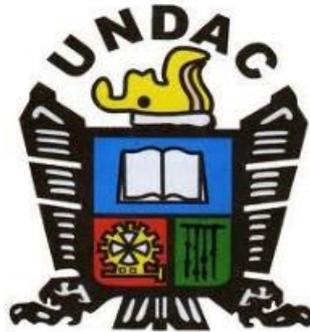


**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO**



TESIS

**Las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del
Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel
Blanco Murillo” – Pasco, 2017**

Para optar el grado académico de maestro en:

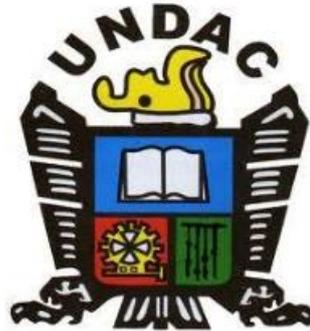
Didáctica y Tecnología de la Información y Comunicación

Autor: Lic. Yvan Roberto SOLANO VERA

Asesor: Dr. Armando Isaías CARHUACHIN MARCELO

Cerro de Pasco – Perú – 2019

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO**



TESIS

**Las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del
Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel
Blanco Murillo” – Pasco, 2017**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

**Dr. Teófilo F. VALENTIN MELGAREJO
PRESIDENTE**

**Mg. Rebeca Hilda PEREZ BONILLA
MIEMBRO**

**Mg. Miguel Angel VENTURA JANAMPA
MIEMBRO**

DEDICATORIA.

A Dios por darme la vida, a mis padres y mi familia por su apoyo incondicional y aliento constante para el logro de mis objetivos.

A mi distinguido asesor, quien es un ejemplo a seguir por su caudal de conocimiento y sapiencia.

A todos los hombres generadores del gran cambio, aquellos que constantemente investigan e innovan soluciones a diversas dificultades que se suscitan en su ardua labor pedagógica.

Yvan Roberto.

RECONOCIMIENTO.

Como autor de la presente tesis de maestría deseo expresar mis agradecimientos a todos aquellos que, de una u otra manera colaboraron al desarrollo y materialización de mis ideas.

En particular, deseo agradecer a los siguientes:

A mis padres, por todo el apoyo moral y material brindando, así como, hacer de mí una persona de bien.

A mi esposa Betty Gladys Bebito Torres, por su comprensión, apoyo y ayuda incondicional. A mis hijos Gerson Daniel, Viana Jamira y Hemima Camilia, frutos de mi amor.

A mi tutor y amigo Juan Artemio Ayala Bonilla, por su exigencia, inapreciables consejos e incondicionalidad, y por sobre todas las cosas, haber hecho de mí un mejor ser humano e interpretar la realidad desde otros puntos de vista.

A Dios por darme la vida y hacer posible la realización de este trabajo; por enseñarnos lo maravilloso que es la vida, la naturaleza y todo lo creado por él, desde el desplazamiento de un simple gusano, hasta la grandiosidad que existe en la tierra, porque nada se produce por azar, sino que todo ocurre por una razón y por necesidad.

A los jóvenes quienes aportaron con sus opiniones para lograr realizar este trabajo de investigación.

RESUMEN

La presente investigación intitulada las Redes Sociales en la Economía Lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, tuvo como finalidad el planteamiento del problema general ¿Qué efectos produce las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?, así mismo de manera consecuente se plantearon las siguientes hipótesis: HG: Las redes sociales produce efectos significativos en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017; H1: Las redes sociales produce efectos significativos en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017; H2: Las redes sociales produce efectos significativos en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, H3: Las redes sociales produce efectos significativos en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

La investigación es de tipo descriptivo-explicativo, diseño pre experimental, que se realizó con una población que estuvo conformada por 220 estudiantes, de la cual se seleccionó una muestra probabilística, conformada por 50 estudiantes, a quienes se aplicó un cuestionario compuesto por 30 ítems.

Luego de la recolección y procesamiento de datos, se contrastó la hipótesis

mediante la Prueba Z, y se llegó a la siguiente conclusión: produce efectos significativo de redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, gran parte de ellos utilizan las nuevas palabras a través de códigos desconocidos creados por ellos mismos y, tienen el mismo significado que las palabras correctamente escritas, se concluye que las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, utilizan con mucha frecuencia los códigos o palabras recortadas con la finalidad de escribir más palabras en menos tiempo, haciendo que sus contactos interpreten de manera normal y forman parte de la comunicación, a través de las redes sociales.

Palabras clave: red social, entorno digital, Economía Lingüística y nuevos códigos.

ABSTRACT

The present research untitled The social networks in the linguistics economy of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute, had as aim the raising general problem, what grade of influence do the networks cause on the linguistics economy of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017? Similarly, in the same sequence raised the hypotheses: GH: Social networks significantly influence the linguistics economy of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017.; H1: The social networks significantly influence the unknown words that use the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017.; H2: The social networks significantly influence the communication through codes of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017.; H3: The social networks significantly influence in the extension of slang of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017.

The research is descriptive-explanatory, correlational design, was conducted with a population consisting of 220 students, from which a probabilistic sample was selected made up of 50 students, to whom a questionnaire of 30 items was applied.

After data collection and processing, the hypotheses was tested using Z test and the following conclusion was reached: there is a significantly relationship between the degree of influence on social networks and linguistic economy of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute – Pasco 2017, most of them use new words through of codes unknown created by

themselves and they have the same meaning as the correctly written words, it is also concluded that the social networks in the linguistic economy of the students of “Gamaniel Blanco Murillo” public higher pedagogical institute– Pasco 2017, they very often use codes or words cut in order to write more words in short time, making their contacts interpret those words in a normal way and are part of the communication, through Facebook, Twitter, YouTube, WhatsApp, etc.

Key words: social networks, digital environment, linguistic economy and new codes.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales en la economía lingüística, es un fenómeno social del el siglo XXI, que viene causando distorsión de dialectos en diferentes países del mundo, provocando malestar por el uso de palabras desconocidas a través de códigos que son generadas por los niños y jóvenes, por lo que me motivó a investigar este deforme social de las redes sociales, cuyo objetivo general es determinar los efectos que produce las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Se puede afirmar que las redes sociales es una nueva forma de interacción y uno de los servicios más utilizados por los internautas actualmente, que constituyen una herramienta de comunicación sin fronteras que permite mantener la proximidad poniendo en contacto a amigos y a personas que se identifican con las mismas necesidades, aficiones o inquietudes. Estos medios, inciden más que nunca en la creación de códigos desconocidos convertidos en jergas que influyen en el individuo y se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo.

Las redes sociales cumplen hoy en día una labor de socialización importante especialmente en los estudiantes, las mismas que ejercen una influencia en la sociedad y en cada uno de sus elementos, principalmente en educación, un gran porcentaje de estudiantes forman parte de este fenómeno social.

Por lo tanto, teniendo en cuenta la evolución enorme que han experimentado las mismas en los últimos años, no es de extrañar que las redes sociales se vayan incorporando paulatinamente en la economía lingüística. Asimismo, se afirman que

las redes sociales han afectado directamente a nuestro entorno social, tanto en la forma de relacionarnos, como de conocer personas, así como otras personas pueden conocernos a nosotros. Esto conlleva muchas ventajas, pero también algunos inconvenientes.

Comencemos por explicar por qué se crean las redes sociales, y porque se llama web 2.0. Cuando se generó el boom de internet (Web 1.0) las empresas generaban contenido y los usuarios los consumían, era una comunicación unidireccional, luego cuando explota la burbuja, la gran cantidad de empresas que existían en internet desaparecen, pero todos aquellos webmasters y editores de contenido continuaron su trabajo en casa de forma independiente y por amor al arte de publicar información en blogs, dichos blogs comenzaron a ser complementados por los usuarios en Foros, de esta forma la comunicación paso a ser bidireccional, lo cual fue llevando a que los usuarios se conectaran entre ellos formando comunidades y compartiendo todo tipo de contenidos que fueran relevantes para ellos. De esta forma nace el concepto de la Web 2.0 y por ende el inicio de los famosos portales que hoy conocemos como Facebook, Twitter, Google plus, MySpace, etc.

Para entender las redes sociales desde el mundo globalizado, debemos asemejarlo a una fiesta, allí se conoce gente y se habla de temas que son comunes y de interés para la gente, en muchos momentos se habla de temas comerciales, pero en otros no, lo importante es entender que son conversaciones, y por ende no se puede interrumpir, ni apropiarse la palabra.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	I
RECONOCIMIENTO.....	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT.....	V
ÍNDICE.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	VII
CAPÍTULO I.....	1
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Identificación y determinación del problema.....	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	3
1.3. Formulación del problema.....	4
1.3.1. Problema General.....	4
1.3.2. Problemas Específicos:.....	4
1.4. Formulación de objetivos.....	4
1.4.1. Objetivo General.....	4
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	5
1.5. Justificación de la investigación.....	5
1.6. Limitaciones de la investigación.....	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. Antecedentes de estudio.....	9
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	10
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	14
2.1.3. Antecedente local.....	17
2.2. Bases teóricas científicas.....	17
2.3. Definición de términos básicos.....	31
2.4. Formulación de hipótesis.....	35
2.5. Identificación de variables.....	36
2.6. Operacionalización de variables.....	37
CAPÍTULO III.....	39
METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	39
3.2. Método de investigación.....	39
3.3. Diseño de investigación.....	40
3.4. Población y Muestra.....	41
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
3.6. Técnicas de procedimiento y análisis de datos.....	48

3.7.	Tratamiento estadístico.....	48
3.8.	Selección y validación de instrumentos de investigación.	49
CAPÍTULO IV.....		56
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.		56
4.1.	Descripción del trabajo de campo.....	56
4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados.	57
4.3.	Prueba de Hipótesis.	80
4.4.	Discusión de resultados.....	87
CONCLUSIONES.		
RECOMENDACIONES.		
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.		
ANEXOS		

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema.

En la actualidad, las redes sociales en la economía lingüística se han convertido en uno de los medios de comunicación más utilizados por la sociedad, pues reflejan la necesidad del ser humano de expresión y reconocimiento, donde muchos se sienten identificados y comparten intereses comunes.

La creación de jerga en las redes sociales es un fenómeno social, porque los estudiantes realizan comunicación escrita utilizando siglas raras, y esto se da con mayor reiteración cuando un grupo de personas que comparte una o más información instantáneamente es con mayor frecuencia el uso de estas nuevas palabras, que resulta comprensible para los miembros de ese grupo utilizar palabras a través de códigos con la finalidad de responder simultáneamente a todos sus contactos pero prácticamente misterioso para los

padres de familia porque están fuera de esa realidad gramatical.

Este medio permite la interacción frecuente entre usuarios de una manera sencilla y rápida, utilizando palabras cercenadas creados por ellos mismos, todo ello permitió a los estudiantes crear lazos con personas desde cualquier parte del mundo, lo cual permite el intercambio de ideas y la oportunidad de integrarse a diferentes grupos. Sin embargo, el uso frecuente de estos códigos desconocidos permite una comunicación que trae problema a los padres de familia porque no entienden el significado de esas palabras recortadas creadas por ellos mismos.

Este proceso de interacción a través de las redes sociales se vio reflejada en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, en donde se llevó a cabo la presente investigación.

Los jóvenes estudiantes sustentan ideas con palabras genéricas u otras que ni siquiera avala el diccionario, pero que se constituyen como registros o códigos sociales propios de su edad. De esta manera se diferencian de los adultos y manifiestan su solidaridad con su grupo de amigos.

El problema es, en los padres de familia, cuando se les confrontó con un cuestionario de diez palabras habituales que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”. Sólo el 4% de los padres las identificaron todas y el 23% consiguió descifrar la mitad, además el 73% no lograron identificar el significado de las palabras desconocidas a través de códigos que utilizan los estudiantes para comunicarse con sus contactos en las redes sociales.

Durante la observación que se realizó en las sesiones de clases de TIC, se pudo notar en los estudiantes el entusiasmo por ingresar al laboratorio y en su mayoría prefirieron utilizar las redes sociales: Facebook durante gran parte de la hora de clase, en realidad se pudo notar más del 90% de los estudiantes utilizan palabras desconocidas en el momento que comparten durante las conversaciones. Esto indica que durante las dos horas de clases que los estudiantes están frente al computador, la gran mayoría de ellos dedican el tiempo al uso de las redes sociales, creando nuevos códigos y desconocidos que permiten entablar conversaciones relacionados a temas coyunturales. De acuerdo a lo expuesto el investigador considera necesario plantear y resolver el siguiente interrogante:

¿Qué efectos producen las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?

1.2. Delimitación de la investigación.

a. Delimitación temporal.

El estudio se llevó a cabo de marzo a diciembre del año lectivo 2017.

b. Delimitación espacial.

La investigación se llevó a cabo en campus del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” de la Ciudad de Cerro de Pasco.

c. Delimitación social.

Comunidad educativa del Instituto de Educación Superior

Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”.

d. Área de influencia.

El espacio de influencia, de la presente investigación está situado en el Distrito de Yanacancha, Provincia de Pasco.

1.3. Formulación del problema.

1.3.1. Problema General.

¿Qué efectos producen las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?

1.3.2. Problemas Específicos:

PE1. ¿Qué efectos producen las redes sociales en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?

PE2. ¿Qué efectos producen las redes sociales en el sentido del mensaje en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?

PE3. ¿Qué efectos produce las redes sociales en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?

1.4. Formulación de objetivos.

1.4.1. Objetivo General.

Determinar los efectos que producen las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco

2017.

1.4.2. Objetivos Específicos:

OE1. Decretar los efectos que producen las redes sociales en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

OE2. Evidenciar los efectos que producen las redes sociales en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

OE3. Establecer los efectos que producen las redes sociales en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

1.5. Justificación de la investigación.

Con la llegada de las nuevas tecnologías e internet, y la aparición de los operadores que compiten en el mercado nacional realizando promociones continuos para acceder a internet, ha cambiado fenomenalmente a niños, jóvenes y adultos en la forma de entablar comunicación con sus pares, a consecuencia de se viene creando palabras desconocidas y es notorio en la actualidad, producto de ello los usuarios no se desprenden del iPhone.

Las nuevas formas de comunicación en la redes sociales es un fenómeno social del siglo XXI, que viene causando distorsión de idiomas en diferentes países del mundo, provocando malestares a padres de familia por el simple hecho de utilizar palabras desconocidas creados por ellos mismos.

En estas últimas décadas las tecnologías de la información y de la comunicación han entrado paulatinamente en las vidas de las personas. Internet, computadoras, celulares, redes sociales “han transformado hábitos y costumbres de las personas, en particular en las formas de comunicarse. A consecuencia de ello los internautas ya no necesitan estar en forma presencial para compartir información con sus pares, el mundo globalizando a través del internet y la filosofía web 2.0 y 3.0 se han convertido en un fenómeno social a través de las redes sociales, niños y jóvenes con más frecuencia y porque no decir adultos también que están migrando para formar parte de esta moda sometándose a usar y crear nuevas palabras a través de códigos raros que confunden sobre todo a las personas mayores de edad, ellos no pueden descifrar estas palabras o códigos desconocidos y se pronostica que en algunos años pasaremos a ser analfabetos digitales, a partir de este contexto por iniciativa propio del investigador a fin de averiguar los significados de la nuevas palabras o códigos modernos que utilizan frecuentemente los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” se hizo seguimiento minucioso para observar en el momento preciso que se comunicaban con sus contactos utilizando palabras desconocidas en el idioma castellano, esas nuevas palabras y desconocidas algunos analistas de la lingüística lo denominaban “jergas” , a partir de este desorden gramatical me ha causado la curiosidad para iniciar la investigación con el objetivo de determinar los efectos que produce las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Es importante mencionar que el desenvolvimiento de los estudiantes en las redes sociales utilizando códigos desconocidos es normal porque no tienen ningún problema en descifrar los significados de estas palabras, mientras para las personas mayores de edad es un problema porque tienen dificultades para descifrarlo y conocer el significado de estas palabras en sí.

Por otro lado esta investigación es de beneficio a todos, pues se ha logrado con ayuda del Talle de Investigación I y II durante la maestría, asimismo la creación de instrumentos con el cual se pudo determinar los efectos que produce las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, pasando por rigurosos procedimientos que fue asesorado por el docente de investigación de la Universidad, que conoce en profundidad el tema, dado que no se encontró un cuestionario adaptado a nuestra realidad, se tomó la iniciativa de esta creación que será para beneficio de los estudiantes y quienes lo crean conveniente.

Debido a los servicios ilimitados de internet y acceso a las redes sociales que brindan los operadores móviles se viene incrementando miles de usuarios en el acceso que a su vez también se está acrecentando la interacción de individuos afanados en crear códigos desconocidos en la escritura que nos propios de la gramática española como moda de comunicación y relacionarnos en la sociedad. El lenguaje se amolda a estos nuevos medios para producir nuevas formas de interacción a nivel mundial, de tal manera los estudiantes explotan todas sus posibilidades de expresión modificando conductas lingüísticas previas y poniendo en tela de juicio algunas cuestiones

tan importantes como el equilibrio entre el lenguaje escrito y el lenguaje oral, esto nos conlleva a realizar una propuesta con la finalidad de poder reconocer este lenguaje de códigos convirtiendo en un nivel vulgar, llegando al extremo por algunos adultos interpretándolo mal, sintiéndose ofendido por el desconocimiento de estas nuevas palabras utilizado frecuentemente por los estudiantes.

1.6. Limitaciones de la investigación.

Habiendo realizado visitas a las diferentes bibliotecas locales y a través del internet no se encontró mucha información referente a la economía lingüística, solo existe algunos artículos que hablan en un 40% sobre este tema. Ello muestra limitaciones para profundizar la investigación, pero pudimos encontrar algunas bibliografías en el internet que me orientó para desarrollar la investigación.

El tiempo disponible para realizar una investigación es limitado por la carga horario que tengo en el trabajo.

Otro de las limitaciones es el aspecto económico porque es indispensable para poder realizar la investigación.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO.

2.1. Antecedentes de estudio.

Indagar por los antecedentes de las redes sociales en la economía lingüística; Si bien es cierto que se han elaborado y publicado informes de investigación, estos no dan una solución plena al problema, no obstante, las más recientes investigaciones permiten consolidar bases fuertes de conocimiento que muestran detalladamente comportamientos del fenómeno y originan “luz en el sendero” para abrir paso a la consolidación de alternativas de solución para dicho problema.

En el internet se encuentran diversidad de artículos y blogs sobre estudios que se han realizado en el uso de las redes sociales y poca información sobre economía lingüística. Asimismo en el contexto internacional, las investigaciones realizadas arrojaron los siguientes resultados:

2.1.1. Antecedentes Internacionales.

(Carrizo, 2012), en su tesis titulado “Influencia de las redes sociales en el factor determinante de transgresión de la comunicación entre adolescentes”, el problema planteado ¿De qué manera influye las redes sociales en el factor determinante de transgresión de la comunicación entre adolescentes?, el objetivo principal fue: determinar la influencia de las redes sociales en el factor determinante de transgresión de la comunicación entre adolescentes, la investigación llega a las siguientes conclusiones:

- Que, la red social influye de manera perjudicial en los jóvenes.
- Es un fenómeno social que es difícil de controlar por los padres de familia.
- Crea adicción que repercute en sus calificaciones en diferentes niveles de la educación.
- Hace que también los jóvenes sean ajenos a las conversaciones en el momento de las reuniones familiares u otros similares saliendo de su realidad.

Se afirma que los jóvenes tienen diferentes etapas en los procesos de su desarrollo, que parejo con el avance de las tecnologías, y forman grupos sociales con sus pares de la misma edad, dejando de lado a los padres de familia, porque es más divertido compartir informaciones con ellos que con sus padres.

Podemos decir que estas consecuencias llevarán consigo a los jóvenes en su personalidad, podemos entender que no es fácil hacer

que dejan, más por el contrario llegaran hasta donde puedan, siempre estarán dependiendo de la tecnología y adicción al uso de las redes sociales, llegando hasta desobedecer ordenes de sus mayores convirtiéndose en rebeldía.

Las redes sociales es un espacio en donde los jóvenes buscan nuevas curiosidades y son los que transmiten estas informaciones con sus pares, la red social más cotizado hoy el día llamado Facebook, es el fenómeno global en donde niños, jóvenes y adultos se encuentran atrapados por el fácil uso de este programa.

Este fenómeno mundial es el más cotizado y la finalidad es compartir información de índole familiar, comercial, amical y otros asimismo uniéndose a grupos en donde les conviene; este programa por la misma forma que está desarrollado no es aburrido más por el contrario es muy divertido, en donde los jóvenes no miden el tiempo, más por el contrario les gustaría estar horas y horas conectado en las redes sociales.

Se ha generado un complejo tipo de traumatismo causado por un cambio súbito, los medios de comunicación se han convertido en una pieza fundamental para la transmisión de las informaciones.

A pesar de la gran admiración de las tecnologías emergentes, están más conectadas que nunca pero también en situación de riesgo. Los sitios web de creación de redes sociales son aplicaciones en línea, la identidad cultural, redes, organización cultural son claves para esta comunicación social. Por ello, hay quienes consideran la tendencia

selfi como acto de vanidad que indica un acto de presentación de uno mismo en una comunidad interrelacionada en red.

(Hernández M. G., 2015). En su tesis “Las redes sociales y su incidencia en la forma en que los jóvenes se comunican y utilizan la lengua: perspectiva de los docentes de lenguaje y comunicación”, el problema planteado por el investigador es: ¿Qué relación existe entre las redes sociales y su incidencia en la forma en que los jóvenes se comunican y utilizan la lengua? el objetivo de la presente investigación es conocer y comprender la relación que existe entre las redes sociales y su incidencia en la forma en que los jóvenes se comunican y utilizan la lengua, y llega a la conclusión de la siguiente manera:

- Existe una confrontación de miradas en torno a las redes sociales, pero la escuela ha centrado su atención principalmente en el riesgo asociado a estas tecnologías, sobre todo aquellos docentes que pertenecen a la clasificación de inmigrantes digitales, quienes parecen estar comunicándose por medio de un lenguaje totalmente distinto al de los estudiantes. Sin embargo, al interior de las mismas instituciones educativas se evidencian esfuerzos por acercar la cultura escolar a los intereses de los adolescentes. Es por ello que otros profesores de menor edad o más familiarizados con la tecnología prefieren asumir el desafío de las redes sociales como una oportunidad y no como una amenaza, promoviendo el uso de ellas de una manera didáctica bajo la

supervisión de padres y docentes.

- Por lo tanto, los profesores relacionan el concepto de redes sociales con la interacción comunicativa, relegando otras funciones como informarse o compartir contenidos, excluyéndolas de las TIC, que tendrían un matiz más educativo. Por esto aluden a las redes sociales como redes de masas, donde las más utilizadas serían Facebook y WhatsApp, no así Twitter, que constituye una red formal que requiere la aplicación de estrategias más complejas para redactar y comprender mensajes breves, pero desafiantes. Por ello, los docentes del Liceo Nacional de Maipú son quienes reconocen que el aspecto más atractivo y destacable de las redes sociales estaría en la posibilidad de emitir una opinión, finalidad que podría vincularse con el ámbito pedagógico, pero sólo a través de esta última red.

Para (Benavides, 2010) en su tesis denominado “El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana - SEDE Quito”, el problema de la investigación ¿De qué manera repercute el impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana - SEDE Quito? el objetivo de la investigación fue: establecer el impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana - SEDE Quito, concluye en su investigación de la siguiente manera:

Que, la red social es un sitio del internet que permiten a las

personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades a través de un denominado código o lenguaje, por lo que a partir de este se puede relacionarse con muchas personas de diferentes edades.

En donde se identifica las caracterizan de las personas por la forma de escribir informaciones en el dialogo.

De ahí podemos decir que, las redes sociales es un fenómeno social en donde se comparte miles de informaciones, a través de videos, imágenes y otros que son relacionados.

La popularidad de las nuevas formas de comunicación en las redes sociales como Facebook y Twitter ha convertido a los usuarios en esclavo por el divertido y sencillo uso de este fenómeno social.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

En su investigación realizado por (Ramírez, 2014), tesis intitulado “la escritura y las redes Sociales en los estudiantes del 2do grado de la Institución Educativa “Coronel Alfonso Ugarte” – Moquegua 2014, el problema de la investigación ¿Qué relación existe entre la escritura y las redes Sociales en los estudiantes del 2do grado de la Institución Educativa “Coronel Alfonso Ugarte” – Moquegua 2014? el objetivo de la presente tesis fue: comprobar la relación que existe entre la escritura y las redes sociales en los estudiantes del 2do grado de la Institución Educativa “Coronel Alfonso Ugarte” – Moquegua 2014, llega a las siguientes conclusiones:

- Los estudiantes del 2do grado de la Institución Educativa

“Coronel Alfonso Ugarte, tienen una gran libertad con la que se logra entablar comunicación con alguien que se encuentre muy lejos por medios electrónicos como ordenadores, celulares, reciproca por adquirir una solución para el intercambio de los elementos de comunicación, estos afectan a todos los usuarios sin distinguir a las personas hombre y mujeres, esta comunicación es de carácter público o privado.

- Las redes sociales les han esclavizado a los estudiantes del 2do grado de la Institución Educativa “Coronel Alfonso Ugarte, muchas veces no miden el tiempo porque las conversaciones que tienen es placentera en donde disfrutan de las experiencias, emociones, sentimientos, y gustos e diferentes idiomas.
- Desde el punto de vista de la fonética, es frecuente encontrar oraciones escritos en las redes sociales, carentes de coherencia y cohesión, sobre todo no tiene reglas en la ortografía se sabe que para los usuarios de esta generación no tiene valor, por lo que se ve la nueva forma de escritura través de códigos desconocidos, ni la real academia conoce estas palabras por lo que podemos decir que hacen uso y abuso de la lengua español para comunicarse en las redes sociales.

Asimismo, (Ascoli, 2014), en su tesis: Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan Adicción en la I.E. Jorge Chávez Rengifo – Planchon, Madre de Dios, el problema planteado por el investigador es ¿Cuál es

el grado de Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan Adicción en la I.E. Jorge Chávez Rengifo - Planchon" Madre de Dios?, el objetivo de la tesis fue: comprobar la influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 Y 24 años que presentan adicción en la I.E. Jorge Chávez Rengifo – Planchon, Madre de Dios Llegando a las siguientes conclusiones:

- Los estudiantes de la I.E. Jorge Chávez Rengifo - Planchon pueden o no escuchar tus palabras, pero perciben tu actitud esta es la que te permitirá establecer relaciones con ellos y ganarte su confianza, y a través de ellas, pensar y ver la vida. La riqueza de estas relaciones y la manera en que aprendemos.
- El uso excesivo de las redes sociales está perjudica la gramática en la I.E. Jorge Chávez Rengifo - Planchón, ya que al ponernos en contacto intercambiamos y construimos nuevas experiencias y conocimientos con ellos; pues tenemos que hacer un esfuerzo para lograr comprender las palabras.
- Según esta segunda lógica y simplificando de nuevo, se trataría de pasar del más al menos, de la intensidad a la normalidad, si tomamos en cuenta que la mayor parte de defender los derechos personales cuando otras personas no los respetan; por eso, las relaciones interpersonales son una búsqueda permanente de convivencia negativa entre hombres y mujeres, esto hace que se quedan muchas horas todos los días, por la misma razón que es

entretenido no hay cuando acabar asimismo existen personas con identidades desconocidas como también personas que dejaron de verse por muchos años, todo ello hace que sean divertido convirtiéndoles en adictos en el uso de estos fenómeno social más usada en estos últimos años el Facebook, sobre todo por el sencillo uso y no se necesita estudiar sino que la necesidad de saber usar tiene que recurrir a los familiares más cercanos. Se ha demostrado que, los jóvenes de la actualidad ya no están presente en hora de la alimentación sentado en la mesa como cuando antes era compartiendo algunas novedades, sino lo hacen tras las pantallas de un computador, desplazándose a través de las teclas de un computador.

2.1.3. Antecedente local.

Se ha indagado en la biblioteca de la UNDAC, Centro Popular Labor y el IESPP “GBM”, no existe tesis alguna, solo proyectos de tesis que obran en la Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, mientras en los demás no se encontrado ninguno.

2.2. Bases teóricas científicas.

2.2.1. Redes sociales.

En la concepción realizado por (Aruguete, 2011), “Las redes sociales es un medio de comunicación masiva que permite tener acercamiento con personas de incluso diversos países; cada vez van innovando de forma sorprendente y se van creando nuevas. Las redes

sociales se están volviendo un medio indispensable ya que incluso diversas empresas y organizaciones las utilizan como medio para el comercio electrónico; publicidad de sus productos, etc. Pueden llegar a ser muy útiles si se les da el uso correcto.

Asimismo también para (Sigüenza, 2010), Una red social está integrado por un número de actores que desempeñan rol social dentro de una sociedad que tienen características similares de acuerdo a algún criterio, normalmente se representan simbolizando mostrando los datos en forma de puntos y todos los puntos.

Por su parte (Cruz, 2011). Las redes sociales es una de las herramientas más cotizadas por los jóvenes de hoy, en la actualidad hasta los niños ya están inmersos al uso de estas herramientas tecnológicas a través de los (celulares), con estas herramientas se interconectan para establecer conversaciones con sus amistades pese estar lejos de esas personas. En la actualidad no es necesario llevar un curso para aprender a navegar en las redes sociales sino la necesidad misma obliga a las personas a que aprendan por descubrimiento haciéndose más interesante y divertido esta situación.

2.2.2. Evolucion historica de las redes sociales.

Las redes sociales tienen sus inicios a mediados de 1995, cuando Randy Conrads crea el sitio Web “classmates.com”. Esta red permite que las personas puedan recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, instituto, universidad, trabajo, entre otros.

En 1997 nace "SixDegrees" y a pesar de lograr 3 Millones de

personas, sus usuarios no estaban conformes con la actividad que ofrecía el sitio.

En 2002 aparecen sitios web promocionando las redes de círculos de amigos en línea. Una de las primeras redes sociales más populares, Friendster, apareció en ese mismo año, y fue creada para ayudar a encontrar amigos de amigos, y desde su comienzo hasta la difusión oficial del sitio, en mayo del 2003, había crecido a la cantidad de 300 mil usuarios.

Hacia 2003 con la aparición de más sitios tales como Tribe, Myspace, Ecademy, Soflow y LinkedIn. La popularidad de estos creció apresuradamente y grandes compañías han entrado en el espacio de las redes sociales. Google lanza en enero del 2004 Orkut apoyando un experimento que uno de sus empleados realizaba en su tiempo libre. En 2005 ingresan Yahoo 360° y otros.

En el año 2004 aparece el Facebook fue creado por Mark Zuckerberg originalmente para apoyar a sus compañeros de aula universitario, luego e fueron sumando otros estudiantes de las diferentes carreras yen donde los usuarios del sitio estaban obligados a proporcionar las direcciones de correo electrónico asociada con las instituciones. Facebook posteriormente se ha ampliado para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales, y finalmente todos los usuarios potenciales de Internet.

Desde entonces diversas redes se han creado, unas permanecen y otras han desaparecido. Un poco antes del 2009 hasta la actualidad,

los principales competidores a nivel mundial son: MySpace, Facebook, Twitter.

Asimismo, la aparición del Google Plus en el 2011, es una red social operada por Google Inc. Google+ se lanzó en junio de 2011. Los usuarios tienen que ser mayores de 13 años de edad, para crear sus propias cuentas. Google+ ya es la tercera red social con más usuarios en el mundo, no por su popularidad sino por enlazarse con YouTube, obteniendo aproximadamente 343 millones de usuarios activos.

Google anunció el cierre definitivo para abril de 2019 por motivos relacionados con errores de seguridad en el acceso a datos privados de usuarios afectados, que podrían ascender hasta el medio millón de cuentas.

2.2.3. Nuevas formas de comunicación.

Se llama cambio o transformación gradual a la aplicación de las nuevas formas de utilizar las tecnologías de la información y la comunicación, que constituye con un grupo de intermediarios relacionados entre sí, el sitio web o ciber sitio es un documento o información electrónica capaz de contener datos relacionadas y comunes a un dominio multifuncional en construcción permanente un conjunto de personas cuyos miembros actúan y se influyen directamente que se identifican con las mismas necesidades y problemáticas organizadas para potenciar sus recursos a un conjunto de personas que desempeñan roles específicos y recíprocos en línea.

2.2.4. Historia de la red social mas cotizado en el mundo – Facebook.

Definición según (Porto, 2010), la red social mas cotizado en toda la planeta es el Facebook indudblemente. Los servicios que ofrece consiste fundamentalmente en la posibilidad de chatear y donde se puede encontrar la amistad, crear contactos interesantes, con los que se podían intercambiar fotos y mensajes, y de unirse a grupos, una de las utilidades que más se desarrollaría posteriormente. El supermuro; compara los resultados en el futuro que permitiría encajar movimientos animados en formato flash. Desde entonces el Facebook comenzó a consentir a todos los usuarios de universidades, algunos no estaban incluidas en el sitio, debido a las peticiones de los usuarios.

2.2.5. Nuevas tecnologías.

Para (Corral, 2010), son nuevas técnicas que han surgido en los últimos años dentro de los campos de la informática y la comunicación, se centran en los procesos de comunicación y las agrupamos con la finalidad de dar una informcion a primera plana en el momento oportuno de los usuarios, gracias a la xistencia de los microprocesadores que existe en casi todos los nuevos aparatos y por la función que tiene ésta en la sociedad actual.

2.2.6. Fenómenos lingüísticos.

(Arellano, 2013). Son elementos que rompen con el uso estándar del lenguaje. Cambios en la pronunciación, suma o eliminación de sonidos, son los más comunes y que seguramente habrás escuchado. Supresión de un sonido al inicio de la palabra. Ejemplo: tkm = te

quiero mucho, tlv = toda la vida, x100pre = por siempre, etc.

Esta definición muy cercana a nuestra investigación, corrobora nuestros enunciados en base al trabajo que se está desarrollando, para ello es necesario mencionar a Paola Celi Arellano, egresada de la especialidad de Lengua y Literatura de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNSM, abordó el tema de las redes sociales y la serie de fenómenos lingüísticos, como el uso desmesurado del “acortamiento” en Facebook, que han traído consigo. “Este uso, por lo general, es motivado por la economía del lenguaje que, en este contexto, es entendida por la mayoría de usuarios como el empleo del menor número de letras en la transmisión de los mensajes. Pero, la proliferación de estas formas acortadas afecta el conocimiento lingüístico de los hablantes, por lo que cabe preguntarse: ¿cuáles son los límites del acortamiento en Facebook?”, añadió.

2.2.7. Comunicación humana y lingüística.

El uso del lenguaje comprende varios aspectos de la comunicación humana mediante lenguas naturales. Estos aspectos comprenden desde la interpretación semántica o significado social de la oraciones en ciertos contextos lingüísticos, tratado por la pragmática; la norma geográfica, por el contrario, afirma que lo correcto es la forma de expresión de una ciudad o de una región, por lo general donde se encuentra la representación digna de imitar. Todos los mensajes, orales y escritos son importantes para el emisor y son emitidos con un propósito particular, tienen la intención comunicativa

de dar a conocer un suceso una emoción, convencer, obtener un favor o realizar una actividad. Todos hablamos con una finalidad.

Asimismo, un principio de economía de comunicación se convierten en asequibles a todo el mundo, y poseen un poder de penetración cada vez mayor. A tal fin todas las lenguas comprende varios aspectos de la comunicación humana mediante lenguas naturales. Estos aspectos engloban desde la interpretación semántica o significado social de la oraciones en ciertos contextos lingüísticos, tratado por la pragmática; hasta los aspectos sociolingüísticos, pasando por los aspectos de política lingüística como la estandarización y de los usos normativos de una lengua.

Asi tambien en la web: <http://palabrasyhechos.blogspot.pe/2012/04/spro-k-ud-ntiend-lo-k-stoy-scribiend.html> define a la Economía lingüística o ley del mínimo esfuerzo; en esta parte podemos expresar que, muchas veces los usuarios de esta generacion se rigen a minimizar o simplificar las palabras haciendo mas rapido la comunicación en menos tiempo, por el uso frecuente de las palabras en codigos o recortadas que les sale conveniente en la hora de cosusmo del internet o o reducir costos invertidos en los celualres.

Se trata, pues, de dar el hace pisble transmitir un maximo de informacion con un consumi mminimo de costo. En la econocmia no afecta el idioma porque se habla sentimentalmente más que lógico. En este concepto el estudio da, por similitud, para la escritura, el sentido en que debe entenderse el análisis del estilo de una lengua oral no

siempre se rige por el principio de eliminar sílabas o de alargar vocales finales para indicar plural, pues a veces la lengua crea una palabra partiendo de la pronunciación de otra extraña.

Pero la reducción es mucho mayor (afectada, me parece, por otras razones nada lingüísticas) y puede ser ininteligible si se trata de leer un mensaje enviado al móvil, tanta que a determinadas edades ya no entendemos los textos de la gente menuda, por lo que necesitamos de un avisado traductor (cualquier pollillo de siete años vale para tal complejísima tarea y sabe lo que significa "mñn x noc dis", acción que ya no está al alcance de subidos cuarentones? si se tiene un mínimo y prudente sentido del ridículo).

Internet: Los científicos y antropólogos. El hombre es un ser cultural y como es sabido la cultura es un hábito que se aprende o se asimila y de crear, esto puede verse claramente si se observa cómo el ser humano se desarrolló hasta el día de hoy. (www.abcpedia.com) El ser humano depende de la cultura en la que vive y el animal del clima en el que vive; el hombre vive en una educación cultural y el animal busca exclusivamente su supervivencia. El hombre, a diferencia de los animales, posee como característica exclusiva la racionalidad. Esta le permite pensar, evaluar y actuar de acuerdo a ciertos principios para satisfacer algún objetivo o finalidad, con los recursos que tiene a su alrededor. Este atributo humano hace que la conducta de nuestra especie sea consciente, en lugar de la instintiva animal, por lo que somos capaces de hacer frente de forma innovadora a problemas que

no habíamos tenido anteriormente.

2.2.8. Adelantos tecnológicos.

Hoy se nos ocurrió que quizás puede ser un buen ejercicio para la memoria y para pensar desde los primeros adelantos tecnológicos de la humanidad, el miedo a lo nuevo y lo ignorado ha ayudado a colocar palos en las ruedas a la ciencia. Por suerte, el paso del tiempo ha ayudado a desbaratar las barreras del analfabetismo y cosas que hasta no hace mucho la sociedad consideraba potencialmente peligrosas, han sido aceptadas e asociadas a nuestra vida diaria. Pese a esta experiencia del pasado, nuevos avances del presente siguen creando miedo y rechazo., adentrarnos un poco en los hitos tecnológicos que cambiaron radicalmente los usos y hábitos de la sociedad durante los últimos cien años.

Asimismo para (West, 2013). La tecnologías es un proceso de riesgos y desafíos para la humanidad con la aparición de los robots, la inteligencia artificial y el aprendizaje de las máquinas evolucionan a paso veloz. Estos avances pueden mejorar la rapidez, la calidad y los costes de bienes y servicios, pero también dejar sin empleo a un gran número de trabajadores.

2.2.9. Ventajas y desventajas de las redes sociales.

Según (Rodríguez, 2013) las redes sociales presentan muchas ventajas para sus usuarios dentro de las cuales destacan:

- ✓ Su alto grado de penetración hace que cualquier persona con conocimientos básicos de internet pueda acceder a ellas,

- ✓ Facilidad de compartir contenidos
- ✓ Constante participación de los miembros propiciando una comunicación efectiva.
- ✓ El uso de aplicaciones tanto para individuos como para empresas. Asimismo identifica dos tipos de desventajas asociadas a las redes sociales:
 - ✓ La privacidad
 - ✓ El alto grado de distracción. Según (Castillo, 2013) las redes sociales pueden llegar a tener una influencia positiva en los reforzamientos de los contenidos de asignaturas, entre sus ventajas menciona:
 - ✓ Para los maestros facilita la asesoría y el reforzamiento de los alumnos.
 - ✓ Facilita el trabajo cooperativo a distancia sin que las personas tengan que estar en el mismo lugar.
 - ✓ Facilidad de comunicación.
 - ✓ Permite al docente comunicarse fácilmente con la comunidad educativa : padres, alumnos, colegas. El mismo autor plantea que algunas desventajas de las redes sociales serian:

2.2.10. Adicción a las redes sociales.

(Odrizola, 2013), conceptualiza la adicción como un grupo de fenómenos fisiológicos, conductuales y cognitivos de variada magnitud, en el que el empleo de sustancias de tipo psicoactivas como el Alcohol, la marihuana o la cocaína, tienen una alta primacía,

generando comportamientos obsesivos y compulsivos que generan una dependencia a este tipo de sustancias para percibir un estado afectivo positivo, clasifica las adicciones en dos tipos, aquellas que involucran una sustancia de tipo psicoactiva, y otras que no incluyen sustancias o drogas.

Los jóvenes hoy día pasan más tiempo navegando en la red que delante del televisor, de hecho está consensuada la aparición de dos especies en la red: los inmigrantes digitales y los nativos digitales. Los primeros serían aquellas personas, de mayor edad que han debido adaptarse a las nuevas tecnologías; mientras que los nativos digitales son las generaciones más jóvenes que han crecido delante de un ordenador y manejan las nuevas tecnologías sin problemas.

La adicción a las redes sociales puede atrapar a los jóvenes gracias a que el mundo virtual contribuye a crear una falsa identidad y a distanciarse o distorsionar el mundo real. El mismo autor define algunas señales de alarma o características de los adolescentes expuestos a la adicción de las redes, dentro de las cuales destacan la privación del sueño y descuidar otras actividades importantes como el contacto con la familia y los estudios. En cuanto a los síntomas que presenta el afectado podrían ser:

- ✓ Revisar Facebook a diario, varias veces al día, o todo el día.
- ✓ Actualizar tu estado, perfil, fotos, etcétera, con frecuencia y etiquetas a tus amigos para recibir comentarios.
- ✓ Las horas de descanso se han reducido en dos horas o más.

- ✓ Pasan las horas antes que te des cuenta que no has hecho nada, excepto navegar en Facebook, Twitter, My Space, Google plus y entre otras más.
- ✓ Los llamados "adictos" (en la gran mayoría menores de 25 años) en un 18% de estos solo pueden estar desconectados apenas un par de horas.

2.2.11. Jergas que imponen las redes sociales.

Las redes sociales han impuesto un nuevo estilo de comunicación en el público juvenil, una serie de jergas que para los más adultos sonarían extrañas pero que son necesarias para sociabilizar en la red. Si pensabas que conociendo términos como “LOL” o “LMAO” ya habías descifrado el idioma en internet, lamentablemente aún no sabes nada, existen una infinidad de abreviaciones y términos que en los últimos años se han popularizado y tienes que conocer.

¿Estás dispuesto a conocer las nuevas jergas online? Entonces toma nota y descifra los siguientes jeroglíficos. De seguro has encontrado más de una vez algunos de estos términos navegando por la red o sosteniendo una conversación virtual.

ntp = no te preocupes

ntc = no te creas

fb = Facebbok

+ = estoy alegre

- Estoy triste

xd = por donde

XD = feliz

SL2= saludos

LVK = La voz kids

2.2.12. Economía lingüística y la jerga.

Es su tendencia natural a favorecer la extensión ciertas jergas profesionales y extranjerismos. Su uso permite incorporar con facilidad nuevas palabras con significados específicos, que ahorran explicaciones. Sin embargo, la difusión de estos términos puede estar restringida fuera de los círculos de origen, presentándose una disyuntiva entre inteligibilidad para un público más amplio y economía del lenguaje.

2.2.13. Ley del mínimo esfuerzo.

Xk tkm ntiend lo k stoy scribiend. ¿Lo entendió? Si no lo entendió seguramente pertenece a la generación de las migrantes digitales, que, como yo, aprendieron a redactar los mensajes con palabras completas. Sabemos que uno de los principios para establecer la norma en las lenguas es la ley del mínimo esfuerzo: utilizar la menor cantidad de palabras para expresar lo que se quiere decir. Pero, en la actualidad, con los mensajes de texto, ¿se aplica realmente este principio o se recurre a la ley del mínimo esfuerzo? En realidad, es obvio que se trata de pereza lingüística.

2.2.14. Sociedad Virtual y la comunicación.

Para (Lara, 2007), Sociedad virtual es un sitio creado por una o

más personas que establecen relaciones a partir de temas comunes. Dialogan, discuten, opinan, mientras su identidad real, incluso su identidad social, puede permanecer oculta. Cada comunidad, llamada también "aldea", elabora un código de acuerdo a las diferentes hablas y procedencias de sus integrantes. "Parece haber en los miembros de estas comunidades una motivación más expresiva que receptiva.

2.2.15. Nuevas Palabras a través de códigos.

Para (Tomás, 2014), Es el léxico común que los cibernautas están propagando en sus interacciones a través de las redes sociales con nuevas palabras a través de códigos no lingüísticos, el objetivo de determinar si esta nueva manera de utilizar el lenguaje favorece determinados procesos de formación de palabras en deterioro de otros. Tras ellos, se han extraído las conclusiones pertinentes sobre los procesos de formación de nuevas frases favorecidos por esta nueva manera de comunicarse más conocido como nuevos códigos.

2.2.16. Nativos e inmigrantes digitales.

Según (Prensky, 2010) existe una brecha que relaciona las edades de los individuos con respecto al acceso y manejo de las herramientas tecnológicas, esta brecha generacional establece diferencias entre los nativos digitales, jóvenes no mayores de 30 años que en muchos, casos, son individuos que nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de la tecnología; y los inmigrantes digitales, personas que han tenido que adaptarse a la era digital y al uso de las nuevas tecnologías, que generalmente nacieron antes de los 80, donde

el desarrollo de la tecnología no era muy prolífico, los mismos se relacionan más con una máquina de escribir que con una computadora de igual manera prefieren el televisor al internet.

2.3. Definición de términos básicos.

2.3.1. Web 2.0.

“Ésa es la belleza de la Web; es una red, no una jerarquía”, “Es más, el sueño de la comunicación entre personas a través de conocimientos compartidos en grupos de todas las edades que interactuasen electrónicamente con tanta facilidad como lo hacen ahora en persona.

2.3.2. Web 3.0.

En su apreciación (Codina, 2012) la Web 3.0 es realmente una teoría más que una práctica como tal, ya que se trata en sí de aplicar herramientas que funcionan a nivel de localización y otras utilidades que en la Web 2.0 ya existen cuatro (4) características que definen a la Web 3.0 y estas marcarían una diferencia no profunda sino más técnica pero visible de la teoría del nacimiento de esta web.

2.3.3. Facebook.

En su definición (Rubín, 2018), Con unos 1,94 mil millones de usuarios en todo el mundo (dato de mayo del 2018), es una red que reina sobre las demás, esa es, sin duda Facebook es un sitio web de redes sociales sin precedente, el cual fue creado originalmente para estudiantes de Harvard, pero ha sido abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios tienen la

oportunidad de participar en una o más redes, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. El sitio originalmente era en inglés y luego por el creciente número de en la actualidad cuenta con más de 68 idiomas en todo el mundo.

2.3.4. Códigos.

Asimismo para (Ullmann, 1965). La Comunicación a través de códigos, es la información que el hombre comunica al oyente y la cosa es el referente, el rasgo no lingüístico sobre lo que se refiere. De este modo, se determina que el sentido del mensaje es un aspecto relevante para que pueda existir una buena comunicación y gracias a este punto se logra adquirir una idea completa de lo que el receptor expresa.

2.3.5. Muro en Facebook.

(Wall) es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos su tu publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, etc. En noviembre de 2011, Facebook comenzó a implementar un sustituto del muro, el cual llevará por nombre Biografía.

2.3.6. Fotos en Facebook.

Facebook permite no solo subir fotos sino también crear álbumes, compartirlos con amigos, etiquetar personas y editar fotos almacenadas.

2.3.7. Regalos en Facebook.

Los regalos o gifts son pequeños íconos con un mensaje. Los regalos dados a un usuario aparecen en la pared con el mensaje del donante, a menos que el donante decida dar el regalo en privado, en cuyo caso el nombre y el mensaje del donante no se exhiben a otros usuarios. Una opción "anónima" está también disponible, por la cual cualquier persona con el acceso del perfil puede ver el regalo, pero solamente el destinatario verá el mensaje. Algunos regalos son gratuitos y el resto cuestan un dólar.

2.3.8. Aplicaciones en Facebook.

Las aplicaciones de Facebook son programas desarrollados por terceros que dotan a Facebook de funcionalidades añadidas que lo hacen más atractivo. Capturar la atención de los usuarios es clave cuando alguien tiene una página en Facebook, ya sea para promocionar un negocio, un evento o un sitio web.

2.3.9. Juegos en Facebook.

Facebook ofrece juegos a sus miembros, convirtiéndose en una plataforma que trasciende el contacto social entre amigos. Algunos juegos son muy populares y tienen millones de usuarios, como FarmVille o Tower Bloxx, entre otros, la mayoría de aplicaciones encontradas en Facebook se relacionan con juegos de rol.

2.3.10. Twitter.

Es una aplicación web gratuita de microblogging que inicio en el año 2006, que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y

la mensajería instantánea. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de mensajes breves de texto a los que se denominan Updates (actualizaciones) o Tweets, por medio de una sencilla pregunta: ¿Qué estás haciendo?.

2.3.11. Google plus.

Google+ (pronunciado y escrito a veces como Google Plus, abreviado como G+ y en algunos países de lengua hispana pronunciado como Google Más) es una red social operada por Google Inc. Google+ se lanzó en junio de 2011. Los usuarios tienen que ser mayores de 13 años de edad para crear sus propias cuentas. Google+ ya es la tercera red social con más usuarios en el mundo, no por su popularidad sino por enlazarse con YouTube, obteniendo aproximadamente 343 millones de usuarios activos.

Google anunció el cierre definitivo para abril de 2019 por motivos relacionados con errores de seguridad en el acceso a datos privados de usuarios afectados, que podrían ascender hasta el medio millón de cuentas.

2.3.12. ¿Cómo funciona google plus?

Google Plus es una plataforma integrada, se puede acceder desde la página principal, o bien pieza a pieza. La experiencia de navegación y uso de una manera o de la otra es igual. En todos los casos se puede compartir: texto, fotos, videos, enlaces, eventos y encuestas. En el caso de las encuestas Google Plus incorpora un

interface para fabricar la encuesta de una manera sencilla y poderla incorporar y presentar a cualquier usuario.

2.3.13. ¿Cuál es el perfil de los usuarios activos de Google+?

En España, el 56,2% accede a la plataforma a través de móvil, frente a un 43,8% que lo hace mediante su ordenador. El 62% son hombres y el 38% mujeres.

Competidores.

A pesar que la categoría de Redes sociales no le encaja perfectamente a Google+, sí que parece que redes sociales como Facebook y otras podrían presentarse como competidores. No obstante Google insiste en afirmar que Google Plus es una plataforma con una capa social, y no tanto una red social donde se concitan audiencias para compartir.

2.4. Formulación de hipótesis.

2.4.1. Hipótesis general.

Las redes sociales produce efectos significativos en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

2.4.2. Hipótesis específicos:

HE1. Las redes sociales produce efectos significativos en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

HE2. Las redes sociales produce efectos significativos en el sentido

del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

HE3. Las redes sociales produce efectos significativos en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

2.5. Identificación de variables.

a) Variable independiente.

Redes sociales.

D1. Fenómeno social en la filosofía web 2.0.

D2. Sociedad virtual.

D3. Ambiente digital.

b) Variable dependiente

Economía lingüística.

D1. Nuevas palabras.

D2. Sentido del mensaje.

D3. La lingüística.

c) Variable interviniente

Estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “G.B.M”..

2.6. Operacionalización de variables.

Tabla N° 01: Operacionalización de la variable Redes Sociales.

Variable.	Definición conceptual.	Definición operacional.	Dimensiones.	Indicadores/Competencias.	Escala de Medición.
REDES SOCIALES	(Arugete, 2011), Una Red Social es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades. En tanto, en la actualidad y a partir de los últimos años este concepto ha sufrido algunos cambios, ya que además comenzó a empleárselo para referir a aquellos sitios de Internet que promueven las comunidades virtuales de acuerdo a los intereses que cada uno posee. Myspace y Facebook son dos las redes sociales más importantes que existen hoy en día en el mundo; reúnen a millones de usuarios y les brindan la oportunidad intercambiar mensajes y archivos con otros miembros de la red. (Cabrera, 2010: 117). Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social, cuyo origen proviene de la filosofía Web 2.0 . Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno digital .	Se utilizó como instrumento para medir las redes sociales en la economía el cuestionario en base a la Escala de razón Likert. Para lo cual, se han considerado 3 dimensiones; Filosofía web 2.0, Comunidad Virtual y Entorno Digital. El Instrumento consta de 30 ítems, con respuestas de valoración: 1, 2, 3 y 4.	Fenómeno social en filosofía web 2.0.	Se expresa en el adelanto de la Web 2.0	Escala de razón 1=Nunca 2=Casi Nunca 3=Algunas Veces 4=Siempre
				Brinda facilidad y velocidad en la utilización a través de aplicaciones	
			Comunidad Virtual.	Establecen relaciones a partir de temas comunes	
				Se adecuan a un códigos de acuerdo a su habla	
			Entorno Digital.	Admiten como un medio al contexto de acciones globales	
				Limita a la personas o pequeño grupo con visión al futuro	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 02: Operacionalización de la variable economía lingüística.

Variable.	Definición conceptual.	Definición operacional.	Dimensiones.	Indicadores/Competencias.	Escala de Medición.
ECONOMIA LINGUISTICA	<p>Para (Pottirer, 1976), acuñado por (Martinet, 1955) Es uno de los principales mecanismos de evolución lingüística, como en cualquier actividad humana existe una tendencia natural a favorecer la extensión de ciertas jergas profesionales y extranjerismos. Su uso permite incorporar con facilidad nuevas palabras con significados específicos, que ahorran explicaciones sin perder el sentido del mensaje. Sin embargo, la difusión de estos términos puede estar restringida fuera de los círculos de origen, presentándose una alternativa fácil para un público más amplio y economía del lenguaje. Existe una tendencia natural al tratar de minimizar el esfuerzo invertido, lo que puede manifestarse en distintas maneras como: acortar, simplificar o abreviar el mensaje de texto y la forma de transmitir una misma información sin perder el sentido del mensaje. . Estas consideraciones se pueden observar tanto en variedades diacrónicas y sincrónicas.</p>	<p>Se utilizó como instrumento para medir las redes sociales en la economía el cuestionario en base a la Escala de razón Likert. Para lo cual, se han considerado 3 dimensiones; Nuevas Palabras, Sentido del Mensaje y Lingüística, con respuestas de valoración: 1, 2, 3 y 4.</p>	Y1. Nuevas Palabras	<p>Y1.1. Las nuevas formas de escritura. Y1.2. Nuevos códigos en el lenguaje comunicativo. Y1.3. Palabras desconocidas en códigos modernos. Y1.4. Códigos desconocidos para comunicarse. Y1.5. Economía lingüística igual palabras cortadas. Y1.6. Los celulares como medios de comunicación Y1.7. Los códigos modernos son considerados jergas. Y1.8. Nuestra lengua viva se transforma cada vez. Y1.9. Palabras recortadas es una moda Y1.10 Nuevos códigos en el lenguaje comunicativo.</p>	<p>Escala de razón 1=Nunca 2=Casi Nunca 3=Algunas Veces 4=Siempre</p>
			Y2. Sentido del Mensaje	<p>Y2.1. El nuevo lenguaje de los jóvenes. Y2.2. Enfrentan a las nuevas forma de escritura Y2.3. La economía lingüística en la comunicación. Y2.4. Uso excesivo de los nuevos códigos. Y2.5. Escribir en nuevos códigos es una adicción. Y2.6. Satisfecho cuando escriben en códigos. Y2.7. Molestias cuando no entienden las palabras. Y2.8. Distorsión el idioma castellano. Y2.9. leen con facilidad las palabras. Y2.10 Enfrentar a las nuevas lenguas desconocidos.</p>	
			Y3. Lingüística	<p>Y3.1. Incremento de estos nuevos códigos. Y3.2. La revolución en la comunicación escrita. Y3.3. Nuevos códigos en la escritura. Y3.4. Menor cantidad de palabras para expresarse. Y3.5. La economía lingüística no afecta al lenguaje. Y3.6. Principio de la ley del mínimo esfuerzo. Y3.7. La pereza lingüística. Y3.8. Riqueza léxica es modernizar nuestro idioma. Y3.9. En nuestro idioma son básicas las vocales. Y3.10 Víctima de la economía lingüística.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

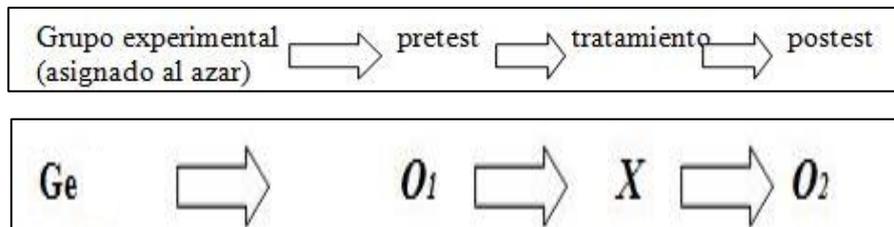
3.1. Tipo y nivel de investigación.

En cuanto al tipo de investigación, dada la naturaleza de este estudio afirmo que es pre experimental (Grajales, 2000), porque se basa en la manipulación de una o más experimentales con el propósito de entender el porqué de una situación o evento particular, nivel de investigación explicativo.

3.2. Método de investigación.

El presente trabajo de investigación se enmarca en la investigación cuantitativo, según (Miguel, 1998), “es aquella que se dirige a recoger información objetivamente medible” y por su parte (Álvarez, 1990), es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, el método cuantitativo entonces se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar

la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables para resolver un problema actual o potencial. Los métodos cuantitativos se tornan como algunas de las herramientas más confiables a la hora de basar una decisión gracias a su capacidad de gestionar, procesar y analizar datos de manera rápida y eficaz.



3.3. Diseño de investigación.

Se ha utilizado el diseño Pre experimental de Grupo Pretest - Posttest, dada las condiciones del tratamiento experimental y el tiempo que requiere la aplicación del programa. Es así como se realizaron dos evaluaciones de grupo (Pre-Posttest) sin embargo, dichas evaluaciones fueron aplicadas y registradas individualmente, siendo cada sujeto su propio control, tomándose dos medidas del mismo sujeto. A pesar de que para el análisis de los resultados estadísticos se tomaron en cuenta los resultados a nivel de grupo que fueron provechosos y necesarios para hacer un seguimiento individual.

(Sampieri, 2006). El diseño se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación. El diseño señala al investigador lo que debe hacer para alcanzar sus objetivos de estudio, contestar las interrogantes que se ha planteado y analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular. Diseño Pre Test – Post Test con un solo grupo. Para ejecutar este diseño el investigador se realizó tres pasos:

- Una medición previa de la variable independiente a ser estudiada (pre – test) (O1).
- Introducción o aplicación de la variable independiente o experimental (x) a los sujetos del grupo.
- Una nueva medición de la variable dependiente en los sujetos (post- test) (O2).

Este diseño usa un pre - test, que de alguna manera provee investigación con un grupo del total de la población para la muestra con la que se realiza el estudio.

Esquema:

Ge: O1 X O2

Dónde:

El significado de los símbolos:

X = Experimento.

Ge = Grupo experimental.

O1 = Observación de entrada.

O2 = Observación de salida o nueva.

3.4. Población y Muestra.

a. Población:

La población considerada en una investigación (Sampieri, 2006). Para está trabajo de investigación se la considerado al total de estudiantes que está conformada por 347 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”. Entonces:

Tabla N° 03

Población según la nómina de matrícula en el 2017.

N°	Población	Total	%
01	Estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”	347	100%

Fuente: Nómina de matrícula estudiantes en el 2017.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla N° 03 de la población según la nómina de matrícula, se observa 347 estudiantes de todos los Programas de Estudios del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, que representan el 100% de la población de estudio.

b. Muestra.

La muestra es considerado a “un subgrupo de la población de interés sobre la cual se recolectan datos” (Sampieri, 2006). En la investigación es necesario hablar de estadística porque permite cuantificar el tamaño de la muestra, entender de esta manera podemos decir que es el número de sometidos que componen la muestra extraída de una población probabilístico tiene la característica de las unidades, necesarios para que los datos conseguidos sean representativos de la población por su tamaño y características similares. En el caso que ocupa la población. Y que vendrá dado por la ecuación, mencionada por (Arias, 2006).

La muestra es comprobable, cogido al azar mediante la estudio de la fórmula probabilística de (Colton, 1995) y (Atkin, 1995), la muestra es una parte representativa de la población, que permite popularizar los resultados de una investigación. Partiendo de estos aportes se puede decir que es una

colección de datos considerada en sí misma. Para el presente trabajo se ha considerado la formula propuesto por Sampieri:

$$n = \frac{Z^2PQN}{E^2(N - 1) + Z^2PQ}$$

Donde:

n = Muestra.	?
N = Población.	347
Z= Nivel de aceptación 95%.	1.96
E= Grado de error 5 %.	0,05
P = Probabilidad de éxito 50%.	0,5
Q= Probabilidad de fracaso 50%.	0,5

Desarrollo de la formula.

$$n = \frac{(1.9)^2(0.5)(0.5)(50)}{(0.005)^2(50 - 1) + (1.9)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{333.2588}{0.9691} = 49.93$$

$$n = 50$$

Tabla N° 04.
Muestra.

N°	Muestra		%
01	Estudiantes del Programa de Estudios de EPIB del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”	50	100%
	Total	50	100%

Fuente: Nómina de matrícula estudiantes en el 2017

Interpretación:

Según se observa en la tabla N° 04 de la Muestra, se obtuvo como resultado teniendo en cuenta la fórmula de Sampieri un total de 50 estudiantes que conforman el Programa de Estudios de Educación Primaria Intercultural

Bilingüe del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”.

a. Muestreo.

Se aplicó la técnica del muestreo aleatorio simple al azar; de acuerdo con (Baray, 1998), quien cita a (Webster, 1998), es un conjunto aleatorio en donde cada uno de los sujetos u objetos en la muestra tiene una probabilidad igual de ser escogido.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se empleó es la encuesta de opinión, entendiéndose de esta, “como un conjunto de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado” (Encarta, 1998). El instrumento consiste en un cuestionario, el cual contiene preguntas cerradas tipo Likert y abiertas. (García-Córdova, 2006), define el tipo de escalamiento Likert como un “conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o seis categorías”, y en el Manual para la elaboración del trabajo especial de grado IUTEPAL de (Ballaster, 2007). Describe las técnicas que utilizará el investigador para recoger la información. Es conveniente que avale con cita textual y explique las razones por las cuales las seleccionó. Una vez seleccionadas se procederá a señalar a través de cuál instrumento recabará la información. Dicho instrumento debe describirse en función de: tipo de preguntas, muestra a la cual se aplicará y cantidad de preguntas que lo conforman.

3.5.1. Técnicas de recolección de datos.

Las principales técnicas que utilicé en el desarrollo de la investigación fueron:

✓ **Observación:** (Pardinas, 2005). La observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el paso de prestar atención en sentido amplio, el experimento, el proceso de someter conductas de algunas cosas o condiciones manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación. Observación significa también el conjunto de cosas observadas, el conjunto de datos y conjunto de fenómenos.

Se realizaron visitas permanentes para la aplicación de este instrumento según cronograma planificado en el proyecto de tesis, que permitió obtener nuevos conocimientos. Gracias a la observación directa pude observar atentamente el problema, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

✓ **La entrevista:** (Galindo, 1998). Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar.

Se realizaron consecutivas entrevistas a los estudiantes, con

la finalidad de adquirir nuevas informaciones y oportuna para complementar el trabajo de investigación.

- ✓ **Encuesta:** Para (Richard, 2006), La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Se encuestaron de acuerdo al cronograma del proyecto de tesis, pudiendo hallar datos muy importantes para fortificar el trabajo de investigación sobre las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes.

- ✓ **Análisis documentario:** (Castillo, 2004). El análisis documental consiste en elegir las ideas informativamente relevantes de un instrumento a fin de expresar su contenido a través de un conjunto de operaciones enfocadas a representar un documento y su contenido bajo una regla en forma diferente de su forma original, con el propósito viabilizar su independencia posterior e identificarlo.

En esta parte del trabajo de investigación se hizo el parafraseo de los párrafos, aplicación de la norma APA 6, y análisis de los datos que fueron recopilados por el investigador.

3.5.2. Instrumentos.

- ✓ **Guía de observación.** - Instrumento que se basó en una lista de indicadores que desarrollaron ya sea como afirmaciones o bien

como preguntas, que orientan el trabajo de observación dentro del aula, señalando los aspectos que son relevantes al observar. Durante en el transcurso de los semestres.

- ✓ **Cuestionarios.** Es un instrumento de investigación que se aplicó en este trabajo que, consistió de 30 preguntas que estuvieron redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, cuyo resultado me brindaron información de primera de los consultados.
- ✓ **Guía de análisis documentario.** - El Análisis Documentario fue un papel importante en este trabajo de investigación porque me permitió realizar búsquedas retrospectivas y puedo afirmar que el Análisis Documentario va unido a la Recuperación de Información como:
 - ✓ Identificar y localizar cualquier documento, así como conocer su contenido.
 - ✓ Recuperar el documento y la información que contiene. Para lo cual, el Análisis Documentario debe ser objetivo y estar normalizado.
 - ✓ Elaborar documentos meramente informativos (documentos secundarios, como los resúmenes) a partir de los originales (documentos primarios).

3.6. Técnicas de procedimiento y análisis de datos.

3.6.1. Recolección de datos

En esta parte de la investigación se obtuvo los datos, luego se ordenó y clasificó para para la tabulación respectiva.

3.6.2. Procesamiento de la información.

Se convierte los datos en información significativa para ello se utilizó programa estadístico Excel y SPSS22 para el procesamiento de los datos obtenidos durante la investigación.

3.6.3. Presentación y publicación de resultados.

En esta parte de la investigación se elaborará cuadros, gráficos, tablas, esquemas y sus análisis de información correspondiente.

3.7. Tratamiento estadístico.

Los resultados de salida es información útil, en esta fase, se realizó el tratamiento estadístico de todos los datos seleccionados, que consistió en afirmaciones estadísticas de los datos, sin embargo, el análisis no puede quedar reducido a una operación contable, de obtención de promedios, medias e índices, etc. Por lo que se analizó, interpretó y se le dio sentido.

El propósito del análisis fue resumir y comparar las observaciones llevadas a cabo de tal forma que sea posible materializar los resultados de la investigación con el fin de dar respuesta a las interrogantes formuladas en la investigación.

El objetivo de la interpretación es buscar un significado más amplio a las respuestas mediante su conjugación con otros conocimientos disponibles, generalizaciones, leyes, teorías, etc.

Existen una serie de programas informáticos para el tratamiento de los datos:

Programa **informático** para datos cuantitativos: Excel. Estos datos fueron mostrados mediante representaciones gráficas con diagrama de barras

3.8. Selección y validación de instrumentos de investigación.

Escala de Likert, (Hernández, 2010). Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos a los que se les administra. Es decir, se presenta cada afirmación y se pide al sujeto que externe su reacción eligiendo uno de los cinco puntos de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico.

a. Validación:

Para (Guilfor-Fruchter, 2006), Toda comprobación o instrumento de recolección de los datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez “la eficacia refiere el grado en que una prueba o escala mide aquello que se propuso medir; en otras palabra un instrumento será válido cuando pueda medir aquello para lo cual fue destinado o elaborado. Para (Bernal, 2006), “la validez indica el grado en que el instrumento fue capaz de generar las conclusiones necesarias en la investigación”. No obstante, las varias concepciones que se pueden hacer sobre la misma han conducido a desarrollar diversas instrucciones para determinarla; entre ellos se tiene la validación de contenido, validación predictiva y la validación construida. En la presente investigación se realizará una validación de contenido, la cual consiste en un análisis del contenido de los ítems que conforman la escala o prueba, con el fin de

apreciar su grado de representatividad respecto del universo de contenido del cual forma parte.

De esta manera, el “Juicio de Expertos”, es un conjunto de opiniones que pueden brindar profesionales expertos en la disciplina, relacionados a la intención de la investigación. (Hernandez-Sapieri, 2010). Para la validación de instrumentos, se utilizó el método de validez de contenido a través del criterio de juicio de expertos para tener en cuenta en cuenta el concepto de experto es bastante polisémico, para su correcta aplicación con la petición de que estos manifiestan su opinión sobre la investigación, pertenencia y relevancia de los ítems y proporcionen una valoración. Asimismo, los instrumentos fueron presentados a tres (3) expertos con la finalidad de hacer reajustes y verificación de la claridad de los instrumentos, así como variar algunos ítems para su mejor comprensión, (ver anexo).

b. Elaboración de la escala.

Preparación de los ítems iniciales; en esta parte se elabora una serie de enunciados sobre el tema que se pretende medir en la investigación, el número de enunciados elaborados deben ser mayor al número final e enunciados incluido en la versión final.

Administración del ítem de la muestra representativa de la población cuya actitud deseamos medir, se les solicita a los sujetos que expresan cada ítem mediante una escala.

Asignación de los puntajes de los ítems; a fin de clasificarlos según reflejen

Asignación de puntuaciones los sujetos; la puntuación de cada sujeto se obtiene mediante la suma de las puntuaciones de los distintos ítems.

Análisis y selección de ítems; mediante la aplicación de pruebas estadísticas se seleccionan los datos ajustados al momento de efectuar la discriminación en cuestión, y se rechaza los que no cumplan con los requisitos.

Hay que hacer una distinción importante entre la escala de tipo Likert y elemento de tipo Likert. La escala es la suma de las respuestas de los elementos del cuestionario. Los elementos de tipo Likert van acompañados por una escala visual análogo.

Esta es la razón de muchas confusiones y es preferible, por tanto, reservar el nombre de la escala de tipo Likert para aplicarlo a la suma de toda la escala, y elemento de tipo Likert para referirse a cada elemento individualmente.

Un elemento de tipo Likert es una declaración que se hace a los sujetos para que estos lo evalúan en función de su criterio subjetivo; generalmente se pide a los sujetos que manifiesten su grado de acuerdo o desacuerdo.

Normalmente hay 4 posibles respuestas o niveles de acuerdo o desacuerdo, aunque algunos evaluadores prefieren utilizar 4, 6, 7 o 9, un estudio empírico reciente demostró que la información obtenida en escalas de 5, 7 y 10 niveles posibles de respuesta muestran las mismas características respecto a:

La media, varianza, asimetría y curtosis después de aplicar transformaciones simples.

El formato simple de tipo Likert con 4 niveles de respuesta sería:

- ✓ Nunca
- ✓ Casi nunca
- ✓ Algunas Veces
- ✓ Siempre

La escala de Likert es un método de la escala bipolar que mide tanto el grado positivo como neutral y negativo de cada enunciado.

La escala de Likert, al ser una escala que mide actitudes, es importante que pueda aceptar que las personas tienen actitudes favorables, desfavorables o neutras a las cosas y situaciones lo cual es perfectamente normal en términos de información. Debido a ello es importante considerar siempre que una escala de actitud puede y debe estar a la posibilidad de aceptar opciones de respuestas neutrales.

c. Puntuación y análisis.

Después de completar el cuestionario, cada elemento se puede analizar por separado o, en algunos casos, las respuestas a cada elemento se suman para obtener una puntuación total para un grupo de elementos. Por ello las escalas de tipo Likert son un tipo de escalas sumativas.

Se considera una escala de tipo ordinal, ya que no podemos asumir que los sujetos perciban las respuestas como equidistantes, aunque podría asumirse si cada elemento se acompaña de una escala visual horizontal en la cual deba marcar su respuesta y en la que cada respuesta este situada en forma equidistante.

d. Confiabilidad.

Como se sabe la confiabilidad abarca el proceso de establecer cuan confiable en concordancia con lo afirmado por (Claret, 2011) “la confiabilidad está relacionada a la capacidad del instrumento para dar resultados iguales al ser aplicado, en condiciones similares, dos o más veces, a un mismo grupo de personas”; asimismo es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función solicitada, en contextos establecidas durante un período de tiempo determinado". De acuerdo a la escala utilizada, la confiabilidad interna se calculó a con el Índice Alpha de Cronbach.

Es significativo que el proceso de cálculo ya que, aunque los resultados no sean exactos, poseen un grado de confiabilidad, que se desprenden de la aproximación a la real magnitud del fenómeno que se estudia.

$$\alpha = \frac{k(1 - \sum S_i^2/S_t^2)}{k - 1}$$

Donde:

k = número de ítems.

S_i^2 = varianza de las calificaciones en los ítems.

S_t^2 = calificaciones totales de la encuesta.

El Coeficiente del Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems de un determinado instrumento de recolección de datos, con ayuda del software estadístico SPSS Vr. 24.0, mostramos los resultados obtenidos.

A mayor valor de Alfa mayor fiabilidad, teniendo en un valor teórico de Alfa = 1 y considerando para la presente investigación un valor

de >0.953 como un valor aceptable para cualquier instrumento. Tenemos el siguiente resultado: prueba piloto que arrojó el siguiente puntaje.

Estadísticas de fiabilidad.	
Alfa de Cronbach. .953	N° de elementos. 30

FUENTE: Cálculos realizados en el software SPSS 24.

Como criterio general, puedo afirmar que los instrumentos elaborados tienen un nivel de alta confiabilidad para su aplicación en el presente estudio.

e. Métodos de análisis de datos.

Una vez concluidas las etapas de colección y procesamiento de datos se iniciaron con una de las más importantes fases de una investigación: el análisis de datos. En esta etapa se determinó como analizar los datos y que herramientas de análisis estadístico son adecuadas para éste propósito. Es un proceso de inspeccionar, limpiar y transformar datos con el objetivo de resaltar información útil, lo que sugiere conclusiones.

Para el análisis de los datos se utilizará el programa SPSS, versión 24.0 para Windows, con el que se calculará la estadística descriptiva: estadígrafos de centralización (media aritmética) y de dispersión (desviación estándar y coeficiente de variación).

En la Estadística Inferencial, la información recolectada de la aplicación de los Instrumentos se procesará mediante el análisis de varianza, para ello se utilizó los siguientes cálculos estadísticos.

La Media Aritmética: Es la suma total de los datos entre la cantidad de datos ingresados siendo su fórmula:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

La Desviación Estándar: Es el promedio de desviación de las calificaciones con respecto a la media. Cuanto mayor es la dispersión de los datos alrededor de la media, mayor es la desviación estándar. Su fórmula es la siguiente:

$$S = \sqrt{\frac{(X - \bar{X})^2}{N}}$$

La Varianza: Es la desviación estándar elevada al cuadrado (S^2), cuyo formula es:

$$S^2 = \frac{(X - \bar{X})^2}{n - 1}$$

Correlación de Pearson Para contrastar la hipótesis de la investigación se utilizó las pruebas de correlación de Pearson (R) para determinar si existe una relación lineal entre las variables redes sociales y economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n(\sum x^2) - ((\sum x)^2))} \sqrt{(n(\sum y^2) - ((\sum y)^2))}}$$

Tabla N° 05

Escala de valoración de Pearson

Valor	Criterio
r=1.00	Correlación grande, perfecta y positiva
0,90 ≤ r < 1,00	Correlación muy alta
0,70 ≤ r < 0,90	Correlación alta
0,40 ≤ r < 0,70	Correlación moderada
0,20 ≤ r < 0,40	Correlación muy baja
r = 0,00	Correlación nula
r = -1,00	Correlación grande, perfecta y negativa

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.

Para hallar los resultados obtenidos en la presente investigación fue necesario la aplicación de las técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, de esta manera se obtendrán datos para la contratación de las hipótesis, para ello iniciaremos con la variable Redes Sociales y sus correspondientes dimensiones y concluiremos con la variable Economía Lingüística, con el propósito de identificar las correlaciones entre las variables.

4.1. Descripción del trabajo de campo.

El trabajo de campo realizado para verificar las redes sociales en la economía lingüística, que se llevó a cabo en un periodo que comprendió de marzo a diciembre del 2017.

A pesar de que en un principio se había considerado que los trabajos de campo se realizarían antes del mes de marzo, pero por el inicio de las clases a partir del mes de marzo, en donde se empecé a observar las formas de

escritura que utilizaban los estudiantes en el momento que compartían informaciones con sus contactos, así se procede a entrevistar, indagar a profundidad y genera opiniones la cuales fueron de gran utilidad para iniciar con entusiasmo la investigación.

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados.

4.2.1. Descripción de resultados de la variable economía lingüística.

Tabla N° 05.

Consolidado de resultado de pre test de la variable economía lingüística.

N°	Nunca 1	Casi nunca 2	Algunas veces 3	Siempre 4	PT	PP
1	40	10	0	0	50	60
2	36	12	1	1	50	67
3	17	30	2	1	50	87
4	35	11	3	1	50	70
5	29	17	3	1	50	76
6	38	8	4	0	50	66
7	23	19	7	1	50	86
8	20	22	6	2	50	90
9	30	19	1	0	50	71
10	24	16	6	4	50	90
11	31	13	5	1	50	76
12	25	21	4	0	50	79
13	32	13	2	3	50	76
14	23	15	8	4	50	93
15	25	19	4	2	50	83
16	19	18	8	5	50	99
17	21	22	7	0	50	86
18	20	21	6	3	50	92
19	17	26	4	3	50	93
20	20	24	6	0	50	86
21	40	5	1	4	50	69
22	29	16	3	2	50	78
23	32	16	2	0	50	70
24	34	15	1	0	50	67
25	21	17	9	3	50	94
26	19	19	8	4	50	97
27	37	13	0	0	50	63
28	35	13	2	0	50	67
29	31	16	1	2	50	74
30	36	12	1	1	50	67
Total	839	498	115	48	1500	2372
%	55%	33%	8%	4%	100%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los estudiantes.

Tabla N° 06.

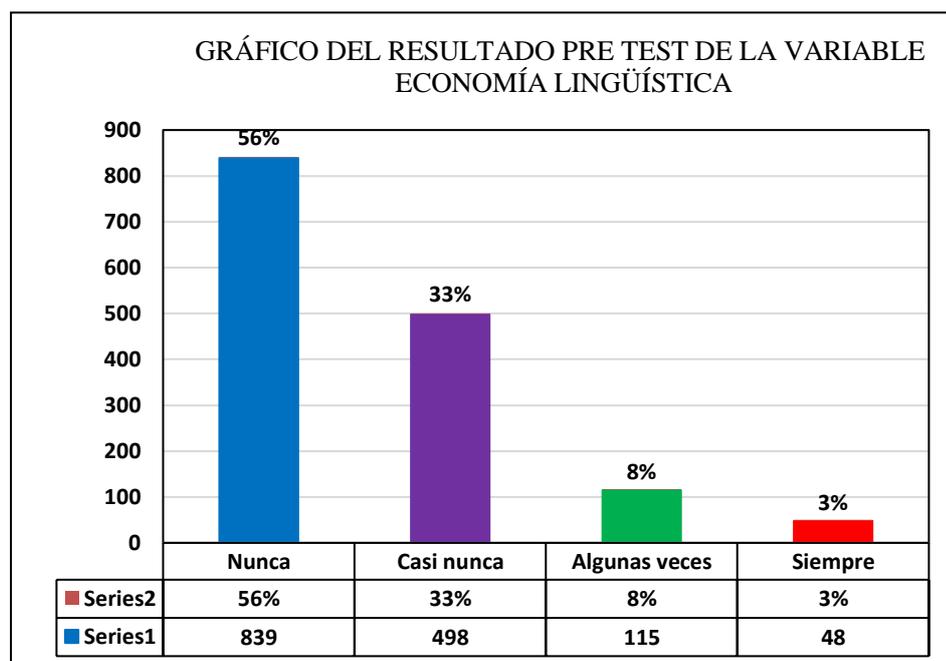
Consolidado del resultado pre test de la variable economía lingüística.

VARIABLE	ESCALA					PT.	PP.
	Economía lingüística	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Siempre		
Total	839	498	115	48	1500	2372	
%	55%	33%	8%	4%	100%		

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 01.

Consolidado del resultado pre test de la variable economía lingüística.



Fuente: Tabla N° 06. Consolidado del resultado pre test de la variable economía lingüística.

Interpretación:

Según la Tabla N° 06 y Gráfico N° 01 referido a los resultados de la variable economía lingüística, de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, de un total de 30 ítems, que hace 1500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada; de los cuales, se obtuvo 48 puntos que representa el 3% de

estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan la economía lingüística; 115 puntos obtenidos representan el 8% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan la economía lingüística; asimismo 498 puntos obtenidos representan el 33% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan la economía lingüística y 839 puntos obtenidos representan el 56% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan la economía lingüística.

Tabla N° 07.

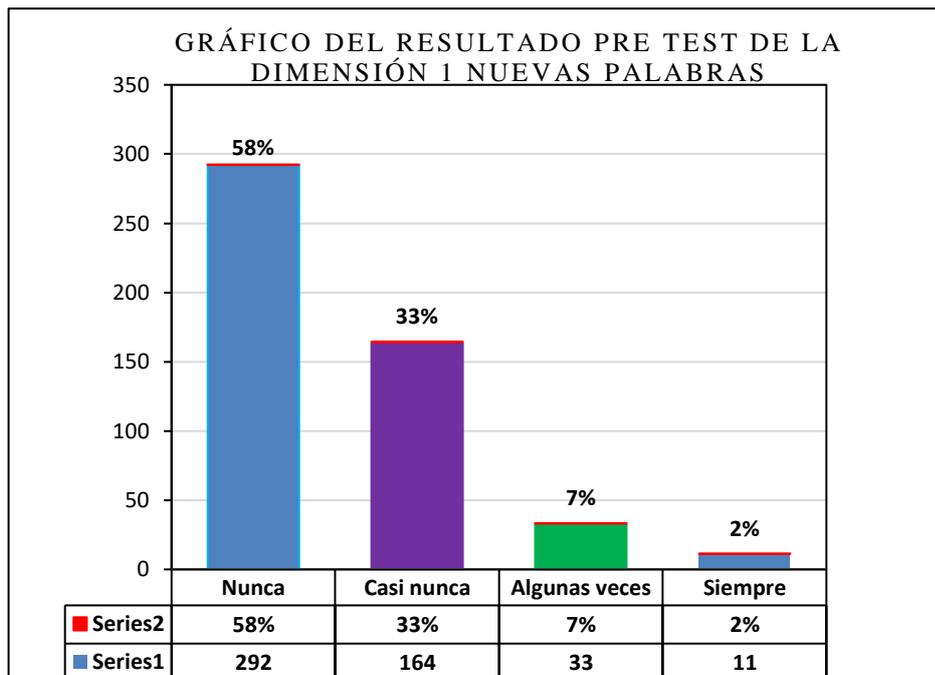
Consolidado del resultado pre test de la dimensión 1 nuevas palabras.

N°	Nunca 1	Casi Nunca 2	Algunas Veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
1	40	10	0	0	50	60
2	36	12	1	1	50	67
3	17	30	2	1	50	87
4	35	11	3	1	50	70
5	29	17	3	1	50	76
6	38	8	4	0	50	66
7	23	19	7	1	50	86
8	20	22	6	2	50	90
9	30	19	1	0	50	71
10	24	16	6	4	50	90
Total	292	164	33	11	500	763
%	58%	33%	7%	2%	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 02.

Consolidado del resultado pre test de la dimensión 1 nuevas palabras.



Fuente: Tabla N° 07. Consolidado del resultado pre test de la dimensión 1 nuevas palabras.

Interpretación:

Según la Tabla N° 07 y Gráfico N° 02 referido a los resultados de la dimensión 1 nuevas palabras, de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, que hace 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada, se obtuvo 11 puntos que representa el 2% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan las nuevas palabras; 33 puntos obtenidos representan el 7% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan las nuevas palabras; 164 puntos obtenidos representan el 33% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”

consideran que casi nunca utilizan las nuevas palabras y 292 puntos obtenidos representan el 58% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan las nuevas palabras.

Tabla N° 08.

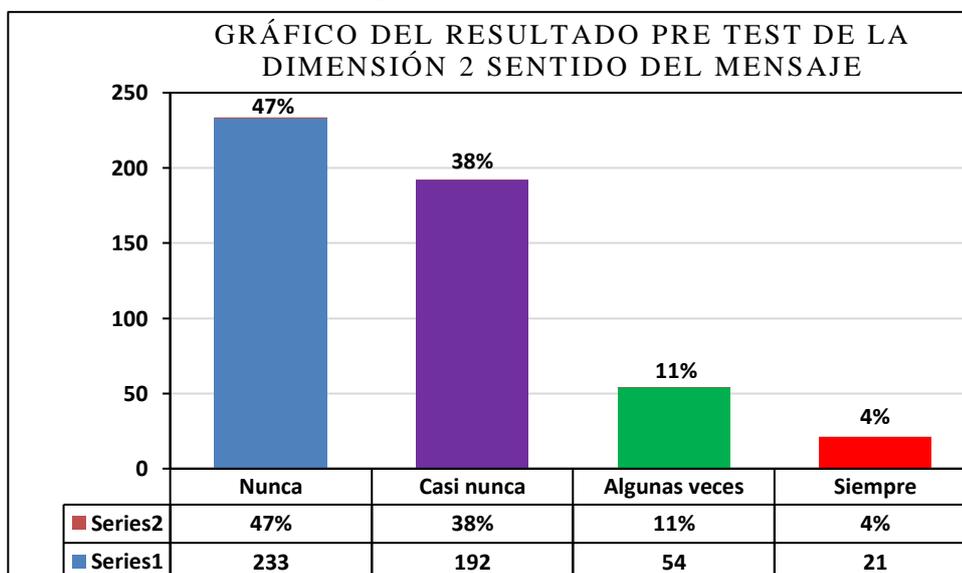
Consolidado del resultado pre test de la dimensión 2 el sentido del mensaje.

N°	Nunca 1	Casi nunca 2	Algunas veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
11	31	13	5	1	50	76
12	25	21	4	0	50	79
13	32	13	2	3	50	76
14	23	15	8	4	50	93
15	25	19	4	2	50	83
16	19	18	8	5	50	99
17	21	22	7	0	50	86
18	20	21	6	3	50	92
19	17	26	4	3	50	93
20	20	24	6	0	50	86
Total	233	192	54	21	500	863
%	47%	38%	11%	4%	100%	

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 03.

Consolidado del resultado pre test de la dimensión sentido del mensaje.



Fuente: Tabla N° 08. Consolidado de resultados del cuestionario de la dimensión sentido del mensaje.

Interpretación:

Según la Tabla N° 08 y Gráfico N° 03 referido a los resultados de la dimensión 2 el sentido del mensaje, de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, que hace 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada, se obtuvo 21 puntos que representa el 4% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan el sentido del mensaje; 54 puntos obtenidos representan el 11% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan el sentido del mensaje; 192 puntos obtenidos representan el 38% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan el sentido del mensaje y 233 puntos obtenidos representan el 47% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan el sentido del mensaje.

Tabla N° 09.

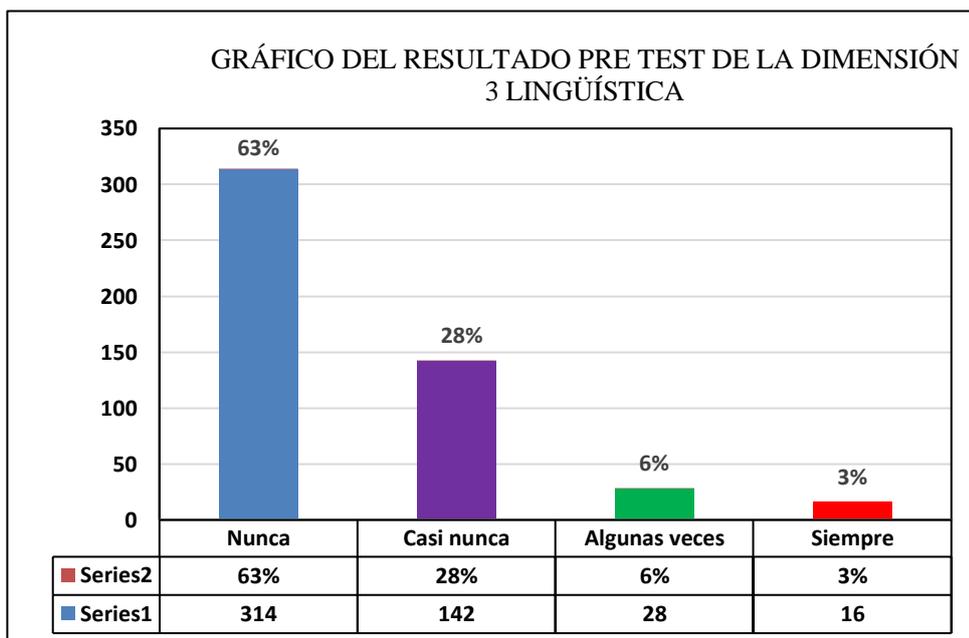
Consolidado del resultado pre test de la dimensión 3 lingüística.

N°	Nunca 1	Casi Nunca 2	Algunas Veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
21	40	5	1	4	50	69
22	29	16	3	2	50	78
23	32	16	2	0	50	70
24	34	15	1	0	50	67
25	21	17	9	3	50	94
26	19	19	8	4	50	97
27	37	13	0	0	50	63
28	35	13	2	0	50	67
29	31	16	1	2	50	74
30	36	12	1	1	50	67
Total	314	142	28	16	500	746
%	63%	28%	6%	3%	100%	

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 04.

Consolidado del resultado pre test de la dimensión 3 lingüística.



Fuente: Tabla N° 09. Consolidado del resultado pre test de la dimensión 3 lingüística.

Interpretación:

Según la Tabla N° 09 y Gráfico N° 04 referido a los resultados de la dimensión 3 lingüística, de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, que hace 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada, se obtuvo 16 puntos que representa el 3% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan la lingüística; 28 puntos obtenidos representan el 6% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan la lingüística; 142 puntos obtenidos representan el 28% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan la lingüística y 314 puntos obtenidos representan el 63% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan la lingüística.

Tabla N° 10.

Consolidado del resultados post test de la variable economía lingüística.

N°	Nunca	Casi Nunca	Algunas Veces	Siempre	PT.	PP.
1	2	2	10	36	50	180
2	5	6	14	25	50	159
3	0	3	9	38	50	185
4	1	7	13	29	50	170
5	2	3	12	33	50	176
6	0	5	9	36	50	181
7	0	10	11	29	50	169
8	2	3	20	25	50	168
9	2	4	23	21	50	163
10	4	16	8	22	50	148
11	0	3	15	32	50	179
12	4	1	12	33	50	174
13	10	2	11	27	50	155
14	7	3	2	38	50	171
15	2	7	15	26	50	165
16	0	6	5	39	50	183
17	0	10	9	31	50	171
18	0	8	8	34	50	176
19	9	0	22	19	50	151
20	2	21	17	10	50	135
21	5	1	0	44	50	183
22	9	1	4	36	50	167
23	4	6	12	28	50	164
24	4	8	12	26	50	160
25	3	3	10	34	50	175
26	7	3	19	21	50	154
27	3	1	19	27	50	170
28	4	10	16	20	50	152
29	2	4	3	41	50	183
30	0	0	16	34	50	184
Total	93	157	356	894	1500	5051
%	6%	10%	24%	60%	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla N° 11.

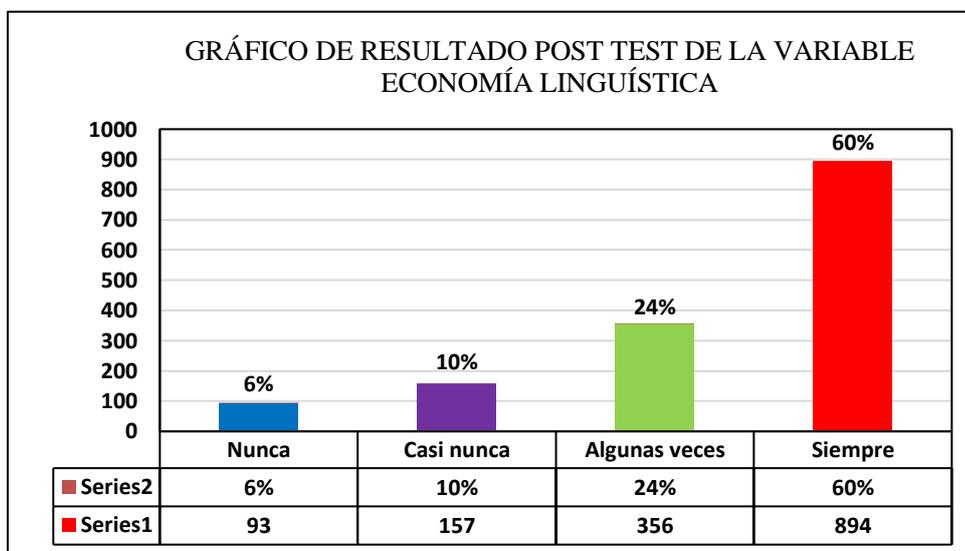
Consolidado general del resultado post test de la variable economía lingüística.

VARIABLE	ESCALA					PT	PP
	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Muchas veces			
Economía lingüística							
Total	93	157	356	894	1500	5051	
%	6%	10%	24%	60%	100%		

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 05.

Consolidado del resultado post test de la variable economía lingüística.



Fuente: Tabla N° 6. Consolidado general del resultado post test de la variable economía lingüística.

Interpretación:

Según la Tabla N° 11 y Gráfico N° 05, referido a los resultados de la variable economía lingüística, de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, de un total de 30 ítems, haciendo 1500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada. De los cuales, se obtuvo 894 puntos que representa el 60% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico

Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan la economía lingüística; 356 puntos obtenidos representan el 24% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan la economía lingüística; 157 puntos obtenidos representan el 10% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan la economía lingüística y 93 puntos obtenidos representan el 6% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan la economía lingüística.

Tabla N° 12.

Consolidado del resultado post test de la dimensión 1 nuevas palabras.

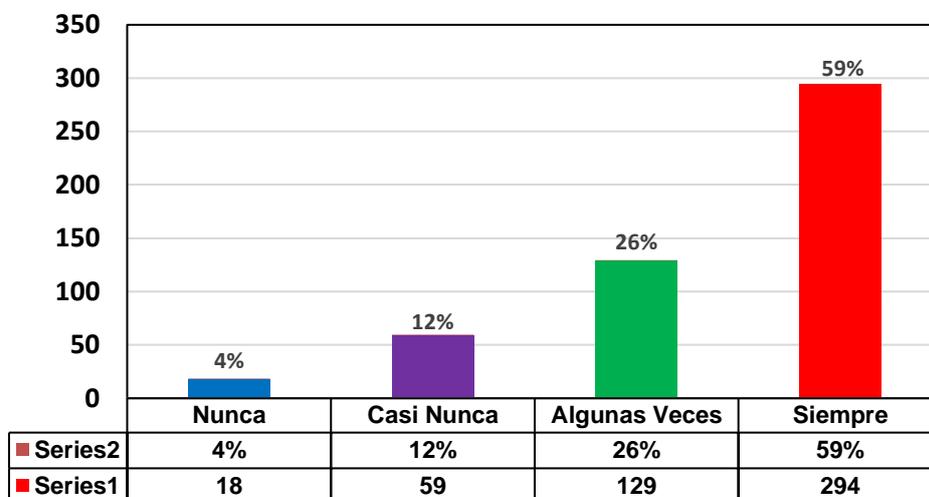
N°	Nunca 1	Casi nunca 2	Algunas veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
01	2	2	10	36	50	180
02	5	6	14	25	50	159
03	0	3	9	38	50	185
04	1	7	13	29	50	170
05	2	3	12	33	50	176
06	0	5	9	36	50	181
07	0	10	11	29	50	169
08	2	3	20	25	50	168
09	2	4	23	21	50	163
10	4	16	8	22	50	148
Total	18	59	129	294	500	1699
%	4%	12%	25%	59%	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 06.

Consolidado de resultados de post test de la dimensión 1 nuevas palabras.

GRÁFICO DE RESULTADO DE LA DIMENSIÓN 1 NUEVAS PALABRAS



Fuente: Tabla N°12. Consolidado del resultado post test de la dimensión 1 nuevas palabras.

Interpretación:

Según la Tabla N° 12 y Gráfico N° 06, referido a los resultados de la dimensión 1 nuevas palabras de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, haciendo un total de 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada. De los cuales, se obtuvo 294 puntos que representa el 59% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan las nuevas palabras; 129 puntos obtenidos representan el 25% e estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan las nuevas palabras; 59 puntos obtenidos representan el 12% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público

“Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan las nuevas palabras y 18 puntos obtenidos representan el 4% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan las nuevas palabras.

Tabla N° 13.

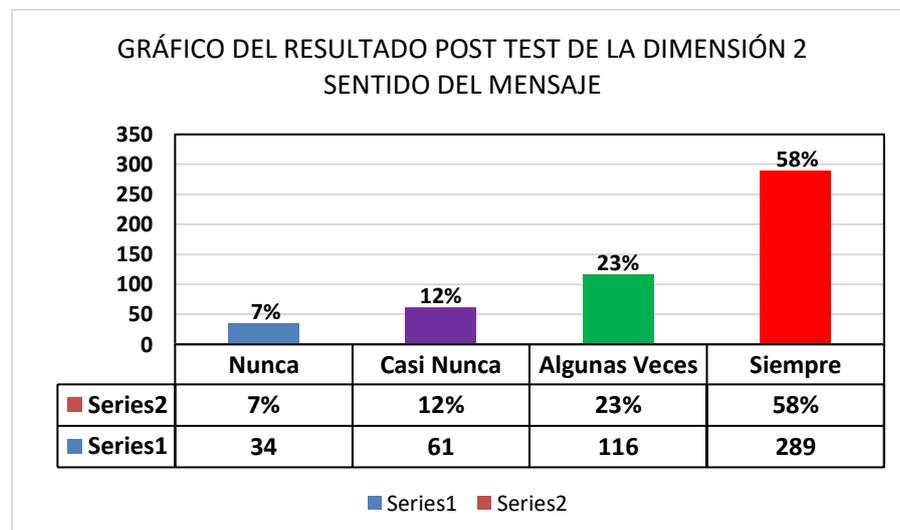
Consolidado del resultado post test de la dimensión 2 sentido del mensaje.

N°	Nunca 1	Casi Nunca 2	Algunas Veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
11	0	3	15	32	50	179
12	4	1	12	33	50	174
13	10	2	11	27	50	155
14	7	3	2	38	50	171
15	2	7	15	26	50	165
16	0	6	5	39	50	183
17	0	10	9	31	50	171
18	0	8	8	34	50	176
19	9	0	22	19	50	151
20	2	21	17	10	50	135
Total	34	61	116	289	500	1660
%	7%	12%	23%	58%	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 07.

Consolidado del resultado post test de la dimensión 2 sentido del mensaje.



Fuente: Tabla N° 13. Consolidado de resultados del cuestionario de la dimensión sentido del mensaje.

Interpretación:

Según la Tabla N° 13 y Gráfico N° 07, referido a los resultados de la dimensión 2 sentido del mensaje de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, haciendo un total de 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada. De los cuales, se obtuvo 289 puntos que representa el 58% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan el sentido del mensaje; 116 puntos obtenidos representan el 23% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que algunas veces utilizan el sentido del mensaje; 61 puntos obtenidos representan el 12% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan el sentido del mensaje y 34 puntos obtenidos representan el 7% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan el sentido del mensaje.

Tabla N° 14.

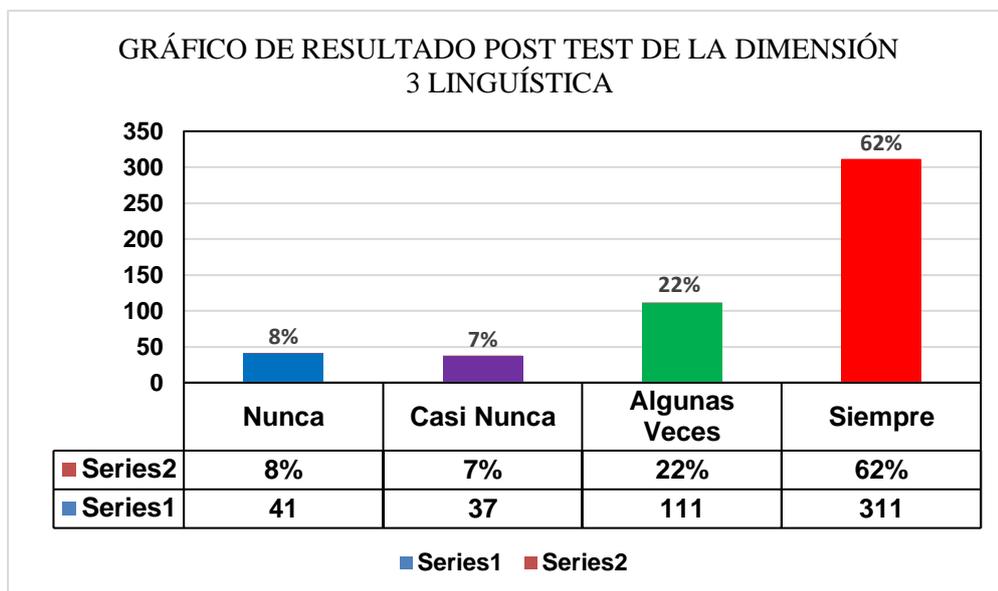
Consolidado del resultado post test de la dimensión 3 lingüística.

N°	Nunca 1	Casi Nunca 2	Algunas Veces 3	Siempre 4	PT.	PP.
21	5	1	0	44	50	183
22	9	1	4	36	50	167
23	4	6	12	28	50	164
24	4	8	12	26	50	160
25	3	3	10	34	50	175
26	7	3	19	21	50	154
27	3	1	19	27	50	170
28	4	10	16	20	50	152
29	2	4	3	41	50	183
30	0	0	16	34	50	184
Total	41	37	111	311	500	1692
%	8%	7%	22%	63%	100%	

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 08.

Consolidado del resultado post test de la dimensión 3 lingüística.



Fuente: Tabla N° 14. Consolidado del resultado post test de la dimensión 3 lingüística.

Interpretación:

Según la Tabla N° 14 y Gráfico N° 08 referido a los resultados de la dimensión lingüística de 50 estudiantes del Instituto de Educación Superior

Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, en un total de 30 ítems, haciendo un total de 500 puntos que representan el 100% de la puntuación acumulada. De los cuales, se obtuvo 311 puntos que representa el 63% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” afirmaron que muchas veces utilizan la Economía Lingüística; 111 puntos obtenidos representan el 22% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que Algunas Veces utilizan las Economía Lingüística; 37 puntos obtenidos representan el 7% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” consideran que casi nunca utilizan las Economía Lingüística y 41 puntos obtenidos representan el 8% de estudiantes encuestados del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” señalan que nunca utilizan las economía lingüística.

Tabla N° 15.

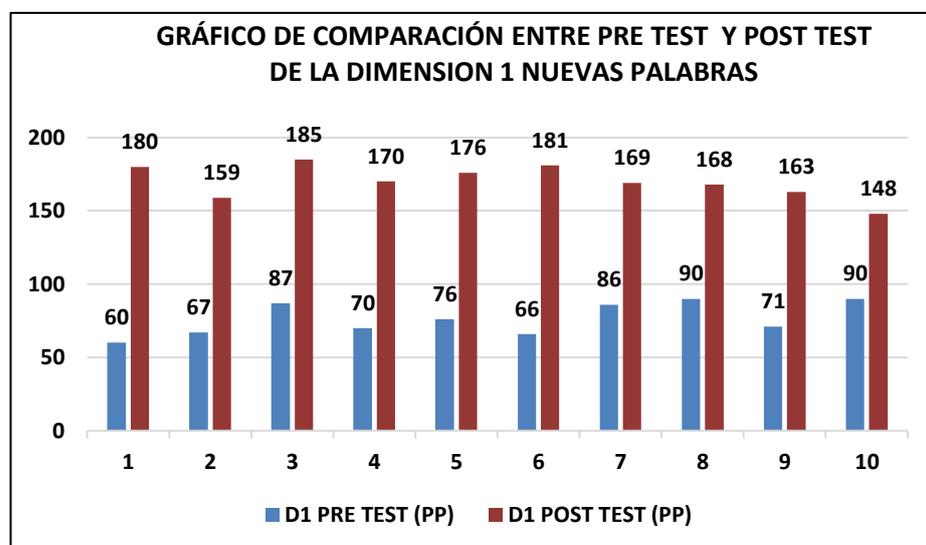
Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 1 nuevas palabras.

DIMENSIÓN 1 NUEVAS PALABRAS	
PRE TEST.	POST TEST.
(PP)	(PP)
60	180
67	159
87	185
70	170
76	176
66	181
86	169
90	168
71	163
90	148

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico N° 09.

Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 1 nuevas palabras.



Fuente: Tabla N° 15. Consolidado de resultados del promedio ponderado de la D1 nuevas palabras pre test y post test.

Interpretación:

Según la Tabla N° 15 y Gráfico N° 09, referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP) de la dimensión 1 nuevas palabras, el puntaje más bajo que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 60 puntos, asimismo después de haber realizado una capacitación a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión 1 nuevas palabras, obteniendo un total de 180 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 120 puntos, asimismo también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la dimensión 1 nuevas palabras, el puntaje medio que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 76 puntos, de esta manera después de haber realizado una capacitación a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión 1 nuevas palabras, obteniendo un total de 176 puntos, como podemos apreciar

la diferencia es de 100 puntos, asimismo también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado, en la dimensión 1 nuevas palabras, el puntaje más alto que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 90 puntos, de este modo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión 1 nuevas palabras, obteniendo un total de 148 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 58 puntos, de ahí podemos decir que los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” no tenían conocimiento básico sobre nuevas palabras.

Tabla N° 16.

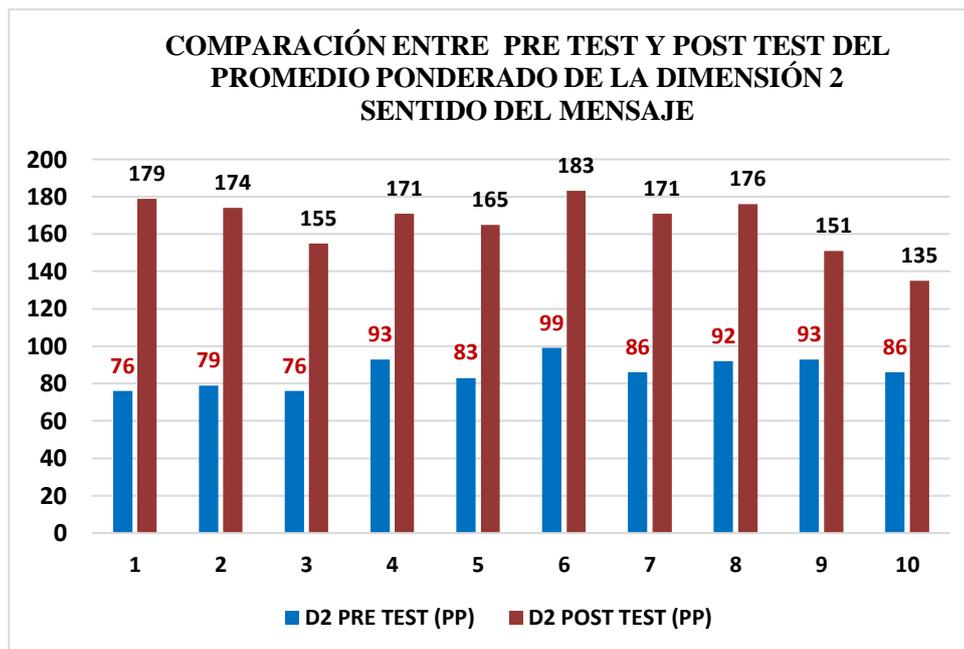
Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 2 sentido del mensaje.

DIMENSIÓN 2 SENTIDO DEL MENSAJE	
PRE TEST	POST TEST
(PP)	(PP)
76	179
79	174
76	155
93	171
83	165
99	183
86	171
92	176
93	151
86	135

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 10.

Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 2 sentido del mensaje



Fuente: Tabla N° 16. Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 2 sentido del mensaje.

Interpretación:

Según la Tabla N° 16 y Gráfico N° 10, referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la dimensión 2 sentido del mensaje, el puntaje más bajo que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 76 puntos, del mismo modo después de haber realizado una capacitación a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión 2 sentido del mensaje, obteniendo un total de 179 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 103 puntos, de la misma manera también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la dimensión 2 sentido del mensaje, el puntaje medio que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 83 puntos, de este modo después de haber realizado una capacitación a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión 2 sentido del mensaje, obteniendo un total de 165 puntos, como

podemos apreciar la diferencia es de 82 puntos, asimismo también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado, en la dimensión 2 sentido del mensaje, el puntaje más alto que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 99 puntos, asimismo después de haber realizado una capacitación a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión Sentido del Mensaje, obteniendo un total de 165 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 64 puntos, de ahí podemos decir que los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, no tenían mucho conocimiento básico sobre sentido del mensaje.

Tabla N° 17.

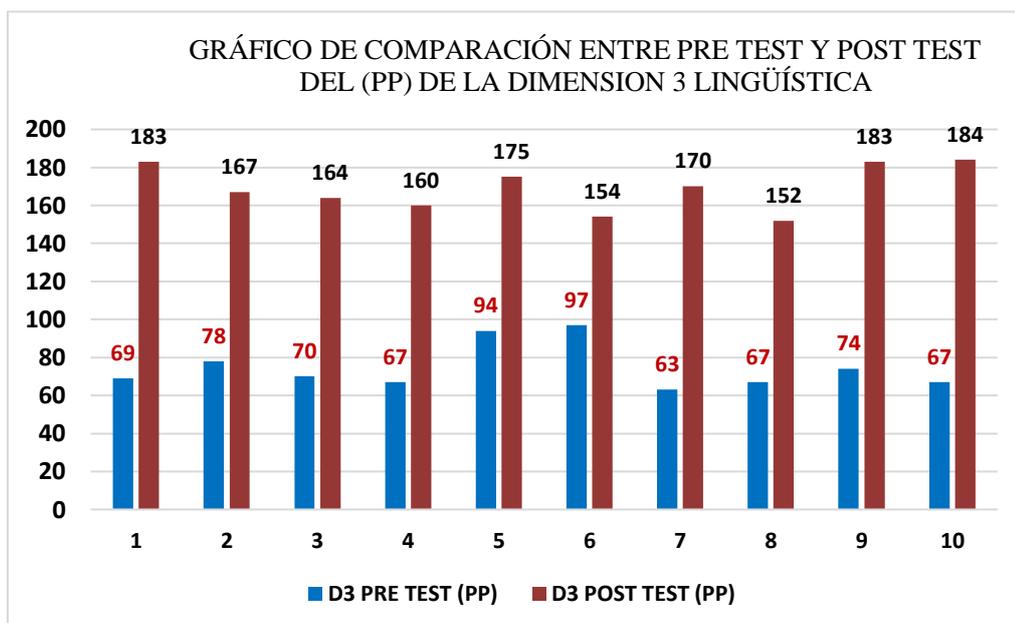
Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 3 lingüística.

DIMENSIÓN 3 LINGÜÍSTICA	
PRE TEST	POST TEST
(PP)	(PP)
69	183
78	167
70	164
67	160
94	175
97	154
63	170
67	152
74	183
67	184

Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico N° 11.

Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 3 lingüística.



Fuente: Tabla N° 17. Comparación entre pre test y post test del (PP) de la dimensión 3 lingüística.

Interpretación:

Según la Tabla N° 17 y Gráfico N° 11, referido a la comparación de resultados del promedio ponderado, en la dimensión 3 lingüística, el puntaje más bajo que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 63 puntos, asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión Lingüística, obteniendo un total de 170 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 107 puntos, asimismo también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado, en la dimensión Lingüística, el puntaje medio que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 78 puntos, asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión Lingüística, obteniendo un total de 167 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 89 puntos, del mismo modo también referido a la

comparación de resultados del promedio ponderado, en la dimensión Lingüística, el puntaje más alto que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 97 puntos , asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la dimensión Lingüística, obteniendo un total de 57 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 64 puntos, de ahí podemos decir que los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, no tenían conocimiento básico sobre Lingüística.

Tabla N° 18.

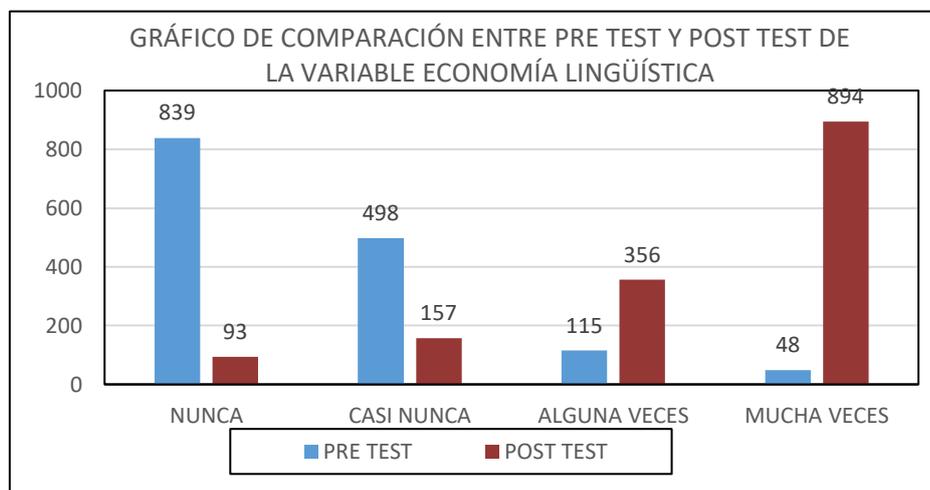
Comparación entre pre test y post test del promedio ponderado (PP) de la variable economía lingüística.

MOMENTOS	PRE TEST	POST TEST
Nunca	839	93
Casi nunca	498	157
Alguna Veces	115	356
Siempre	48	894

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12.

Comparación de pre test y post test del promedio ponderado de la variable economía lingüística.



Fuente: Tabla N° 18. Consolidado de resultados del promedio ponderado de la variable economía lingüística

Interpretación:

Según la Tabla N° 18 y Gráfico N° 12, referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la variable economía lingüística, el puntaje más bajo que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 48 puntos, asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la variable economía lingüística, obteniendo un total de 894 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de 846 puntos, del mismo modo también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la variable economía lingüística, el siguiente puntaje bajo se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 115 puntos, asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la variable economía lingüística, obteniendo un total de 356 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de -241 puntos, de la misma forma también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la variable economía lingüística, el puntaje medio que se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 498 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de asimismo después de haberles capacitado a los encuestados, se realizó una encuesta posterior (post test) de la variable economía lingüística, obteniendo un total de 157 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de -341 puntos, de esta manera también referido a la comparación de resultados del promedio ponderado (PP), en la variable economía lingüística, el puntaje más alto se obtuvo en la primera encuesta (pre test) es 839 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de asimismo después de haberles capacitado a los encuestados,

se realizó una encuesta posterior (post test) de la variable economía lingüística, obteniendo un total de 93 puntos, como podemos apreciar la diferencia es de -746 puntos de ahí podemos demostrar que los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, no poseían conocimiento básico sobre economía lingüística.

4.3. Prueba de Hipótesis.

El propósito del presente estudio es determinar el grado de influencia que causan las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes. Es una prueba estadística que se utiliza para establecer si existe suficiente evidencia en una muestra de datos para inferir que cierta condición es válida para toda la población con un test estadístico que, a partir de una muestra aleatoria y significativa, extraer conclusiones que permitan aceptar o rechazar una hipótesis previamente emitida sobre el valor de un parámetro desconocido de una población. La hipótesis emitida se designa por H_0 y se denomina hipótesis nula, y la hipótesis contraria se designa por H_1 y se denomina hipótesis alternativa.

Estadística de contraste de Hipótesis: La hipótesis de trabajo fue procesada con la prueba Z, porque permite medir muestra mayor a 30 que se obtuvieron del instrumento aplicado para esta investigación.

4.3.1. Prueba de Hipótesis General.

Tabla N° 19.

Correlación de Pearson para la hipótesis general.

x	y	x²	y²	xy
60	114	3600	12996	6840
50	190	2500	36100	9500
59	168	3481	28224	9912
60	120	3600	14400	7200
56	89	3136	7921	4984
66	99	4356	9801	6534
60	140	3600	19600	8400
22	184	484	33856	4048
98	101	9604	10201	9898
32	105	1024	11025	3360
70	100	4900	10000	7000
39	170	1521	28900	6630
60	120	3600	14400	7200
17	100	289	10000	1700
48	70	2304	4900	3360
80	90	6400	8100	7200
70	74	4900	5476	5180
69	96	4761	9216	6624
29	60	841	3600	1740
40	200	1600	40000	8000
35	120	1225	14400	4200
70	190	4900	36100	13300
60	62	3600	3844	3720
70	58	4900	3364	4060
60	65	3600	4225	3900
17	104	289	10816	1768
22	125	484	15625	2750
29	58	841	3364	1682
30	60	900	3600	1800
24	84	576	7056	2016
678	3316	87816	421110	164506

Fuente: Elaboración propia.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n(\sum x^2) - ((\sum x)^2)) \sqrt{(n(\sum y^2) - ((\sum y)^2))}}$$

Reemplazando:

n	50
x	678
y	3316
x ²	87816
y ²	421110
xy	164506

$$r_{xy} = \frac{8225300 - 2248248}{(2095.423585 - 296.3376453)(4588.627246 - 648.9298884)}$$

$$= \frac{5977052}{(1799.08594)(3939.697357)}$$

$$= \frac{2796270}{7087854.122} = 0.8432809$$

Tal como se observa en la Tabla N° 19, referido a la correlación del Pearson nos da como resultado 0.8432809, el cual es una correlación muy fuerte y puedo afirmar que producen efectos significativos referidos a las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

4.3.2. Prueba de Hipótesis Específicas.

Tabla N° 20.

Correlación de Pearson para la hipótesis específico 1.

x	y	x ²	y ²	xy
60	114	3600	12996	6840
50	190	2500	36100	9500
59	168	3481	28224	9912
60	120	3600	14400	7200
56	89	3136	7921	4984
66	99	4356	9801	6534
60	140	3600	19600	8400
22	184	484	33856	4048
98	101	9604	10201	9898
32	105	1024	11025	3360
563	1310	35385	184124	70676

Fuente: Elaboración propia.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{(n-1)s_x s_y} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)} \sqrt{(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

n	50
x	563
y	1310
x ²	35385
y ²	184124
xy	70676

$$r_{xy} = \frac{3533800 - 737530}{(1330.131572 - 188.1090109)(3034.172045 - 429.0967257)}$$

$$= \frac{2796270}{(1142.022561)(2605.07532)}$$

$$= \frac{2796270}{2975054.789} = 0.939905379$$

Tal como se observa en la Tabla N° 20, referido a la correlación del Pearson nos da como resultado 0.939905379, el cual es una correlación muy fuerte y se puede afirmar que las redes sociales producen efectos significativos en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Tabla N° 21.

Correlación de Pearson para la hipótesis específico 2.

x	y	x ²	y ²	xy
70	80	4900	10000	7000
39	81	1521	28900	6630
60	82	3600	14400	7200
17	83	289	10000	1700
48	84	2304	4900	3360
80	85	6400	8100	7200
70	86	4900	5476	5180
69	87	4761	9216	6624
29	88	841	3600	1740
40	89	1600	40000	8000
522	845	31116	134592	54634

Fuente: Elaboración propia

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{(n-1)s_x s_y} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)} \sqrt{(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

$$r_{xy} = \frac{2731700 - 441090}{(1247.317121 - 176.3972789)(2594.147259 - 366.8678236)}$$

$$= \frac{2290610}{(1070.919842)(2227.279435)}$$

$$= \frac{2290610}{2385237.741} = 0.960327753$$

Tal como se observa en la tabla N° 21, referido a la correlación del Pearson nos da como resultado 0.960327753, el cual es una correlación muy fuerte y se puede afirmar que las redes sociales producen efectos significativos en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Tabla N° 22.

Correlación de Pearson para la hipótesis específico 3.

x	y	x²	y²	xy
35	120	1225	14400	4200
70	190	4900	36100	13300
60	62	3600	3844	3720
70	58	4900	3364	4060
60	65	3600	4225	3900
17	104	289	10816	1768
22	125	484	15625	2750
29	58	841	3364	1682
30	60	900	3600	1800
24	84	576	7056	2016
417	926	21315	102394	39196

Fuente: Elaboración propia

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{y}}{(n-1)s_x s_y} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)} \sqrt{(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

$$\begin{aligned}
r_{xy} &= \frac{1959800 - 386142}{(1032.351684 - 145.9965753)(2262.675408 - 319.9906249)} \\
&= \frac{1573658}{(886.355109)(1942.684783)} \\
&= \frac{1573658}{1721908.582} = 0.913903337
\end{aligned}$$

Tal como se observa en la tabla N° 22, referido a la correlación del Pearson nos da como resultado 0.913903337, el cual es una correlación muy fuerte y se puede afirmar que las redes sociales producen efectos significativos en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Paso 1: Plantear la hipótesis nula H₀ y la hipótesis alternativa H₁.

H₀: Las Redes Sociales no influyen significativamente en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

H₁: Las Redes Sociales influyen significativamente en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.

$$1 - 0.05 = 0.95 = 95\%$$

Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba Z.

$$Z = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Donde

Z = valor estadístico de la curva normal de frecuencias.

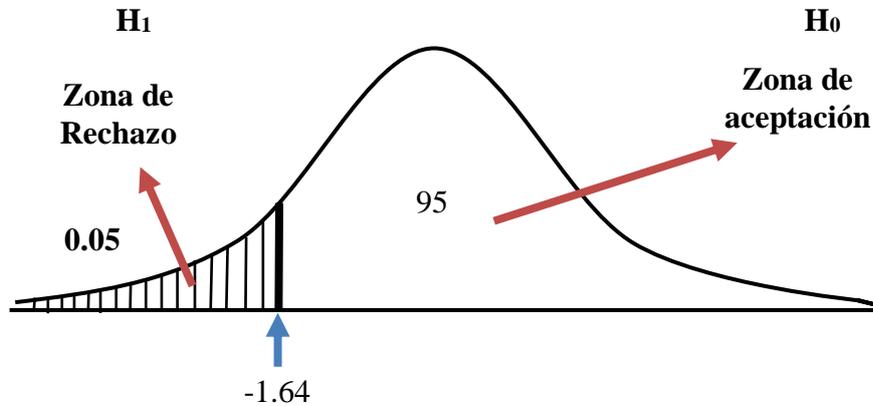
\bar{x} = cualquier valor de una muestra estadística.

μ = muestra poblacional.

s = desviación estandar.

n = muestra.

El valor crítico de Z con 50 estudiantes en la muestra con una cola es:

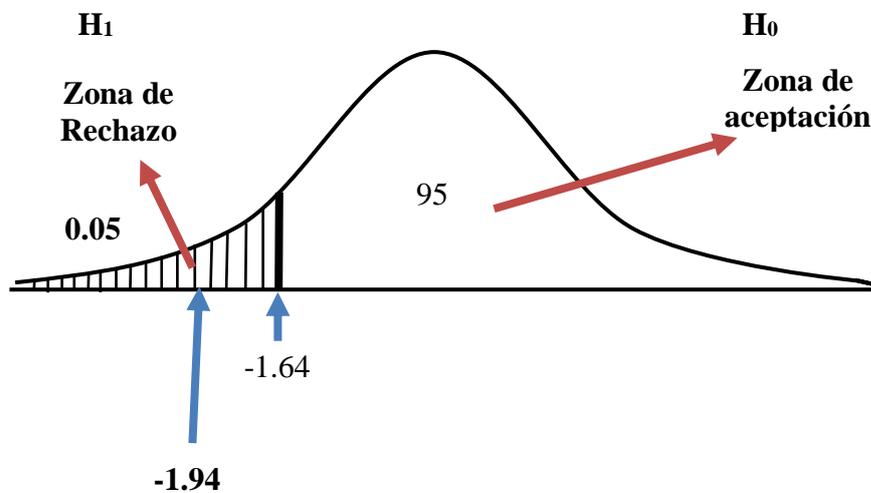


Aplicando la fórmula

$$\text{Reemplazando: } Z = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

$$Z = \frac{168.37 - 171.78}{12.436/\sqrt{50}} = \frac{-3.41}{1.758715986} = -1.94$$

$$Z = -1.94$$



Paso 4: Formular la regla de decisión.

La prueba Z es el proceso que consiste en utilizar los resultados de una

muestra para llegar a conclusiones acerca de las características de una población.

Paso 5: Tomar una decisión.

Que habiendo obtenido como resultado $-1,94$ aplicado con el valor de Z , se rechaza la hipótesis nula (H_0), se acepta la hipótesis alterna (H_1) a un nivel de significancia de $\alpha = 0.05$. La prueba resultó ser significativa, que dice: Las redes sociales producen efectos significativos en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

4.4. Discusión de resultados.

1. Después de haber procesado los resultados con prueba Z referentes a la hipótesis específica 1, con un valor de significancia 0.939905379 mayor que el valor establecido $0,05$, permite afirmar tal como se observa en la tabla N° 20, referido a la correlación de Pearson nos da como resultado 0.939905379 , el cual puedo afirmar que las redes sociales produce efectos significativos en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.; además
2. Ante los resultados obtenidos en el procesamiento de datos sobre la hipótesis específica 2, habiéndose obtenido con prueba Z un valor de significancia 0.960327753 , mayor que el valor establecido $0,05$, permite afirmar tal como se observa en la tabla N° 21, referido a la correlación de Pearson nos da como resultado 0.960327753 , el cual puedo afirmar que las redes sociales produce efectos significativos en el sentido del

mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

3. Después de los resultados obtenidos en el procesamiento de datos sobre la hipótesis específica 3, habiéndose obtenido con Z un valor de significancia 0.913903337, mayor que el valor establecido 0.05, permite afirmar tal como se observa en la tabla N° 22, referido a la correlación de Pearson nos da como resultado 0.913903337, el cual puedo afirmar que las redes sociales produce efectos significativos en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.

CONCLUSIONES.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

Una vez realizado el procesamiento de los resultados para la contrastación de la hipótesis general, con $Z = -1.94$, mayor que -1.64 de la tabla, además el valor de significancia de 0.05 inferior al valor de significancia establecido de 0.05 y el intervalo de confianza al 95% , se puede afirmar que, las redes sociales producen efectos significativos en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, son significativos tal como se evidencia en los resultados de correlación de Pearson, se obtuvo 0.8432809 y que son efectos muy fuertes como se ve en la tabla N° 19 y aplicación de la fórmula matemática referido a correlación de Pearson.

Se concluye que, las redes sociales producen efectos significativos en las nuevas palabras de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, son significativos, tal como se evidencia en los resultados de la correlación de Pearson, se obtuvo 0.939905379 y, que son efectos muy fuerte como se ve en la tabla N° 20 y aplicación de la fórmula matemática referido a la correlación de Pearson.

Asimismo, se concluye que, las redes sociales producen efectos significativos en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, existe una relación significativa, en el sentido de mensajes tal como podemos observar en la tabla N° 21 y aplicación de la fórmula matemática referido a la correlación de Pearson, se obtuvo como resultado 0.960327753 , la cual es una relación muy fuerte.

Se concluye que, las redes sociales producen efectos significativos en la

lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017, es significativo la lingüística para comunicarse a través de las redes sociales, tal como podemos observar en la tabla N° 22 y aplicación de la formula matemático referido a la correlación de Pearson, se obtuvo como resultado 0.913903337, la cual es una relación muy fuerte.

RECOMENDACIONES.

Al Director Regional de Educación de Pasco, al Director de la UGEL Pasco, UGEL Daniel Carrión, UGEL Oxapampa, Rectore de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y Director del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”, buscar mecanismos asertivos para controlar la creación de estas nuevas palabras, a través de códigos desconocidos que emplean los estudiantes para entablar comunicación escrita en las redes sociales.

Asimismo, se sugiere a los docentes de la Especialidad de Lengua Literatura, Comunicación y otras ligadas a la carrera, desarrollar estrategias a fin de controlar la creación precipitada de palabras desconocidas a través de códigos desconocidos por los estudiantes de las instituciones de educación básica y superior porque creo que es un fenómeno social del siglo XXI, que trae dolores de cabeza a los padres de familia de la tercera edad sobre todo.

A la iluminación de los resultados, se recomienda a las autoridades educativas, tener una mayor predisposición para intervenir en los estudiantes y docentes en las instituciones educativas, para explicarles las consecuencias de usar la economía lingüística en las redes sociales, sobre todo cuando crean constantemente palabras desconocidas a través de códigos no lingüísticos con mucha frecuencia en estos últimos tiempos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.

- A, C. (2003). La comunicación y las relaciones interpersonales. Colombia: Mac Graw Hill.
- Alejandro, M. S. (s.f.). Planeación estratégica y organización empresarial.
- Álvarez. (1990). Economía lingüística en la informática. Chile
- Álvarez. (1990). técnicas cuantitativas.
- Araujo, M. y. (2009). Inteligencia emocional y desempeño laboral en las instituciones de educación superior públicas. Perú.
- Arellano, P. C. (2013). Fenómeno lingüístico. Perú.
- Arencibia, M. G. (2011). El entorno digital. México.
- Arias. (2006). Ecuación para aplicar la muestra. España.
- Arias, C. A. (2011). Carlos Correa. Buenos Aires.
- Armijo., M. (2011). Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector. ILPES.
- Arugete. (2011). Concepto de red social. España.
- Arugete, G. (2011). Las Redes Sociales. Chile.
- Arugete, G. (2011). Concepto de red social. Argentina.
- Ascoli, A. R. (2014). "Influencia del uso de las redes sociales en las relaciones familiares de jóvenes de 18 y 24 años que presentan adicción a las mismas". Madre de Dios Perú.
- Atkin. (1995). Muestra en una investigación cuantitativa. España.
- Ballaster. (2007). Instrumentos de recolección de datos. Perú.
- Baray, Á. (1998). Muestreo de datos. España.
- Bargelli. (2013). La influencia que tiene específicamente la red social Facebook en jóvenes de 13 a 18 años. Colombia.
- Benavides. (2010). El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito.
- Benavides, O. (2002). Competencias y Competitividad. Diseño para Organizaciones Latinoamericanas. Bogotá: Editorial McGraw – Hill.
- Bernal. (2006). Validación de instrumentos de recolección de datos. España.
- Bernard, P. (1975). Economía Lingüística. Estados Unidos.
- Bignetti, L. P. (1995). Cómo sincronizar la estrategia tecnológica con la estrategia empresarial.

- Gestión de Tecnología. Bogotá: Universidad de los Andes.
- Bisquerra., J. (2003). Relaciones Interpersonales. Mac Graw Hill. Venezuela.
- Camejo, A. J. (s.f.). Ética y responsabilidad social en las relaciones laborales. Obtenido de ética y responsabilidad social en las relaciones laborales. Argentina.
- Carrizo, M. (2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. Buenos Aires.
- Castillo. (2004). Análisis documental. Ecuador.
- Cecilio Contreras Armenta, B. D. (2012). Multiculturalidad: su análisis y perspectivas a la luz de sus actores, clima y cultura organizacional prevalecientes en un mundo globalizado. Isbn-13: 978-84-15547-27-3.
- Certo, S. C. (1997). Dirección Estratégica Tercera. España: Mcgrawhill/Interamericana.
- Chandler, A. (1992). Estrategia y Estructura. Massachusetts: MIT Press.
- Chiavenato, I. (2002). Gestión del Talento Humano. México: Editorial McGraw – Hill.
- Claret. (2011). Confiabilidad del instrumento.
- Codina, L. (2012). Web 3.0, Web Semántica y Sistemas de Información Académicos. Barcelona.
- Colton. (1995). muestra para una investigación.
- Corral, E. y. (2010). Adicción a las Nuevas Tecnologías. Estados Unidos.
- Correa, C. (2011). Fenómenos de las Redes Sociales. Buenos Aires.
- Cortés. (2009). Era de la web 2.0. Cuba.
- Cruz. (2011). Las Redes Sociales. Colombia.
- Cuervo García, A. (1995). La dirección estratégica de la empresa. Madrid: Civitas.
- Davenport, T. O. (2006). Capital humano. Ediciones Deusto. Guatemala.
- Davis, K. y. (2000). Comportamiento Humano en el Trabajo. Mexico: Edición McGraw – Hill.
- Dougherty, D. (2003). Fenómeno de la filosofía web 2.0. Estados Unidos.
- Echevarria. (2010). Abusos de la Tecnología. Lima - Perú.
- Encarta. (1998). Técnicas de recolección de datos. España.
- Eumelia., M. G. (2004). Diseño de Proyectos en la investigación cualitativa. Medellín: Universidad EAFIT. Colombia.
- Ewalds. (1970). abreviaturas propiamente dicha. Guatemala.

- Ferdinand, S. (1913). Extensión de la jerga. México.
- Ferdinand, S. (1913). Lingüística. España.
- Fernández., J. (2003). Relaciones Interpersonales. México: Mac Graw Hill.
- Ferrando, G. (1993). Técnicas de recolección de datos.
- García, M. G. (s.f.). Comunicación y relaciones interpersonales.
- García-Córdova. (2006). Instrumentos de recolección de datos.
- Gerry Jonson, K. S. (2006). Dirección Estratégica. España: Pearson Educación S.A., Prentice Hall.
- González, A. M. (2011). Entorno digital. Perú
- Grajales, T. (2000). Tipos de investigación. Venezuela.
- Guilfor - Fruchter. (2006). Validación de Instrumentos de recolección de datos.
- Hax, A. &. (1996). La Estrategia Concepto y Proceso. Prentice – Hall.
- Hernández. (2006). Diseño de la investigación.
- Hernández. (2010). Tipos de investigación.
- Hernandez. (2010). Escala para medir actitudes.
- Hernández, M. G. (2015). Las Redes Sociales y su Incidencia en la Forma en que los Jóvenes se Comunican y Utilizan la Lengua: Perspectiva de los Docentes de Lenguaje y Comunicación. Santiago - Chile.
- Hernandez-Sampieri. (2010). diseño de investigación
- Hernandez-Sampieri. (2010). Población para una investigación cuantitativa.
- Hernandez-Sapieri. (2010). Validación de recolección de daros.
- Julian Dario, G. O. (19 de Enero de 2008). Gerencia Estratégica. Obtenido de <https://juliangiraldo.wordpress.com/gerencia/gerenciaestrategica/>
- Kahn, R. (1972). Una gran y muy exitosa demostración de Arpanet . Estados Unidos.
- L. Bittel, J. R. (1999). Enciclopedia del Management. Mc Graw Hill,.
- Laca, A. (2012). Comunicación en la economía lingüística.
- Lara, S. J. (2007). Comunidad Virtual.
- Leiner, B. M. (1997). Una Breve Historia de Internet. Venezuela.
- Lerdon, J. (1997). Contabilidad y análisis financiero de empresas agrícolas. Chile: Universidad Austral de Chile.

- Levy Leboyer, I. (1997). Gestión de las competencias. Barcelona: Gestión 2000.
- Martinet, A. (1955). Economía Lingüística.
- Menguzato, M. y. (1991). Dirección Estratégica, Un Enfoque Innovador del Management.
Barcelona: Ariel.
- Miguel. (1998). metodología cuantitativa.
- Monzón. (2009). Redes Sociales aumentan posibilidades de las Pymes.
- Moore, M. (1995). Gestión Estratégica y Creación de Valor Público en el Sector Público.
Inglaterra: Cambridge: Mass. Harvard University Press.
- Muchnick, E. (1999). Taller de generación de consensos. Planificación estratégica para Centros de
gestión. Chile: Fundación Chile.
- Muñiz, R. (2015). Marketing XXI. Obtenido de Marketing XXI: <http://www.marketing-xxi.com/la-direccion-estrategica-16.htm>
- O'Reilly, p. T. (2003). Filosofía Web 2.0.
- Odriozola, E. E. (2013). Adicción a las redes sociales. España.
- Oliveros., F. (2004). Relaciones Interpersonales. Palabra, S.A.
- Orlando., C. L. (1981). Curso de Administración para dirigentes. Habana: Editorial Ciencias
Sociales.
- Porto, J. P. (2010). Definición de Facebook. México.
- Pottirer, B. (1976). Economía Lingüística.
- Prieto., A. d. (2003). Introducción a la Gestión Estratégica. Barcelona: UB Virtual.
- Ramírez, M. H. (2014). La Escritura y las Redes Sociales. Moquegua - Perú.
- Ríos, R. A. (2013). Cajamarca - Perú.
- Ríos, R. A. (2013). "Ventajas Y Desventajas del uso de las Redes Sociales en el Estudio
Universitario de Alumnos de Antiguo Y Nuevo Ingreso de la Universidad Francisco
Gavidia (UFG) Sede San Salvador." . San Salvador.
- Ríos, R. A. (2013). "Ventajas Y Desventajas del uso de las Redes Sociales en el Estudio
Universitario de Alumnos de Antiguo Y Nuevo Ingreso de la Universidad Francisco
Gavidia (UFG) Sede San Salvador." . San Salvador.
- Ríos, R. A. (2013). Redes Sociales. San Salvador.

- Roberto, H. S. (2010). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.
- Romero. (2013). El objetivo de describir los factores de riesgo que predisponen a los adolescentes al uso adictivo de las redes sociales en internet.
- Rubín, R. (2018). Qué es Facebook. España.
- Sampieri, R. H. (2006). Diseño de investigación. España.
- Sánchez Burón, A., & Rodríguez Tapia, L. (2009). Influencia de las Redes Sociales en el estudio de los jóvenes. España.
- Saussure, F. (1857). Moderna Lingüística, como sistema de signos.
- Sierra, J. L. (2007). Comunidad virtual.
- Sigüenza, R. y. (2010). Redes Sociales.
- Sigüenza, R. y. (2010). Ventajas y desventajas que puede tener el uso de las redes sociales.
- Spencer, L. M. (1993). Competencia en el trabajo, modelos de superiores. USA: John Wile & Sons, Inc., Fenómeno social en las redes sociales. Estado Unidos
- Tomás, L. F. (2014) Redes sociales y las distorsión de los lenguajes.
- Tomás, L. F. (2014). Léxico común que los cibernautas.
- Tomás, L. F. (2014). Nuevas palabras.
- Trabajo, C. N. (s.f.). Hablemos de relaciones interpersonales.
- Trinidad, R. (2012). Amixer está en Facebook una Investigacion sobre la choledad virtual. Lima.
- Ullmann. (1965). “abreviaciones utilizadas en mensajes de texto (sms) y los problemas que generan en el proceso de comunicación escrita, en estudiantes de la materia de taller de investigación ii en la carrera de lingüística e idiomas “UMSA” en la gestión 2014”.
- Ullmann. (1965). Fonética de Palabras. España.
- Uzcátegui, E. (13 de Mayo de 2012). Gerencia Estratégica. Obtenido de Gerencia Estratégica: <http://ever-uzcategui.over-blog.es/article-gerencia-estrategica-105073974.html>
- Vides. (2011). Relaciones interpersonales de jóvenes que utilizan las redes sociales.
- WeblogRecursos Humanos. (13 de Diciembre de 2012).
- Webster. (1998). Muestreo de resultados aleatorios. España.
- West, D. M. (2013). Avance tecnológico: riesgos y desafíos. Estados Unidos.
- Zuckerberg, M. (2004). Facebook. Estados Unidos.

ANEXOS

MATRÍZ DE CONSISTENCIA

TITULO: LAS REDES SOCIALES EN LA ECONOMÍA LINGÜÍSTICA DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICO PÚBLICO “GAMANIEL BLANCO MURILLO” – PASCO 2017.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE	MARCO TEORICO
¿Qué efectos produce las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?	Determinar los efectos que producen las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017	Las redes sociales producen efectos significativos en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017	<p>Variable Independiente REDES SOCIALES</p> <p>D1. Fenómeno social en la filosofía web 2.0 D2. Sociedad virtual D3. Ambiente Digital</p> <p>Variable Dependiente ECONOMÍA LINGÜÍSTICA</p> <p>D1. Nuevas palabras D2. Sentido del Mensaje D3. La Lingüística</p> <p>Variable Interviniente Estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales • Redes sociales en internet • Historia de las redes sociales • Clasificación de las redes sociales • ¿Cuál es la filosofía de la web 2.0? comunidad virtual • Entorno digital • La nueva realidad del entorno digital: retos y oportunidades • Aplicaciones • Filosofía de la lingüística • Evolución de las redes sociales • Impacto en la forma de comunicación • Las redes sociales más populares y exitosas de internet • Los jóvenes y las nuevas tecnologías • Adicción al internet • Interculturalidad de la redes sociales • Economía Lingüística • La economía lingüística y la jerga • El lenguaje del chat • Nuevos códigos • Investigación sobre redes sociales • Evolución de las redes sociales • Impacto en la forma de comunicación • Las redes sociales más populares • La interculturalidad de la red social • ¿Cuál es el futuro de las redes sociales más populares? • Tipología de redes sociales en Internet • Facebook la red social más usada actualmente • Definición del Facebook • Como funciona Facebook • Historia del Facebook • Conspiración del WhatsApp • Historia del Twitter
PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICOS		
¿Qué efectos produce las redes sociales en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?	Decretar los efectos que producen las redes sociales en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.	Las redes sociales producen efectos significativos en las nuevas palabras que utilizan los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017		
¿Qué efectos produce las redes sociales en el sentido del mensaje en los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?	Evidenciar los efectos que producen las redes sociales en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.	Las redes sociales producen efectos significativos en el sentido del mensaje de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017		
¿Qué efectos produce las redes sociales en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017?	Establecer los efectos que producen las redes sociales en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017	Las redes sociales producen efectos significativos en la lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017.		

¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

(Arugete, 2011), Una Red Social es una estructura social integrada por personas, organizaciones o entidades que se encuentran conectadas entre sí por una o varios tipos de relaciones como ser: relaciones de amistad, parentesco, económicas, relaciones sexuales, intereses comunes, experimentación de las mismas creencias, entre otras posibilidades. En tanto, en la actualidad y a partir de los últimos años este concepto ha sufrido algunos cambios, ya que además comenzó a empleárselo para referir a aquellos sitios de Internet que promueven las comunidades virtuales de acuerdo a los intereses que cada uno posee. Myspace y Facebook son dos las redes sociales más importantes que existen hoy en día en el mundo; reúnen a millones de usuarios y les brindan la oportunidad intercambiar mensajes y archivos con otros miembros de la red. (Cabrera, 2010: 117). Las redes sociales se han convertido en un fenómeno social, cuyo origen proviene de la filosofía Web 2.0. Son plataformas de comunidades virtuales que proporcionan información e interconectan a personas con afinidades comunes. Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el ambiente digital.

DIMENSIONES	INDICADORES (como deseo lograr)	ITEMS / TEMAS	PESO		FECHA DE EJECUCIÓN
			Cant.	%	
I. FENOMENO SOCIAL EN FILOSOFIA WEB 2.0					
El término "web 2.0" fue ideado en el 2003 por Tim O'Reilly y Dale Dougherty con el fin de designar la actual etapa a la que se enfrenta Internet. No es una nueva versión de un software como podría hacer entender el "2.0". Simplemente se trata de un slogan eficaz y bien utilizado, para <u>expresar el adelanto de la Web</u> como lo hemos entendido hasta ahora y la entrada de una nueva etapa del World Wide Web. Así que el termino Web 2.0 expresa la salida conceptual de sitios entendidos como envases a verdaderos servicios con los cuales los usuarios pueden interactuar, y se caracterizan por la <u>facilidad y velocidad de utilización</u> parecidas a las <u>aplicaciones</u>	X.1. Se expresa en el adelanto de la Web 2.0 X.2. Brinda facilidad y velocidad en la utilización a través de aplicaciones	X.1.1. aplicaciones en las redes sociales X.1.2. Cambios en el Comportamiento social X.1.3. Valores humanos X.1.4. Comunicación interactiva X.1.5 Manejo de información	5	29 %	16-05-2017
II. SOCIEDAD VIRTUAL					
Joaquín Lara Sierra (19 abr. 2007) Una sociedad virtual es un sitio creado por una o más personas que establecen <u>relaciones</u> a partir de temas comunes. Dialogan, discuten, opinan, mientras su identidad real, incluso su identidad social, puede permanecer oculta. Cada comunidad, llamada también "aldea", elabora un <u>código</u> de acuerdo a las diferentes hablas y procedencias de sus integrantes. "Parece haber en los miembros de estas comunidades una motivación más expresiva que receptiva.	X.3. Establecen relaciones a partir de temas comunes X.4. Se adecuan a un códigos de acuerdo a su habla	X.2.1. Espacios de interacción X.2.2. Susceptibles al cambio social X.2.3. Relaciones interpersonales X.2.4. Códigos para comunicarse X.2.5. Personas sin identidad X.2.6. Satisfacción de necesidades X.2.7. responsabilidad frente al contexto	7	42 %	16-05-2017
III. AMBIENTE DIGITAL					
Mario González Arencibia (2011) El ambiente digital es un <u>contexto de acciones globales</u> con repercusiones sistémicas de las decisiones y acciones emprendidas, ello exige maniobrar la responsabilidad con una visión. "No estamos en un mundo de acciones meramente locales con interlocutores copresentes y consecuencias limitadas en el tiempo y espacio. La responsabilidad ya no se puede limitar a la persona o el pequeño grupo y la <u>visión al futuro</u> y entorno inmediatos.	X.5. Admiten como un medio al contexto de acciones globales X.6. Limita a la personas o pequeño grupo con visión al futuro	X.3.1. Interdependencia electrónica X.3.2. conocimiento del entorno digital X.3.3 proyección a visión futura X.3.4. Tecnologías inmediatos en las redes sociales X.3.5. Mercado interactivo digital	5	29 %	16-05-2017

¿QUÉ ES ECONOMÍA LINGÜÍSTICA?

(Pottier Bernard, 1976), acuñado por (André Martinet (1955) Es uno de los principales mecanismos de evolución lingüística, como en cualquier actividad humana existe una tendencia natural a favorecer la extensión de ciertas jergas profesionales y extranjerismos. Su uso permite incorporar con facilidad nuevas palabras con significados específicos, que ahorran explicaciones sin perder el sentido del mensaje. Sin embargo, la difusión de estos términos puede estar restringida fuera de los círculos de origen, presentándose una alternativa fácil para un público más amplio y economía del lenguaje. Existe una tendencia natural al tratar de minimizar el esfuerzo invertido, lo que puede manifestarse en distintas maneras como: acortar, simplificar o abreviar el mensaje de texto y la forma de transmitir una misma información sin perder el sentido del mensaje. . Estas consideraciones se pueden observar tanto en variedades diacrónicas y sincrónicas.

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS / TEMAS	PESO		FECHA DE EJECUCIÓN
			Cant.	%	
I. LAS NUEVAS PALABRAS					
Folch Tomás, Lorena (14 Jul. 2014) Es el léxico común que los cibernautas están propagando en sus interacciones a través de las redes sociales es la <u>jerga</u> con el objetivo de determinar si esta nueva manera de utilizar el lenguaje favorece determinados procesos de formación de palabras en deterioro de otros. Tras ellos, se han extraído las conclusiones pertinentes sobre los procesos de formación de <u>nuevas palabras</u> favorecidos por esta nueva manera de comunicarse más conocido como <u>nuevos códigos</u> .	Y.1. usan frecuentemente las jergas en redes sociales Y.2. Se adecúan a los nuevos código para comunicarse	Y.1.1. Las nuevas formas de escritura. Y.1.2. Nuevos códigos en el lenguaje comunicativo. Y.1.3. Palabras desconocidas en códigos modernos. Y.1.4. Códigos desconocidos para comunicarse. Y.1.5. Economía lingüística igual palabras cortadas. Y.1.6. Los celulares como medios de comunicación Y.1.7. Los códigos modernos son considerados jergas. Y.1.8. Nuestra lengua viva se transforma cada vez. Y.1.9. Palabras recortadas es una moda Y.1.10 Nuevos códigos en el lenguaje comunicativo.	10	33%	16-05-17 y 26-10-17
II. EL SENTIDO DEL MENSAJE					
Para definir el significado de la palabra se propone tres términos relevantes: nombre, sentido y cosa (Ullmann, 1965). El nombre es la parte fonética de la palabra, el sentido es la información que el hombre comunica al oyente y la cosa es el referente, el rasgo no lingüístico sobre lo que se refiere. De este modo, determinaremos que el sentido es un aspecto relevante para que pueda existir una <u>buena comunicación</u> y gracias a este punto logramos <u>adquirir una idea completa</u> de lo que el receptor expresa a través de códigos.	Y.3. Se logra una buena comunicación. Y.4. Logran entender el mensaje y adquirir y posee una idea competa.	Y.2.1. El nuevo lenguaje de los jóvenes. Y.2.2. Enfrentan a las nuevas forma de escritura Y.2.3. La economía lingüística en la comunicación. Y.2.4. Uso excesivo de los nuevos códigos. Y.2.5. Escribir en nuevos códigos es una adicción. Y.2.6. Satisfecho cuando escriben en códigos. Y.2.7. Molestias cuando no entienden las palabras. Y.2.8. Distorsión el idioma castellano. Y.2.9. leen con facilidad las palabras. Y.2.10 Enfrentar a las nuevas lenguas desconocidos.	10	33 %	16-05-17 y 26-10-17
III. LA LINGÜÍSTICA					
Para (Ferdinand de Saussure 1913). La Lingüística es la ciencia que estudia el <u>lenguaje</u> , como forma de <u>comunicación</u> humana en cuanto a sus códigos y sistema de símbolos, el uso de las distintas lenguas, sus puntos en común, y su evolución. La lengua oral precedió al lenguaje escrito, y la aparición de éste, revolucionó de tal modo la cultura por la posibilidad de documentar los hechos, que originó la Historia.	Y.5. Confían en el lenguaje que utilizan. Y.6. La calidad de comunicación es adecuado.	Y.3.1. Incremento de estos nuevos códigos. Y.3.2. La revolución en la comunicación escrita. Y.3.3. Nuevos códigos en la escritura. Y.3.4. Menor cantidad de palabras para expresarse. Y.3.5. La economía lingüística no afecta al lenguaje. Y.3.6. Principio de la ley del mínimo esfuerzo. Y.3.7. La pereza lingüística. Y.3.8. Riqueza léxica es modernizar nuestro idioma. Y.3.9. En nuestro idioma son básicas las vocales. Y.3.10 Víctima de la economía lingüística.	10	34 %	16-05-17 y 26-10-17

ENCUESTA SOBRE LAS REDES SOCIALES EN LA ECONOMIA LINGÜÍSTICA

FINALIDAD: La presente encuesta tiene por finalidad realizar el estudio de las redes sociales en la economía lingüística de los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” – Pasco 2017

Los valores de a = 1; b = 2; c = 3; d = 4

REFERENCIA ¿QUE ES ECONOMIA LINGÜÍSTICA?

Es acortar, simplificar o abreviar el mensaje de texto y la forma de transmitir una misma información sin perder el sentido del mensaje.

INSTRUCCIONES: Estimados jóvenes marcar con un (X) la respuesta que considere correcta de acuerdo a su opinión

- 1. ¿Las nuevas formas de escritura son códigos riesgosos?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 2. ¿Se llegará a establecer estos nuevos códigos en el lenguaje comunicativo de nuestro idioma?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 3. ¿Te incomoda algunas palabras desconocidas escritos en códigos modernos que emplean para comunicarse contigo?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 4. ¿Tus padres te reprochan cuando escribes en códigos desconocidos para comunicarte con tus contactos?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 5. ¿Tus contactos utilizan con frecuencia la economía lingüística (palabras cortadas o minimizadas) para comunicarse contigo?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 6. ¿Los celulares son medios de comunicación que utilizan con mucha frecuencia la economía lingüística, para ahorrar tiempo?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre

7. **¿Los códigos modernos son considerados jergas en la comunicación escrita?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
8. **¿Nuestra lengua viva se transforma gracias a sus hablantes con palabras recortadas?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
9. **¿Escribir con palabras recortadas es una moda en la comunicación de hoy?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
10. **¿Utilizas constantemente los nuevos códigos en el lenguaje comunicativo?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
11. **¿El nuevo lenguaje de los jóvenes empobrece nuestro idioma?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
12. **¿Son capaces de enfrentar a las nuevas formas de escritura?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
13. **¿Consideras útil la economía lingüística en la comunicación escrita de los jóvenes del siglo XXI?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
14. **¿El uso excesivo de los nuevos códigos amenazan con desaparecer nuestro idioma?**
 - a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
15. **¿Escribir en nuevos códigos es una adicción?**
 - a) Nunca

- b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 16. ¿Te sientes satisfecho cuando escribes en códigos modernos para comunicarte con tus contactos?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 17. ¿Sufres molestias cuando no entiendes algunas palabras en códigos modernos para comunicarse contigo?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 18. ¿Estas distorsionando el idioma castellano al escribir con palabras recortadas?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 19. ¿Al leer estos códigos lo realizas con facilidad o titubeas algunas palabras porque son desconocidos?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 20. ¿Eres capaz de enfrentarte a las nuevas lenguas a atreves de códigos desconocidos?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 21. ¿Usted cree que se deben incrementar estos nuevos códigos en el Diccionario de la Real Academia?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 22. ¿Es necesario la revolución en la comunicación escrita minimizando palabras a través de códigos modernos?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 23. Si te pidieran escribir una carta a una amiga ¿usarías estos nuevos códigos en la escritura?**
- a) Nunca

- b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 24. ¿Utilizas la menor cantidad de palabras para expresar lo que se quiere decir?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 25. ¿La economía lingüística no afecta al lenguaje, sino que ayuda a ahorrar espacios o palabras sin restarle comprensión al texto?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 26. En los mensajes de texto, ¿se aplican realmente este principio de la ley del mínimo esfuerzo?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 27. ¿La pereza lingüística es capaz de pasar por encima de cualquier norma hasta convertir a la lengua en algo complicado?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 28. ¿Al quitarle la riqueza léxica es modernizar nuestro idioma?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 29. ¿En nuestro idioma son básicas las vocales?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre
- 30. ¿Eres víctima de la economía lingüística?**
- a) Nunca
 - b) Casi Nunca
 - c) Algunas Veces
 - d) Siempre

Gracias por su colaboración.

**LAS REDES SOCIALES EN LA ECONOMÍA LINGÜÍSTICA
DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN
SUPERIOR PEDAGÓGICO PÚBLICO “GAMANIEL BLANCO
MURILLO” – PASCO 2017.**

**CUESTIONARIO DE PALABRAS HABITUALES QUE
UTILIZAN LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO DE
EDUCACIÓN SUPERIOR PEDAGÓGICO PÚBLICO
“GAMANIEL BLANCO MURILLO”**

Señor padre de familia:

El presente cuestionario tiene por finalidad de que identifique las palabras que utilizan los estudiantes para entablar una comunicación con sus amistades, que a continuación se muestra:

TLV:	
XD:	
TKM:	
D%TOS:	
LVP:	
KTVSB:	
LVK:	
HPH:	
DND:	
X100PRE:	
DCM	
:(
GG	
NTP	
=LES	

Gracias por su
colaboración

FOTOGRAFIA DEL AIPHONE: cuando realizaban comunicación escrita en las redes sociales con sus contactos utilizando palabras recortadas por los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Publico “Gamaniel Blanco Murillo”



FOTOGRAFIA DEL AIPHONE: cuando realizaban comunicación escrita en las redes sociales con sus contactos utilizando palabras recortadas por los estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo”



FOTOGRAFÍA: Aplicación de la encuesta de opinión a estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Publico “Gamaniel Blanco Murillo” sobre la redes sociales en la economía lingüística.



FOTOGRAFÍA: Capacitación de la aplicación de la encuesta de opinión a estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Publico “Gamaniel Blanco Murillo” sobre la redes sociales en la economía lingüística.



FOTOGRAFÍA: Capacitación de la aplicación de la encuesta de opinión a estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” sobre la redes sociales en la economía lingüística.



FOTOGRAFÍA: Capacitación de la aplicación de la encuesta de opinión a estudiantes del Instituto de Educación Superior Pedagógico Público “Gamaniel Blanco Murillo” sobre la redes sociales en la economía lingüística

