.	Gratificaciones	Identidad personal Información	
<b>Problema Específico 3</b>	<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis Específica 3</b>			

<p>¿Cuáles son los hábitos de búsqueda de información en Internet de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria en la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca?</p>	<p>Evaluar los hábitos de búsqueda de información en Internet de las estudiantes de primero, segundo y tercer grado de secundaria de la I.E.P. María de Nazaret de Cajamarca, enfocándose en la frecuencia, duración y propósito de sus búsquedas.</p>	<p>Las estudiantes utilizan Internet principalmente para obtener información relacionada con sus estudios, contenido de interés personal y desarrollo personal.</p>			
<p><b>Problema Específico 4</b></p>	<p><b>Objetivo Específico 4</b></p>	<p><b>Hipótesis Específica 4</b></p>			
<p>¿Cómo influyen las interacciones en línea en las relaciones sociales de las estudiantes, y qué tan activamente participan en redes sociales y comunidades virtuales?</p>	<p>Analizar la influencia de las interacciones en línea en las relaciones sociales de las estudiantes, identificando la frecuencia y naturaleza de su participación en redes sociales y comunidades en línea.</p>	<p>Las estudiantes participan activamente en redes sociales y que estas interacciones en línea afectan positiva o negativamente la calidad de sus relaciones sociales.</p>			
<p><b>Problema Específico 5</b></p>	<p><b>Objetivo Específico 5</b></p>	<p><b>Hipótesis Específica 5</b></p>			
<p>¿Cómo construyen las estudiantes su identidad personal en entornos digitales, y de qué manera utilizan plataformas en línea para expresar aspectos de su vida personal?</p>	<p>Explorar cómo las estudiantes construyen y presentan su identidad personal en entornos digitales, centrándose en el uso de plataformas en línea para expresar intereses, valores y aspectos de su vida personal.</p>	<p>Las estudiantes utilizan activamente redes sociales y otras plataformas en línea para construir y expresar su identidad personal, influyendo en la forma en que se perciben a sí mismas y son percibidas por los demás.</p>			

## ANEXO N° 3. Instrumento

### Encuesta

Universidad Privada del Norte – Cajamarca

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

ENCUESTA

Edad \_\_\_\_\_ Grado de estudio \_\_\_\_\_

La siguiente es una encuesta sobre usos y gratificaciones de internet. Se le solicita colaborar en la recolección de datos, marca con una “x” la respuesta que juzgue conveniente, o escribiendo sobre las líneas punteadas. Gracias por su colaboración.

1) ¿Usa internet para jugar juegos electrónicos en línea?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

2) ¿Emplea internet para escuchar música y ver videos?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

3) ¿Usa internet para visitar páginas de entretenimiento?

- a) Sí
- b) No

4) ¿Emplea internet para buscar amigos?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

5) ¿Usa internet para encontrar a antiguas amistades?

- a) Sí
- b) No

6) ¿Para establecer relaciones sentimentales?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

7) ¿Utiliza internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de situaciones de su vida familiar?

- a) Sí
- b) No

8) ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en su localidad?

- a) Sí
- b) No

9) ¿Emplea internet (redes sociales) para expresar sus sentimientos respecto de sucesos ocurridos en el país o el extranjero?

- a) Sí
- b) No

10) ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias musicales?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

11) ¿Utiliza internet (redes sociales) para compartir con sus contactos sus gustos y preferencias en productos audiovisuales (películas, series, telenovelas)?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

12) ¿Emplea internet (redes sociales) para compartir sus preferencias respecto de aficiones, diversión y entretenimiento?

- a) Siempre

- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

13) ¿Utiliza internet para informarse acerca del acontecer local, nacional y regional?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

14) ¿Utiliza internet para conocer lo que piensan los demás respecto de temas de interés colectivo?

- a) Sí
- b) No

15) ¿En internet se encuentra en confianza para compartir información acerca de su persona y de su familia?

- a) Sí
- b) No

16) ¿Siente que puede compartir información incluso sobre situaciones y/o aspectos triviales (poco importantes)?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

17) ¿Establece relaciones cercanas con tus amigos y conocidos?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

18) ¿Utiliza las redes sociales con el fin de sentirse acompañado?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

19) ¿Emplea el internet para transmitir sus estados de ánimo (alegría, tristeza, enojo)?

- a) Sí
- b) No

20) ¿Utiliza internet (redes sociales) porque se le dificulta hacer amigos?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

21) ¿Le es más fácil expresar sus pensamientos por internet (redes sociales)?

- a) Siempre
- b) En ocasiones
- c) Casi nunca
- d) Nunca

22) ¿El uso de internet se ha convertido para usted en un entretenimiento y diversión?

- a) Sí
- b) No