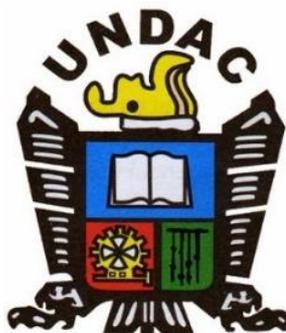


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



T E S I S

Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Para optar el título profesional de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autores:

Bach. Samuel Victor ANTUNEZ SANDOVAL

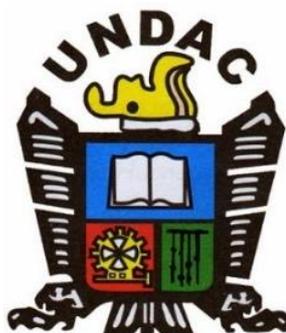
Bach. Nicolas CARDENAS ORIHUELA

Asesor:

Mg. Juan Carlos YANGALI VARGAS

Cerro de Pasco – Perú – 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN



T E S I S

Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. José Néstor SÁNCHEZ MORALES

PRESIDENTE

Dr. Raúl Máximo RAMOS GUTARRA

MIEMBRO

Mg. Jonatan Josuel SALCEDO ROBLES

MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios, porque para Él no hay nada imposible,

A mi familia que es la fuerza para seguir

Escalando en esta vida. A mis maestros

que me formaron en las aulas, gracias

a todos por creer en mí.

Samuel

Dedicado a mi madre, a mis hijas

Judith y Sayuri.

Nicolas.

AGRADECIMIENTO

Un especial Reconocimiento a las autoridades y nuestros docentes por la creación y funcionamiento de la Sección de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC en la filial La Merced. Qué nos albergó durante cinco años académicos y nos fortaleció en los diversos conocimientos para ser buenos comunicadores sociales.

Los autores.

RESUMEN

El estudio tuvo como propósito determinar la Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced durante el semestre académico 2022 - B. El enfoque del estudio fue cuantitativo con método general hipotético – deductivo y específico descriptivo - analítico en una población de 55 estudiantes matriculados en el periodo 2022-B. La muestra se adoptó por los 55 estudiantes matriculados. El instrumento utilizado para el acopio de información de ambas variables fue un cuestionario de 24 ítems con escalamiento tipo Likert, que fue validada por tres versados, mientras que la fiabilidad fue sometida al Alfa de Cronbach que arrojó un valor de 0,675 y 0,721 equivalente a una fuerte confianza para ser aplicado al trabajo de Investigación. En la primera conclusión se ha determinado de la tabla 5, la correlación de Pearson es 0,555** por lo cual podemos afirmar que si existe una **correlación directa y altamente significativa** entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio siendo la conclusión estadística de la tabla 5, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: La navegación por Google y YouTube se relaciona **significativamente** con los hábitos de estudio en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced – 2022. Este proceso estadístico se llevó a cabo empleando el programa Excel 2010 y SPSS V. 25.

Palabras clave: La navegación por Google y YouTube e hábitos de estudio

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine Google and YouTube Navigation in relation to study habits in students of Communication Sciences UNDAC, La Merced Branch during the academic semester 2022 - B. The study approach was quantitative with a hypothetical general method – deductive and specific descriptive - analytical in a population of 55 students enrolled in the period 2022-B. The instrument used to collect information on both variables was a 24-item questionnaire with Likert-type scaling, which was validated by three experts, while reliability was subjected to Cronbach's Alpha, which yielded a value of 0,675 y 0,721 equivalent to one strong confidence to be applied to research work. in the first conclusion, it has been determined from Table 5, Pearson's correlation is 0.555**, so we can affirm that there is a direct and highly significant correlation between browsing Google and YouTube with study habits, the conclusion being statistic from Table 5, the p value is 0.000, which is less than 0.05, in this sense, the alternative hypothesis is accepted, with which it is concluded that: Browsing through Google and YouTube is significantly related to browsing habits study in the students of communication sciences of the UNDAC, filial La Merced - 2022. This statistical process was carried out using the Excel 2010 program and SPSS V. 25.

Keywords: Browsing through Google and YouTube and study habits

INTRODUCCIÓN

Señores miembros del Jurado:

Tenemos el honor de presentar la tesis titulada **‘Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022**, desarrollada en Selva Central a raíz de que concluimos nuestros estudios profesionales en la Sección de la Merced de la Universidad Daniel Alcides Carrión con la que ansiamos poder obtener el título de Licenciados y ser excelentes comunicadores sociales.

La Tesis responde al esquema oficial del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y está dividido en cuatro capítulos: En el capítulo uno se identifica y establece los problemas y objetivos de la investigación, así como la justificación y límites de esta. En el capítulo dos se exterioriza el marco teórico incluyendo antecedentes, fundamentos, conceptos científicos, hipótesis y por último la operacionalización de las variables e indicadores. El capítulo tres contiene los métodos y técnicas implementadas en la investigación tomando en cuenta el tipo, nivel, enfoque y diseño. El capítulo cuatro abarca todo el trabajo de campo, resultados, discusión y prueba de la hipótesis.

Por último, se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones a las que arribo el trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

INDICE DE TABLAS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	2
1.3. Formulación del problema.	3
1.3.1. Problema general.....	3
1.3.2. Problemas específicos.	3
1.4. Formulación de objetivos.....	4
1.4.1. Objetivo general.	4
1.4.2. Objetivos específicos.	4
1.5. Justificación de la investigación.	4
1.6. Limitaciones de la investigación.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio.....	8
----------------------------------	---

2.2 Bases teóricas - científicas.....	14
2.3 Definición de términos básicos.....	24
2.4 Formulación de hipótesis.....	30
2.4.1 Hipótesis general.....	30
2.4.2 Hipótesis específicas.....	31
2.5 Identificación de variables.....	31
2.6 Definición operacional de variables e indicadores.....	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación.....	33
3.2 Nivel de investigación.....	33
3.3 Métodos de investigación.....	33
3.4 Diseño de investigación.....	34
3.5 Población y muestra.....	35
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	36
3.7 Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	37
3.8 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	38
3.9 Tratamiento estadístico.....	39
3.10 Orientación ética filosófica y epistémica.....	39

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción del trabajo de campo.....	40
---	----

4.2	Presentación, análisis e Interpretación de los resultados.	41
4.3.	Prueba de hipótesis.....	45
4.4	Discusión de resultados.....	50
CONCLUSIONES		
RECOMENDACIONES		
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		
ANEXOS		

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultado por niveles de la variable navegación por Google y el Youtube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	41
Tabla 2: Resultado por niveles de la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022	42
Tabla 3: Resultado por niveles de la dimensión frecuencia de uso de Google y YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación, filial La Merced - 2022	43
Tabla 4: Resultado por niveles de la dimensión publicaciones en el Google y YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022	44
Tabla 5: Resultado de correlaciones entre la variable navegación por Google y YouTube con la variable hábitos de estudios en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	46
Tabla 6: Resultado de correlaciones entre la dimensión frecuencia de uso de Google y YouTube con la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	47
Tabla 7: Resultado de correlaciones entre la dimensión publicaciones en el Google y YouTube con la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	49

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: : Resultado por niveles de la variable navegación por Google y el Youtube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	41
Gráfico 2: Resultado por niveles de la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.....	42
Gráfico 3: Resultado por niveles de la dimensión frecuencia de uso de Google y el YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022	43
Gráfico 4: Resultado por niveles de la dimensión de publicaciones en el Google y el YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022	44

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

Los universitarios nativos digitales en la actualidad están forzados a conocer las diferentes contraseñas de sus computadoras, tabletas, redes sociales, correos electrónicos, tarjetas de crédito y otras que nos ofrecen las plataformas digitales; entre las más populares se tiene a Facebook, Google y YouTube la cual será materia de estudio de la presente investigación.

Asimismo, los estudiantes universitarios nativos digitales están muy familiarizados con el uso de las Redes Sociales más usadas como son la navegación por el Google, Facebook, *Twitter*, *Instagram*, Snapchat, *Tumblr*, Telegram, *YouTube* y *WhatsApp* etc. Los cuales han cambiado sus hábitos de estudio.

Además, los estudiantes de la Sección de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial La Merced por las características mismas de sus asignaturas que necesariamente utilizan diversos programas como son: Adobe Premiere, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe Illustrator, etc, No son ajenas a estar

navegando en busca de tutoriales e informaciones a través del Google y YouTube para estar actualizados constantemente.

Por estas razones se hace necesario realizar el trabajo de investigación para poder responder y explicar de qué manera han cambiado sus hábitos de estudio en su proceso de enseñanza y aprendizaje que imparten los docentes a estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial La Merced que viene funcionando desde el año 2014 que permitió a los universitarios en esta era digital donde la Pandemia del COVID 19 continuar con las clases virtuales a través del Classroom, Zoom, Google Meet, Blackboard y que en el periodo 2022-B continuo las clases bajo la forma gradual y semi presencial según la última directiva Nro 008-2022-UPC-VRAC-UNDAC.

1.2. Delimitación de la investigación.

1.2.1. Delimitación espacial.

La presente investigación se ejecutó presencialmente en la provincia de Chanchamayo que pertenece a la Región Junín.

1.2.2. Delimitación social.

El grupo social objeto de estudio lo constituyeron los estudiantes del programa de estudios de la Sección de Ciencias de la Comunicación La Merced matriculados en el periodo 2022-B

1.2.3. Delimitación temporal.

Por motivos que la Facultad de Ciencias de la Comunicación no tenía autoridades elegidas, el trabajo de investigación se desarrolló durante los meses de setiembre a diciembre del 2022-B

1.2.4. Delimitación conceptual.

Enmarcada por la importancia de las Redes Sociales más usadas por los estudiantes universitarios como son la navegación por el Google, Facebook, *Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr, Telegram, YouTube y WhatsApp*, etc. Asimismo, los hábitos de estudio que revolucionaron en los niveles de inicial, primaria, secundaria y en las universidades del mundo a consecuencias de la pandemia ocasionado por el COVID 19.

1.3. Formulación del problema.

1.3.1. Problema general.

¿Cuál es la relación que existe entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?

1.3.2. Problemas específicos.

- a. ¿Cuál es la relación que existe entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?
- b. ¿Cuál es la relación que existe entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?

1.4. Formulación de objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

Determinar la relación que existe entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio en los alumnos de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

1.4.2 Objetivos específicos.

- a. Determinar la relación que existe entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.
- b. Precisar la relación que existe entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.

1.5. Justificación de la investigación.

1.5.1. Justificación teórica.

El presente trabajo de investigación se justifica porque se pretende analizar los hábitos de estudio que han revolucionado después de la pandemia del COVID 19 de los estudiantes universitarios nativos digitales quienes se encuentran en la actualidad muy familiarizados con la navegación por el Google, Facebook, *Twitter, Instagram, Snapchat, Tumblr, Telegram, YouTube y WhatsApp*, etc.

Por otro lado, los estudiantes del programa de estudios de la Sección de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial La Merced, por las características mismas de sus asignaturas planteadas en el Currículo 2017 el cual se adjunta en los anexos, utilizan diversos programas como son; Adobe Premiere, Ulead, Pinnacle, Sara,

Adobe Audition, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe Illustrator, etc. No son ajenas a estar navegando en busca de tutoriales e informaciones a través del Google y YouTube que les permita reforzar su proceso de enseñanza–aprendizaje.

1.5.2. Justificación metodológica.

Respecto a este punto metodológico la investigación ha validado el instrumento de recopilación de datos con profesionales expertos de la comunicación y la estadística, determinado la relación existente entre las variables x-y. Podría servir de ejemplo para futuras investigaciones.

1.5.3. Justificación social.

La investigación servirá para ser esgrimido como instrumento de consulta por los universitarios del programa de estudios de Ciencias de la Comunicación de La Merced.

Permitirá alinear en proyectos de investigación a los futuros profesionales en comunicación de: San Ramón, La Merced, Oxapampa, Villa Rica, Satipo, Pichanaki, Perene, Vitoc, Mazamari, Pangoa, Perene y Tarma, quienes trabajan en los medios de comunicación, municipalidades, empresas públicas y privadas la importancia de la navegación por el Google y YouTube, para la búsqueda de informaciones, tutoriales y videos, transmisiones en vivo que ofrecen estas plataformas.

Permitirá poner énfasis y ser modelo para futuras investigaciones que están realizando los egresados de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y la Universidad Nacional Intercultural de La Selva Central Juan Santos Atahualpa que ofertan sus carreras profesionales en La Merced.

1.6. Limitaciones de la investigación.

1.6.1. Limitación económica.

Entre las diversas limitaciones que se pueden encontrar al momento de realizar un investigación nosotros tuvimos que lidiar con una que estuvo relacionada a los gastos en pasajes y viáticos que involucra el traslado del distrito de San Ramon hacia La merced puesto que el pasaje subió a cuatro soles por tramo además La Facultad de Ciencias de la Comunicación está ubicada geográficamente en Cerro de Pasco dificultando al estudiante de Selva Central por la distancia a tener acceso presencial a las investigaciones que realizaron más de 400 titulados en esa Región.

1.6.2. Limitación cronológica.

El tiempo fue una gran limitante para la ejecución del proyecto que estaba programado para abril – agosto, pero la Facultad de Comunicación adolecía de un decano que viabilice la gestión documentaria por lo que no se cumplió cabalmente el cronograma proyectado. El presente proyecto de investigación respecto a la revisión bibliográfica se presentó dificultades al no contar con libros y Tesis relacionados al tema, las bibliotecas de la Universidad Intercultural de La Selva Central Juan Santos Atahualpa y de las municipalidades de San Ramón, La Merced, Oxapampa, Villa Rica, Satipo, Pichanaki, Perene, Vitoc, Mazamari, Pangoa con trabajos especializados en investigaciones relacionadas a Ciencias de la Comunicación.

En la UNDAC, filial La Merced está funcionando el programa de estudio de Ciencias de la Comunicación desde el año 2014 debidamente licenciada por SUNEDU, donde se cuenta con varios libros de la especialidad ubicados en la

Biblioteca en el segundo piso de la mencionada filial, pero no trabajos de Investigación en comunicaciones.

A la fecha lograron sustentar tres investigaciones por los egresados de la Sección de Comunicación de La Merced quienes deberían hacer llegar un ejemplar de estas a la Biblioteca de La UNDAC, filial La Merced.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.

- **Internacionales**

Altamirano Elder, Espinoza Eliet, Franco Cindhly (2020) En su Tesis: “Diagnostico del uso del Facebook y WhatsApp como material de apoyo en la gestión del aprendizaje de los estudiantes del segundo año de los estudiantes de comunicación social UNAN León. Nicaragua.” concluyó: el uso del Facebook y WhatsApp ayudo a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UNAN en relación a la entrega de los materiales establecidos por los catedráticos los cuales deben ser refutados de acuerdo a los resultados obtenidos.

Se logró confirmar que los involucrados en el trabajo de investigación quienes expresaron que estas plataformas hacen más fácil la recepción y envío de información por parte de docentes, estudiantes y viceversa.

La Utilización de estas plataformas para poder ser implementadas en la educación se somete de acuerdo a las estrategias de los docentes para poder captar su interés del alumno a un mundo virtual donde el estudiante pierde con facilidad la atención.

Los catedráticos en la actualidad están inmersos en el mundo virtual al convertirse en usuarios activos de esta infinidad de plataformas quienes necesitan constante capacitación para poder usar estos espacios para mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Balseca Sembrano, Naranjo Pinto (2018) en su Tesis “Influencia de las redes sociales en los hábitos de estudio de los estudiantes del 8vo, 9no y decimo de educación básica en el colegio Anlasgasi de la ciudad de Quito en el año lectivo 2016-2017 ". La investigación llegó a las conclusiones:

Las conexiones de internet en sus redes sociales de los adolescentes evidenciaron que la mitad de los encuestados lo realizan en sus tiempos libres y en sus casas sin intervenir en sus quehaceres del día, además lo utilizan en sus ratos libres y sin control alguno con sus amigos intercambiando mensajes corriendo el riesgo de la Asociación de Psiquiatría que un ser humano no puede usar más de dos horas diarias.

El uso de las redes sociales por los adolescentes de las instituciones educativas investigadas es para chatear con las amistades, asimismo se pudo evidenciar que el 50% de los encuestados lo utiliza con fines académicos ayudándolos a socializar entre ellos priorizando el Facebook, WhatsApp y el Instagram.

Altamirano, Fernando (2016), en su Tesis “Los SKETCH del canal EnchufeTv en la plataforma YouTube, y su incidencia en los hábitos de consumo

de información en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Nacional de Chimborazo, en el periodo junio-diciembre de 2015”. El trabajo de investigación concluye: Los personajes principales en los sketches de EnchufeTv se encuentran: Chichico, Quechuas y Típico de Voz, quienes se presentan en diferentes situaciones logrando la viralización de los videos que permitió la utilización del lenguaje y el sarcasmo que se usaron en las diferentes escenas.

Gracias al Análisis de los videos se logra evidencias que YouTube y en el medio televisivo EnchufeTv, facilitó el consumo informativo y la disponibilidad del material logrando la eliminación de las barreras espacio temporales a los que nos tienen limitados los medios masivos de comunicación.

Se comprobó que la población materia del estudio logra ver en promedio tres sketches mensuales dedicando 10 minutos teniendo que el canal EnchufeTv sube un Sketch semanal se puede concluir que el cincuenta por ciento de sus videos son observados por la audiencia.

Tobón, K (2018), en su Tesis: “Hábitos de estudio y desempeño académico de los estudiantes de nivelación de la facultad de ciencias humanas y de la educación de la Universidad Técnica de Ambato en tiempos de pandemia del COVID 19” Arribó a las siguientes conclusiones: Acerca de la variable hábitos de estudio se concluye que están conformados por los hábitos que mejoran el aprendizaje que se adquieren durante su permanencia universitaria y que están acompañados de una planificación y sin distractores constituidas por la motivación memoria y atención. Y para la otra variable de desempeño se concluye que es la

capacidad del alumno y que el 18 por ciento de los investigados poseen una motivación efectiva.

En base a los resultados CHETE y las encuestas el ochenta por ciento de los estudiantes de nivelación de la facultad poseen una actitud favorable al estudio el setenta ocho por ciento posee un lugar el sesenta por ciento posee un estado físico propicio para estudiar y el setenta por ciento posee un plan de trabajo en cuanto a la variable desempeño el ochenta por ciento plantea una meta de estudio y rechaza aprender mediante la virtualidad.

Ortiz Pamela, Villacis Jenniffer (2014-2015), en su Tesis: “Redes sociales y hábitos de estudio en los estudiantes del 2do año de bachillerato del Colegio Fiscal Rita Lecumberri de la ciudad de Guayaquil”. Se arribaron a las siguientes conclusiones: Con respecto al primer objetivo se reconoció que los usos de los alumnos de 15 a 18 años utilizan las redes sociales como medio de diversión y entretenimientos entre sus familiares. De acuerdo al segundo objetivo los estudiantes investigados dedican cinco horas al día. Y respecto al tercer objetivo se identificó que la red familiar es conflictiva en su totalidad al existir una comunicación de tipo acusador y super razonable.

Respecto al cuarto objetivo los estudiantes tienen un bajo dominio de técnicas de estudio en condiciones inadecuadas.

▪ **Nacionales**

Flores Lorena (2017), en su Tesis “Impacto de las redes sociales como herramienta didáctica en el aprendizaje de los estudiantes de la carrera de Computación e Informática del Instituto Superior de Educación Público Chincha, 2015”. La investigación concluye: En esta especialidad se alcanzó en el resultado

del trabajo de investigación un nivel de 0.852 que incumbe a un nivel de correlación alto con enseñanza de los varones y damas de la carrera de computación e informática del instituto superior de educación pública chincha, 2015, de esta forma se contrasta la hipótesis de investigación que alcanza un nivel de 0.860 que corresponde a un nivel correlación positiva alta. Con razón los aprendizajes de los individuos objeto de estudio, se puede apreciar en informática y computación del instituto superior de educación pública chincha, - 126 - 2015, es indispensable en las vidas de los nativo digitales porque permite la interrelación entre individuos, así compartir y conseguir nuevas amistades cumpliéndose de esta manera la hipótesis propuesta que alcanza una semejanza a un nivel de 0.854 correspondiendo a un nivel de similitud positiva alta

Mendoza Y, (2018), en su Tesis: “Aplicación del Facebook en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad nacional san Agustín de Arequipa 2018”.obtuvo a las conclusiones: Las características de los alumnos universitarios de la escuela profesional de ciencias de la comunicación sobre el uso de la utilización del Facebook se obtuvo que la mayoría son damas comprendidos entre los 18 y 21 años quienes dedican más tiempo al estudio y menos a su tiempo libre.

Las ventajas que se obtuvieron en la investigación respecto a la aplicación del Facebook en los alumnos de la escuela de comunicación es que les permite la facilidad a sus contactos a quienes nunca se les capacitó sobre esta aplicación del Facebook y de facilitar el acceso al Internet.

Chávez Julio, Villacorta Paul, (2019), en su Tesis: “Influencia de la aplicación de herramientas de Google Drive en el desarrollo de competencias de

aprendizaje colaborativo en estudiantes del quinto ciclo del curso de Planeamiento Estratégico del Programa de Administración y Negocios de IDAT, 2015 II”. Arribó a las siguientes conclusiones:

Las herramientas del Google Drive en el proceso de enseñanza aprendizaje de las asignaturas de la escuela de administración y negocios influyeron en el desarrollo de las competencias del aprendizaje colaborativo debido a que el Google Drive otorga excelentes beneficios útiles a los universitarios y profesionales del País. La interdependencia fue positiva constituyendo en elemento primordial del aprendizaje colaborativo donde el universitario tiene la certeza que se encuentra interrelacionado con sus pares porque las herramientas del Google Drive aportan significativamente a las asignaturas desarrolladas por los catedráticos. La responsabilidad individual de cada universitario es reforzada con las herramientas que ofrece el Google Drive mejorando su búsqueda en la navegación para la selección de informaciones.

Gonzales Alexandra (2016), en su Tesis: “Influencia de las redes sociales en el manejo de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación 2016 de la Universidad de Trujillo”. Arribó a las siguientes conclusiones: El uso de las redes sociales fue desfavorable en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad de Trujillo por lo que se afirma la hipótesis que se contrasta con el uso de las herramientas del Google Drive. De acuerdo a la frecuencia es diario la utilización de las redes sociales por parte de los universitarios de este programa de Ciencias de la Comunicación, concluyendo que su lenguaje se ve influenciado desfavorablemente en su formación profesional.

- **Locales:**

Cano & Villaizán (2017) sustentaron la tesis “Uso del Facebook y Rendimiento Académico de los estudiantes de 3ro y 4to semestre de la facultad de Ciencias de la Comunicación” concluyó: en la Incontrastable del Valle del Mantaro distrito de El Tambo con una muestra de 47 alumnos de dos semestres académicos. Utilizando la metodología descriptiva con diseño correlacional utilizando la técnica de la encuesta para calcular la primera variable, que midió la cuantía de tiempo y los usos que los individuos le brindaban al Facebook. Respecto a la variable: rendimiento académico tuvo como instrumento de medición una prueba pedagógica (Ad-hoc) de 40 preguntas establecidas que acopió las notas respectivas. Los resultados de la indagación determinaron respecto a los alumnos de tercer semestre que el mal manejo de la red social un bajo nivel académico; en cuanto a los alumnos del cuarto semestre, se explicó que el uso del Facebook, tiene una vaga relación con su nivel académico.

2.2. Bases teóricas - científicas.

Google y YouTube: La navegación por el Google y YouTube constituyen sistemas cerrados y abiertos cuyas características fundamentales es el intercambio permanente de información, la inmediatez de este intercambio y las relaciones entre las personas son la base fundamental. Constituyendo en las más famosas las siguientes: Facebook, YouTube, Twitter, Yahoo Respuestas, Hi5, MySpace, Menéame, Metroflog, Badoo y la red social Google Plus

YouTube: Este portal consiente a los usuarios subir y concebir imágenes en movimiento. Establecido en inicios de febrero del 2005 por **Chad Hurley, Steve Chen** y **Jawed Karim**, quienes se conocieron trabajando en **PayPal**. Después de doce meses, **YouTube** fue obtenido por **Google** en **1.650 millones de moneda**

americana. Esta red social cuenta con un reproductor online basado en **Flash**, su principal motivador es poder transmitir las imágenes en movimiento por el streaming, es decir, sin necesidad de descargar el archivo a los ordenadores, los individuos podemos visualizar cuando queremos y a la hora que deseamos los videos. Los usuarios que comparten constantemente y frecuentemente estas imágenes en movimiento don denominados Youtubers.

YouTube Estas imágenes en movimiento proporcionado por la infinidad de personas de Internet, establece un servicio de alojamiento de videos. La palabra proviene del inglés "you", que representa **tú** y "tube", que representa **tubo, canal**, cuyo formato se asemeja a la televisión de señal abierta, existiendo varias frecuencias. La diferencia es que estas frecuencias o canales son realizados por los usuarios, donde comparten videos sobre diferentes argumentos de una forma más fácil.

Los materiales audiovisuales en la plataforma YouTube se encuentran al alcance de cualquier persona que desee verlos. Además, se puede interactuar con los creadores de contenido acerca del video encontrado en esta plataforma. Finalmente, YouTube alberga una gran cantidad de películas, documentales, videos musicales y videos caseros, también realiza trasmisiones en Vivo en tiempo real cuya frecuencia y popularidad de los videos se viriliza hasta el punto de hacer que sus usuarios se vuelvan famosos.

Teoría de las 'Redes Sociales' esta teoría, se basa en la defensa de la evolución tecnológica en una nueva era cibernética, que delimita a las redes sociales para que sean el origen de conceptos conexos a las ciencias sociales como la antropología, psicología, sociología y como no, a algunas ciencias formales como las

matemáticas, porque se hallan instituidas en series algorítmicas. La Teoría de las redes sociales existe gracias a la Teoría Gestalt la que se origina desde el discernimiento en que un “objeto se realiza dentro de una totalidad conceptual compleja y organizada, totalidad que posee propiedades específicas diferentes de la simple adición de las propiedades de las partes” (Lozares, 1996). Ligada a la misma, aparece la teoría de Kurt Lewin, quien le dio importancia al hecho afirmando de que un grupo de gente que comparte el mismo espacio social se relacionan entre sí a través de su percepción y conducta, ya que comparten experiencias y costumbres; este hecho puede ser analizado de forma matemática. Del mismo modo se observan ligadas otras teorías como la teoría sociométrica, cuya base está sustentada en “la estructura de los grupos de amigos”, aunque fuera por razones terapéuticas, además de la formación de nuevos modelos teóricos como la de los “grupos dinámicos” o la teoría “matemática de grafos”, entre otras que obtienen relevancia en la actualidad en la que se suscitan innovaciones y avances científicos.

Estas teorías concuerdan ampliamente en que las redes (sociales) tienen como punto de inicio el estructuralismo - funcionalismo antropológico llevado a cabo en Harvard entre los años treinta a cuarenta, sustentados por L. Warner y E. Mayo a través de sus investigaciones sobre la estructuración de subgrupos en los trabajos en la ‘Hawthorne’, que fue una factoría eléctrica existente en esas épocas en Chicago. En concordancia con los estudios, los análisis de los grupos y subgrupos creados a partir del uso de ‘sociogramas’ jugaron un papel determinante para explicar su existencia práctica. Warner desarrolló entre otros estudios en los años treinta y los treinta y cinco, una investigación acerca de la pequeña ciudad de Newburyport, Yankee City en New England, tomando como punto de partida la

antropología, utilizando técnicas como la observación, entrevistas y documentos históricos. (op.cit)

Teoría humanista de la Gestalt. La teoría Gestalt representa a la psicología humanista ya que tiene una dependencia hacia las experiencias subjetivas de las personas, quienes le brindan interés a los semblantes positivos de la psicología, entre los que sobresale la “autorrealización y la exploración de decisiones acertadas, y trabaja con un entendimiento del ser humano como un sujeto capaz de desarrollarse con total libertad y autonomía”. Es por ello que el sujeto no se centra de manera negativa en la mente, tal y como sucede con algunos tipos de psicoanálisis, como tampoco dirige su objeto de investigación al comportamiento visible de los individuos, como sí se puede ver en el conductismo. El modelo teórico de la Gestalt¹ “nació en la Alemania de inicios de siglo XX como renuencia a la psicología conductista, que refutaba la consideración de los estados subjetivos de consciencia a la hora de estudiar sobre la conducta de los individuos y ponía énfasis en los efectos que la familia, la sociedad y la cultura, tiene sobre los seres humanos. A discrepancia de los conductistas, los estudiosos que se anexaban a la teoría Gestalt se inquietaban básicamente por investigar los procesos mentales que por ese entonces se creían algo esencialmente invisible, al no contar con herramientas para llegar a entender bien lo que pasaba en el cerebro. (Psicología y Mente, s.f.).

¹ **Gestalt** es una corriente de la psicología, de corte teórico y experimental, que **se dedica al estudio de la percepción humana**. **Gestalt** es una palabra proveniente del alemán, y se puede traducir como ‘forma’ o ‘contorno’.

Es así que la teoría de Gestalt consiente en la aproximación a la concepción del ser humano como un individuo “activo a la hora de distinguir la realidad y tomar sus decisiones”. Esta teoría engloba nociones como que “todos creamos en nuestra mente imágenes más o menos coherentes sobre nosotros y lo que nos rodea”, siendo así, esas imágenes tienen un carácter mucho más arraigado en el “yo” ya que las personas se identifican con estas que llegan de manera sensorial. La percepción de la realidad es un proceso que se basa en la capacidad de los individuos para entender la realidad, y así tomar decisiones basando estas en "formas" o "figuras" mentales que se van creando e identificando sin darse cuenta. Por lo tanto, la teoría de la Gestalt explica la manera de entender las cosas para tomar decisiones partiendo de estas "formas o figuras", relaciona la variedad de grupos sociales desarrollados a partir de esa visión individual que tiende a transformarse en grupos de percepciones similares”.

Según esta teoría, no puede existir un todo perceptivo compuesto por el conjunto de información que llega a nuestro cuerpo. Por el contrario, establece que lo que se percibe es más que la suma de sus partes por lo que existe como un todo. Una figura que solo puede ser apreciada entera. En ese entendido, se debemos entender ue la variedad de nuestras “formas mentales, se aplica a lo que nos va llegando a por medio de nuestros sentidos, y no al revés”. (op.cit)

Social media: Se denomina naturalmente así a los ‘medios sociales’ los cuales son básicamente las plataformas digitales donde interactúan y socializan los grupos de personas, intercambiando opiniones e información de interés común. “los medios sociales se caracterizan por que sus contenidos son generados por los integrantes de ese ‘grupo de personas’ lo que les permite ser reconocidos como tales. La social

media, reúne en su estructura conceptual a las redes sociales como el Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, que a la vez sirven para que los grupos sociales se junten en estas plataformas digitales interactivas para interactuar y compartir sus intereses comunes, desde pequeños detalles familiares, hasta información detallada que busca implicar a sus miembros.

Los blogs como el WordPress, Blogger, typepad forman parte de la estructura del social media, y que a su vez son medios digitales creados con la finalidad de publicar artículos instituidos dentro de una página web, que tratan temas interesantes para su comunidad y potenciales clientes, como tiene también las herramientas de Geolocalización como el Foursquare, Facebook Places, Google+ Local, que podrían ser clasificados dentro de “redes sociales”, pero sus características singulares de ubicación geográfica de centros de negocios, las hacen independientes. Entre los diversos medios sociales que existen en el ciberespacio se observan también a los Marcadores como Delicious, Pearltrees, StumbleUpon, cuya finalidad es indexar o marcar el contenido para que sea encontrado por individuos interesados en encontrar lo que les concierne. De los diferentes tipos de medios que se presentan, tomaremos en cuenta a los Multimedia como iTunes, Livestream, YouTube, Vimeo, Spreaker, los que constan con todas las herramientas que facilitan exponer contenido multimedia en video y audio (podcasts)”. (Gómez, 2012)

Facebook: Desde la creación de Facebook como la red social más importante que existe en el mundo, la forma estructural en la que nos comunicamos a ayudado a desarrollar nuestras sociedades, aunque no se puede negar que al ser una plataforma de fácil acceso a sido también mal usada por algunos usuarios causando problemas

que repercuten en la seguridad de la convivencia pacífica de la comunidad. Creada para relizar y compartir contenidos textuales y video gráficos, se evoluciono la interacción social entre individuos siendo utilizado en nuestros tiempos para efectos de marketing con excelentes resultados.

Facebook es la red social con más usuarios en el mundo. Son millones de personas las que utilizan esta plataforma para interactuar entre sí, compartiendo contenidos, enviando y recibiendo mensajes, haciendo nuevos contactos, realizando búsquedas o simplemente anunciando temas que interesen a sus pares. Facebook se ha convertido en un aliado muy importante para el marketing digital y así este cumpla a cabalidad con sus objetivos, ya que es una plataforma versátil en cuanto a su funcionamiento, además de que ofrece recursos que son elementales para que los negocios puedan expandirse, ampliando y desarrollando las estrategias de ventas o promociones.

Esta versatilidad le permite a facebook poder crear perfiles personales o un Fanpage² de interacción con otros individuos conectados al sitio, generándose el intercambio de mensajes instantáneos, compartiendo contenidos o las interacciones del “me gusta”, que incentivan a sus usuarios.

El Facebook, breve historia: fue creado en el año 2003, en una habitación universitaria en las instalaciones de Harvard con el nombre de “facemash”; siendo la base de lo que llegaría luego. Con este primer sitio ideado por Mark Zuckerberg y sus colegas de estudios que cursaban el segundo año, Chris Hughes, Dustin

² La **Fanpage** es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de Facebook (fan page = página para fans, en traducción literal). A diferencia de los perfiles, las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común.

Moskovitz y el brasilero Eduardo Saverin, hicieron posible comparar a las chicas y decidir quién era la más atractiva del campus universitario, basándose en la observación de fotos que fueron colectadas desde el sistema de seguridad de la universidad.

Provocando así un escándalo digital de colores que dirigían la mirada a la universidad despertaron la furia de las involucradas y de los directivos de Harvard, los que decidieron el inmediato cierre del Facemash. El principal creador del Facebook, Mark Zuckerberg, fue acusado de violación de la privacidad y de la seguridad por lo que enfrentó graves problemas en la universidad.

“Zuckerberg programó el código de una nueva plataforma digital como “the facebook”, siendo de uso no solo en Harvard sino también en otras universidades y sus entornos. En el nuevo sitio se creaban lazos de amistad virtual entre los universitarios, convirtiéndose pronto en el Facebook. El crecimiento del nuevo proyecto siguió imparable y ya para el año del 2005, Facebook fue oficialmente inaugurado con su nombre original, un tiempo después de que el cofundador de Napster, Sean Parker que era a la vez asesor de Mark Zuckerberg, sugiriera el cambio del nombre. En el año 2006, se liberó el acceso a alumnos de la educación media y para los trabajadores de empresas en general. El Facebook dejó de ser de uso exclusivo de universitarios para convertirse en una plataforma que albergó a grandes grupos de personas permitiendo así un mayor aprovechamiento de sus bondades. Con el pasar de los años, los adolescentes y mayores podían conectarse a esta red social, de esta manera facilitándoles información diversa como nombres, email, fecha de nacimiento, género, gustos entre otros datos. Para el 2011, esta famosa red social se convirtió en el mayor servidor de imágenes del mundo y a fines del mismo año la cantidad de usuarios que accedían a Facebook por medio de

sus teléfonos celulares, era aproximadamente de 350 millones. El acceso de usuarios fue creciendo tanto que hoy en día son billones de personas que la usan para sus propios intereses en todo el mundo”. (Gonçalves, 2016).

Hábitos de estudio: es definido por algunos autores de la siguiente manera: “Hábitos de estudio, es el modo o forma en que se organiza el tiempo, el ambiente y los materiales para el momento de estudiar, siendo esto la clave para obtener mejores resultados...” (p.17) “Para mejorar los hábitos de estudio se necesita mejorar en los siguientes aspectos: ... Definir metas; organizar el tiempo; organizar el lugar de estudio; leer mejor; tomar apuntes en clase; prepararse para los exámenes.” (p.54) “Definir metas Es tener un objetivo claro y definido por el cual estudiar sin desfallecer. Para ver o cerciorarse de cómo hacer una meta, la estudiante se debe preguntar: ¿Cuál es la razón por la que está estudiando? automotivarnos con alguna repuesta como a continuación se describen como ejemplo: -Me veo realizado(a) como profesional en el futuro. -Quiero contribuir con mis ideas y acciones al desarrollo de mi comunidad. -Me permitirá tener mejores oportunidades de empleo en el futuro. -Mi superación y desarrollo como individuo ayudarán al desarrollo del país.” (p.35).

Si los universitarios y estudiantes de los diferentes niveles en la básica regular aplican lo citado anteriormente lograrán el éxito en sus estudios y todo lo que se propongan en la vida.

La formación de los individuos es progresiva entre cinco y doce años aplique técnicas complejas, pero sí que automatice el orden, la prolijidad o el manejo del tiempo. La ayuda de los catedráticos y docentes sobre todo la familia como guías para la incorporación de estos hábitos es fundamental porque posibilitan que al no

contar con la guía de sus catedráticos el estudiante logre estudiar por si solo de manera autónoma.

Por otro lado, los malos hábitos de estudio se clasifican en: memorizar, tratar de obtener el conocimiento necesitado a última hora , tratar de aprender en un lugar con poca incomodo, ser desprolijo, estudiar cansado o con hambre, estudiar de forma desordenada sin un horario establecido en otras palabras cuando le dé la gana al universitario.

Para que seas exitoso como estudiante cumple los diez siguientes pasos: “Primer Paso: -escoge una hora y lugar determinado. -Reúne el material necesario (libros, lápices, mapas). Siéntate y estudia. -Aliméntate de manera correcta en los tiempos de comida. -haz ejercicio para estar saludable física y mentalmente. Segundo Paso: -Es necesario tener un horario para estudiar. -realiza un horario de estudio para la semana. -Asigna tiempo necesario para cada materia, puede ser de 30 minutos ó 01 hora. -Coloca el horario en un lugar visible en tu casa y trata de respetarlo. Tercer Paso: -Debemos espaciar los períodos de estudio. -Varios períodos cortos son mejores que unos cuantos largos. -No dejes todo a última hora. -No trates de aprender toda la asignatura en un día. Cuarto Paso: -Estudiar es analizar lo que se lee observando y pensando con atención, intensamente en lo que se lee. -ten una finalidad para estudiar. -Piensa en cuan útil va a ser el tema estudiado para el futuro inmediato o lejano. -interésate en el tema que debes estudiar. Quinto Paso: -Toma apuntes claros y concretos de las explicaciones del maestro, de las conferencias y de tus lecturas. -Con tus propias palabras, anota lo más importante. -anota lo más importante del tema llevado en clase, no es necesario copiar todo lo que dicta el profesor. Analiza lo que lees para poder entender su significado. -Lee las frases u oraciones enteras y no sólo palabras aisladas. -Concéntrate en la lectura. Sexto

Paso: -revisa los temas más importantes de cada curso al menos una vez en la semana. -Expresa en VOZ ALTA lo aprendido. Séptimo Paso: aprende a diferenciar el contenido relevante del irrelevante. Relaciona tus conocimientos nuevos con los ya aprendidos de manera coherente. Octavo Paso: -Trata de ser una lectora diestra. -Debes aprender a leer correctamente, asimilando, comprendiendo y analizando lo más relevante de los contenidos. Noveno Paso: -LEE CON LA VISTA Y LA MENTE. -Concentra toda la atención en la lectura. -Trata de leer con la vista; no necesariamente con las pronunciando palabras. -Antes de iniciar tu lectura, dale un repaso general al libro, para tener una idea de lo que trata. Décimo Paso: -ordena tus ideas para que tengas una redacción ordenada. -Todos necesitamos escribir correctamente. -Para mejorar nuestra escritura debemos recordar: seleccionar el tema. -Anotar nuestras propias ideas sobre él. -Reunir ideas o datos de otras fuentes. -Organizar las ideas en forma lógica. -Elaborar un esquema de lo que voy a escribir. -¿Cómo relaciono las ideas principales y las secundarias? -Revisar: Gramática, ortografía, puntuación. -Leer cuidadosamente el trabajo antes de volverlo a escribir en forma definitiva.” (P.12-16).

Para terminar, podemos resaltar que el comportamiento de las personas está basado en el uso de eminentes metodologías que mejoren el tiempo; llevar un ritmo firme; mantener el orden en material estudiando en casa, de preferencia en silencio y en un lugar cómodo para lograr un aprendizaje más objetivo.

2.3. Definición de términos básicos.

Redes sociales: son una estructura agrupada constituida por un conjunto de actores y uno o varios intereses que les conciernen entre sí. Se crearon en el año 1930 Sus inicios se sitúan a los años 1930 donde surgieron los sociogramas que dieron

arranque a la sociometría, precursora del análisis de las redes sociales y gran parte de la psicología social. a finales del año 1940, se las ha estudiado profundamente a través de la teoría de grafos, conllevando a una investigación interdisciplinaria donde concurren las ciencias sociales, las del comportamiento y en el caso del proyecto, en las ciencias de la comunicación.

Facebook: es un sitio web creado en los Estados Unidos, California como un servicio de redes y medios sociales que fue expuesto el 4 de febrero del 2004 por su creador Mark Zuckerberg y sus colegas estudiantes de la universidad de Harvard. En la actualidad pertenece al conglomerado Facebook, Inc. Al que conforman otros servicios informáticos y de redes sociales. Su disponibilidad en español se habilito el 11 de febrero del 2008. Se muestra como una plataforma basada en una infraestructura de computación asentada principalmente en sistemas GNU/Linux, usando el conjunto de tecnologías LAMP³.

YouTube: Constituye una plataforma para subir imágenes en movimiento. Los usuarios crean vídeos que comparten logrando un número de visitas quienes le dan su visto bueno. Es la plataforma más popular a la hora que uno desea buscar materiales audiovisuales, y poderlos subir a la nube y compartir al mundo si logra crear un canal que trabaja de manera gratuita. Inició su despegue en el año del 2005, y fue en 2006 cuando fue adquirido por Google logrando mejoras contundentes y estructurales de visión. Anteriormente funcionaba con Adobe Flash, y ahora lo hace a través de código HTML. **YouTube** comparte imágenes en movimiento de manera

³ LAMP es el acrónimo usado para describir un sistema de infraestructura de internet que usa las siguientes herramientas: **L**inux, el sistema operativo; **A**pache, el servidor web; **M**ySQL/MariaDB, el gestor de bases de datos y **P**HP, el lenguaje de programación. La combinación de estas tecnologías es usada para definir la infraestructura de un servidor web, utilizando un paradigma de programación para el desarrollo del sistema.

gratuita, permitiendo a sus usuarios compartir y ver sus ediciones en forma instantánea. Para ver los vídeos en YouTube no es necesario registrarse. Los materiales audiovisuales están encriptados en clips de vídeo, cortes de televisión, videos musicales, avances de películas y otros contenidos como blogs de video, material educativo y videos cortos. YouTube es una plataforma exitosa que brinda su servicio de forma gratuita para poder acceder de forma compartida a videos en internet. Haciéndose cada vez el canal más relevante en cuanto a comunicación y promoción de videos siendo estos uno de los iconos de referencia de la web social. YouTube es una red social que permite alojar y compartir videos que han sido creados por los seguidores. A diferencia de otros sitios web similares, YouTube logró tener infinidad de personas que tienen acceso a una cantidad muy extensa de información y visitas diarias. Está Presente en 88 países de todo el mundo, YouTube crece en mil millones y medio de usuarios cada mes, lo que la ubica en una posición similar a la de Facebook en lo que concierne a popularidad y uso. Posee una diversidad de 76 idiomas y se calcula que tiene una cantidad de 500 videos publicados por minuto, manteniendo así un constante flujo de actividad permitiéndole crecer aún más. Dada su popularidad es el mejor medio para compartir información en Vivo. **YouTube** es un sitio Web que permite a las personas subir material audiovisual para que otros puedan consumirlos en cualquier momento y de manera Online. Realmente, se puede decir que es como una televisión por Internet, así como antes estuvo posicionada la tv por cable. Pero en esta red no solo puedes visionar contenido profesional, sino también de cualquier tipo de aficionados y profesionales. Cualquier individuo puede crear una cuenta en ella y ofrecer sus propios vídeos al resto del mundo.

Por otro lado, hace poco la plataforma también ha incluido dentro de sus servicios emitir en directo por lo que se puede aprovechar para realizar eventos en línea. Algunas investigaciones proponen a esta red social como la web más **preferida de los continentes que se ubica en el 3er puesto** por delante de otros buscadores como Yahoo! o Bing. De hecho, sus guarismos despuntan incluso a Netflix, que todos los días crece de forma increíble. Se deduce que genera más de 1.900 millones de vistas cada mes en todo el mundo además de llegar a una cifra aproximada de 5000 millones de reproducciones al día de videos. Podemos calcular que en Europa y el resto del mundo cada ciudadano reproduce cuatro producciones diarias.

Hábitos de estudio: Constituyen un conjunto de rutinas y técnicas que utilizan los alumnos del nivel inicial, primario y superior para adquirir y aprovechar al máximo los conocimientos que adquieren. Se llaman hábitos de estudio a aquellas conductas que los alumnos del nivel inicial, primario y superior practican regularmente, así incorporar saberes previos a su estructura cognitiva. Cuyos resultados pueden ser negativos o positivos que son agregados a su práctica continua para volverse naturales.

Como buenos hábitos que practican los alumnos del nivel inicial, primario y superior podemos citar: plasmar horarios; establecer una metodología, optimizar su tiempo; llevar un ritmo constante; ser ordenados y pulcros; estudiar en un ambiente ordenado y cómodo; aprender mediante el uso de técnicas de estudio como el subrayado, cuadros sinópticos y comparativos o mapas conceptuales; explicando en voz alta lo aprendido de un tema, comparar las anotaciones importantes tomadas en clase con otras fuentes recomendadas; dar una segunda leída a la lectura si se desea comprender mejor un tema; revisar el diccionario para

comprender mejor la lectura, darse un pequeño descanso entre cada tema de estudio. Su formación es progresiva en los alumnos de entre seis y once años automatizándose el orden, la prolijidad o el manejo del tiempo. Pero lo más importante son los hábitos que forma en casa desde su niñez.

Podemos señalar que los hábitos de estudio constituyen el acto de prepararse recurrentemente bajo unas condiciones ambientales iguales. Es decir, el estudiar de manera constante en un lugar agradable utilizando siempre las mismas técnicas de estudio. Este comportamiento debe ser constantemente practicado de la mano con las técnicas de estudios, cuya finalidad es mejorar la capacidad de aprender y así poder ser exitoso en el ámbito académico.

Los hábitos de estudio se caracterizan por ser repetitivos es decir que el acto de estudiar debe ser siempre realizado en las mismas condiciones ambientales, espaciales y temporales. Es importante resaltar que nuestros hábitos de estudio que aprendemos a medida que crecemos desde el día en que vinimos al mundo, es el primer paso para poder activar y **desarrollar** las diversas capacidades de aprender **hábitos saludables**.

Conceptos básicos de la WEB (www): Para ingresar a La World Wide Web es necesario tener en cuenta el ingreso de textos, imágenes, imágenes en movimiento, gráficos u otros formatos. Es indispensable un software o programa capaz de interpretar de manera gráfica o visible la información que se consigue de la Internet. Estos archivos electrónicos se encuentran vinculados entre ellos y son accesibles para los que navegamos.

La Web: constituye un intermedio global que abarca todo el planeta que crece día a día, en épocas de la pandemia durante dos años sirvió al comercio electrónico siendo un éxito el delivery que vino a quedarse en nuestra forma de vida.

El Correo Electrónico: Es un medio por el cual los individuos podemos enviar y recibir correos. Cada dirección es única y pertenece siempre al mismo ser humano. Por ejemplo, tenemos a: cliente@servicio.com, al que se le puede dar lectura como “cliente arroba servicio punto com”. Al signo @ (arroba) siempre lo vamos a poder encontrar en medio de cada dirección de correo electrónico, ya que divide a este en dos partes: el nombre de usuario que siempre está a la izquierda de la arroba y el dominio que se encuentra a la derecha de este, también se podría leer como cliente que está en el servidor tomando a la arroba como “en”. Estas cuentas promocionadas por las organizaciones son gratuitas, entre las direcciones o dominios que además son servicios más conocidos podemos encontrar a Google, Yahoo! Mail de Yahoo! y Hotmail de Microsoft. Los servicios mencionados anteriormente son todos del tipo web mail.

Buscadores: son web o páginas que indexa millones de derivaciones al instante. Constituyendo en estos tiempos los buscadores es Google la más eficaz, y menos populares encontramos: Bing, Yahoo!, Ask y muchas más.

Navegadores: Constituyen estos navegadores los programas diseñados para interpretar la información que dominan las páginas web. En la actualidad las más populares son: Internet Explorer, Firefox, Chrome, Safari, Opera etc.

Hosting: Constituyen los servicios de acaparamiento a través de servidores que manipulan las páginas web para alojar su pesquisa de forma remota a través de la

web. Los servicios gratuitos son restringidos y si necesitas más espacio tienes que pagar.

Redes Sociales: Son páginas Web multifuncionales en construcción permanente que en la actualidad tienen los seres humanos para poder comunicar sus necesidades en permanente evolución.

Facebook: Por su naturaleza se destaca en: a) Lista de amigos, b) Grupos y páginas donde participan individuos con los mismos intereses.

Instagram: Establecido por Kevin Systrom y Mike Krieger, ofrece subir fotografías e imágenes en movimiento donde te permite editar y aplicar efectos fotográficos tales como: filtros y marcos y poderlos compartir en Facebook, Twitter, etc.

WhatsApp: Instituida en 2009 por Jan Koum, la mayoría de seres humanos en el planeta lo utilizan en la actualidad al permitirte enviar mensajes instantáneos y realizar video llamadas gratuitas entre los contactos de tu celular

2.4. Formulación de hipótesis.

2.4.1 Hipótesis general.

La navegación por Google y YouTube se relaciona significativamente con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.

2.4.2 Hipótesis específicas.

- Existe relación significativa entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced -2022.
- Existe relación significativa entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced -2022.

2.5. Identificación de variables.

- **Variable X:** Navegación por Google y YouTube
- **Variable Y:** Hábitos de estudio

2.6. Definición operacional de variables e indicadores.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES ÍTEMS	ESCALA LIKERT
<p><u>VARIABLE X:</u></p> <p>Navegación por Google y YouTube</p>	<p>La navegación por el Google y YouTube constituyen sistemas cerrados y abiertos cuyas características fundamentales es el intercambio permanente de información, la inmediatez de este intercambio y las relaciones entre las personas son la base fundamental</p>	<p>La variable x será evaluada a través de un cuestionario con escala de Likert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia de uso de Google y Youtube - Publicaciones en Google y Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> - Conectividad 1 - Toma de Notas² - Invetigando en la navegación 3, 4 - Conexión y eficacia de Google y Youtube: 5, 6, 7 - Información en Google y Youtube 8, 9 - Publicaciones en Google y Youtube 10, 11, 12 	<p>1: Nunca</p> <p>2: A veces</p> <p>3: Siempre</p>
<p><u>VARIABLE Y:</u></p> <p>Hábitos de estudio</p>	<p>Hábitos de estudio, es el modo o forma en que se organiza el tiempo, el ambiente y los materiales para el momento de estudiar, siendo esto la clave para obtener mejores resultados. Para mejorar los hábitos de estudio se necesita mejorar en los siguientes aspectos: Definir metas; organizar el tiempo; organizar el lugar de estudio; leer mejor; tomar apuntes en clase; prepararse para los exámenes.</p>	<p>La variable y, se medirá a través de un cuestionario con escala de Likert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud para el estudio - Zona de estudio - Planificación de estudio 	<ul style="list-style-type: none"> - Consultas de estudio 13 - Explicación de los catedráticos 14, 15 - Oportunidad de estudio 16 17 - Hábitos de conexión en las redes 18 19 - Lugar y ambiente de estudio 20, 21 - Dedicación 22, 23, 24 	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación.

Por la naturaleza de la investigación que es no experimental, se considera como investigación básica. Del mismo modo, diversos autores lo enuncian como tipos de investigación, en tal sentido, Hernández R. y otros (2010) le llama alcances de la investigación (p. 81).

3.2. Nivel de investigación.

Para la presente investigación corresponde el nivel correlacional.

3.3. Métodos de investigación.

Los métodos que se utilizará para la presente investigación son: Método descriptivo, método estadístico y método científico.

Método descriptivo:

La investigación nos permitirá primero identificar, clasificar, relacionar y delimitar las variables que operan en el estudio:

V₁: Navegación por Google y YouTube

V₂: Hábitos de estudio

Método estadístico:

Análisis e interpretación de datos para determinar la correlación entre las variables de estudio. Posteriormente el contraste de la hipótesis general y los específicos. Este proceso estadístico se llevó a cabo empleando el programa Excel 2010 y SPSS V. 25.

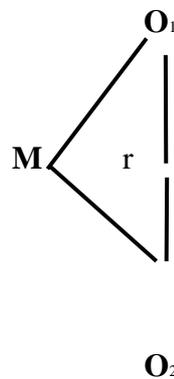
Método Científico:

Con el propósito de analizar, la navegación del Google y YouTube en los hábitos de estudio de los estudiantes de la Sección de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial la Merced se recurrirá a seguir los pasos del método científico.

3.4. Diseño de investigación.

Correlacional: Ñaupas, H. y otros (2014) indican que “Se utilizan cuando se desea instituir el grado de correlación o de asociación entre una variable (x) y otra variable (z) que no sean dependientes entre sí”. (p. 233)

Diseño correlacional.



Donde:

M: Muestra.

O1: Observación de la variable 1 Google y YouTube y Publicación en el Google y YouTube.

O2: Observación de la variable 2 Hábitos de estudio

r: Coeficiente de correlación entre las variables.

3.5. Población y muestra.

3.5.1 Población.

Está conformado por los cuatro semestres académicos del programa de estudio de la Sección de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial la Merced.

SEMESTRES ACADÉMICOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN LA MERCED 2022 - B

SEMESTRES	NÚMERO DE ESTUDIANTES
Segundo semestre	21
Cuarto semestre	12
Sexto semestre	10
Octavo semestre	12
Total	55

Fuente: elaboración propia

La población estaría constituida por **55 estudiantes.**

3.5.2 Muestra.

La muestra estará conformada por los 55 estudiantes del programa de estudio de Ciencias de la Comunicación que estudian en La Merced, ya que se aplicará el muestreo no probabilístico.

3.5.3 Muestreo

Tratándose de una población pequeña se optó que la muestra considere a los 55 estudiantes matriculados en los cuatro semestres correspondientes al periodo 2022 - B en la sección de La Merced

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En relación con la naturaleza y estructura de la investigación se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de estudio:

TÉCNICA	INSTRUMENTOS	DATOS QUE SE OBSERVARON
▪ Encuesta	▪ Cuestionario para medir la V_x Navegación por Google y YouTube	Con la aplicación de estos instrumentos, se recogieron los datos para el análisis e interpretación sobre la relación de ambas variables de estudio a los 55 estudiantes matriculados en el periodo académico 2022 B del programa de Ciencias de la Comunicación en La Merced.
	▪ Cuestionario para medir la V_y : Hábitos de estudio	

3.6.1 Técnicas.

Encuesta: es una técnica para recolectar información acerca de las variables en estudio, antes que información acerca de individuos.

3.6.2 Instrumentos.

El instrumento utilizado para el acopio de información de ambas variables fue un cuestionario de 24 ítems con escalamiento tipo LÍkert, resultado de la

operacionalización de ambas variables. El instrumento consideró interrogantes en base a la dimensión Frecuencia de uso de Google y Youtube, publicaciones en el Google y Youtube, actitud para el estudio, zona de estudio y Planificación de estudio.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.

Selección:

La elaboración del cuestionario de encuesta, es el resultado de la operacionalización de variables. Se identificaron sus indicadores y con ellos se formularon 12 preguntas por cada variable.

Validación:

Mediante el Juicio de Expertos, tres docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC Y en la parte estadística del docente de Industrias Alimentarias de la UNDAC, evaluaron y validaron el instrumento de acopio de información. El resumen se muestra en las siguientes figuras:

Validez de contenido del cuestionario

N°	Apellidos y nombres del experto:	Grado académico	Dictamen
01	Anderson Gonzales Ureta	Maestro	Excelente
02	Jhonatan Salcedo Robles	Magíster	Excelente
03	Rafael Matencio Gerónimo	Maestro	Excelente

Confiabilidad:

	N	%
Caso Valido	55	100,0
Excluido	0	0,
total	55	100,0

ALFA DE CRONBACH

Escala: Navegación por Google y YouTube

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,675	12

Escala: Hábitos de estudio

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,721	12

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Procesamiento de datos:

- **Preparación de datos:** Las respuestas contestadas por la muestra se sistematizaron para obtener los resultados y determinar la relación existente entre las variables en estudio.
- **Tipo de análisis:** En el presente estudio se empleó el análisis cuantitativo, la data obtenida se presenta mediante tablas distributivas del porcentaje y los gráficos para mejor ilustración de los resultados obtenidos.
- **Análisis de datos:** Este proceso se desarrolló con el programa estadístico SPSS v26, con el que se hicieron los análisis descriptivos para las medidas de tendencia tanto de dispersión como central: desviación estándar, frecuencia, media aritmética y porcentaje, mientras que con la estadística inferencial se responde el objetivo contrastándose las hipótesis, además de la prueba paramétrica correlacional en base a Pearson para establecer el nivel de asociación para ambas variables.

3.9. Tratamiento estadístico.

La información proporcionada por las variables en estudio, fueron sometidas a la correlación de Pearson, y para la prueba de hipótesis se siguió el procedimiento de la Chi cuadrada.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica.

El proyecto de investigación por tratarse la variable 1: Navegación por Google y YouTube y la variable 2: hábitos de estudio se circunscribirá en los reglamentos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC. Asimismo, se respetará los derechos de autor ya sea de publicaciones físicas o virtuales que se considerará como referencias bibliográficas. También respetaremos la privacidad, intimidad, cuidado a la exposición de personas vulnerables al momento del desarrollo del estudio en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC, filial La Merced.

En cumplimiento de la resolución del Consejo Directivo de la SUNEDU N° 174-2019-SUNEDU/CD, para no contravenir lo dispuesto en sus artículos 20°, 21° y 22°, sobre las observaciones, retiro y cancelación de las tesis o trabajos de investigación plagiados, en el estudio se incluye la declaración jurada de autenticidad a cargo de los autores.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo.

En el presente capítulo se proporciona los resultados estadísticos de cada variable, navegación por Google y el YouTube, hábitos de estudio y cada dimensión de la variable navegación por Google y el YouTube. Luego de ello el contraste de la hipótesis general y los específicos. Este proceso estadístico se llevó a cabo empleando el programa Excel 2010 y SPSS V. 25.

4.2. Presentación, análisis e Interpretación de los resultados.

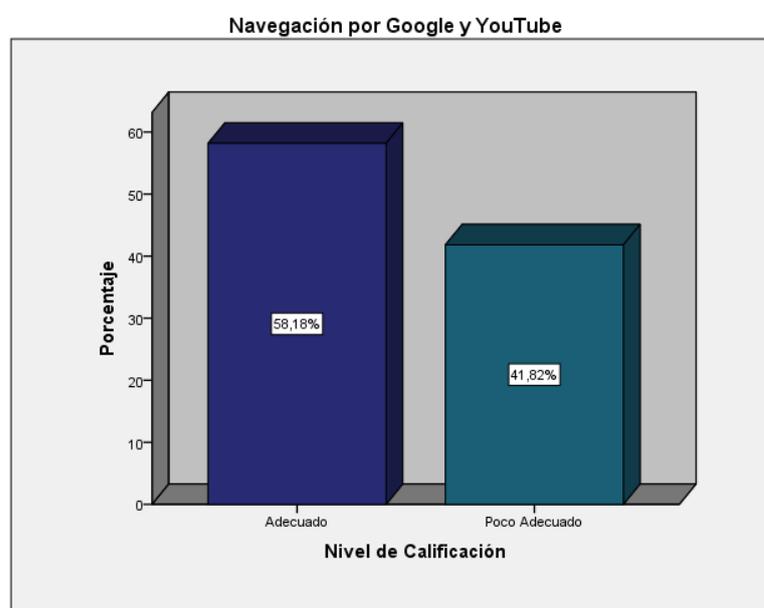
4.2.1 Resultados de la Variable N° 1, Navegación por Google y el YouTube.

Tabla 1: Resultado por niveles de la variable navegación por Google y el Youtube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adecuado	32	58,2	58,2	58,2
	Poco adecuado	23	41,8	41,8	100,0
Total		55	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 1 : Resultado por niveles de la variable navegación por Google y el Youtube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022



Nota. Elaboración propia.

Interpretación

En la variable 1: Navegación por Google y el YouTube, se evidencia que el 58,2% de los encuestados, lo califica como Adecuado, asimismo el 41,8% lo califica como

Poco adecuado, considerando además que ningún encuestado lo ha calificado como Inadecuado.

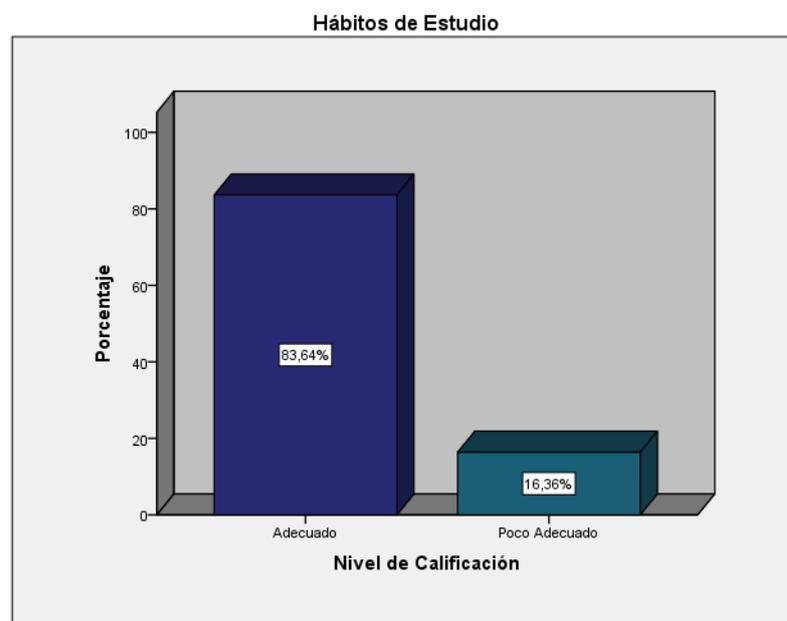
4.2.2 Resultados de la Variable N° 2, Hábitos de estudio.

Tabla 2: Resultado por niveles de la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adecuado	46	83,6	83,6	83,6
	Poco adecuado	9	16,4	16,4	100,0
Total		55	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 2: Resultado por niveles de la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022



Nota. Elaboración propia.

Interpretación

En la variable 2: Hábitos de estudio, se evidencia que el 83,6% de los encuestados, lo califica como Adecuado, asimismo el 16,4% lo califica como Poco adecuado, considerando además que ningún encuestado lo ha calificado como Inadecuado.

4.2.3 Resultados de las Dimensiones de la Variable N° 1

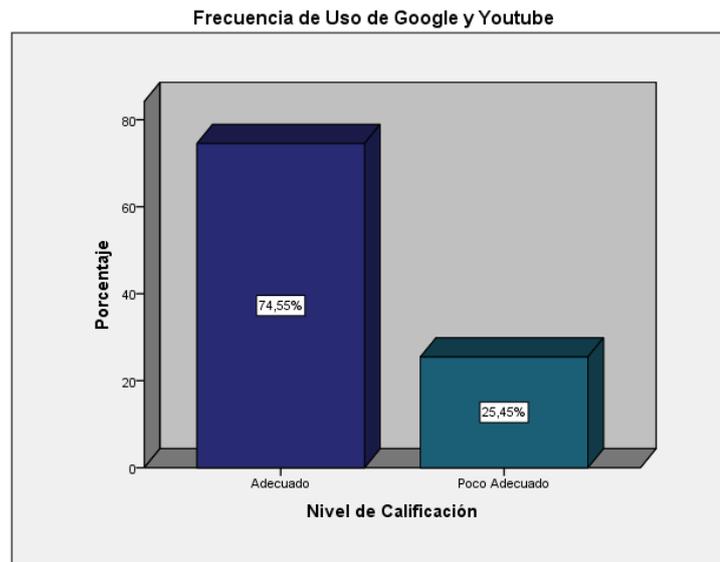
Resultados de la Dimensión N° 1 de la Variable N° 1, Frecuencia de uso de Google y YouTube

Tabla 3: Resultado por niveles de la dimensión frecuencia de uso de Google y YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación, filial La Merced - 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adecuado	41	74,5	74,5	74,5
	Poco adecuado	14	25,5	25,5	100,0
Total		55	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 3: Resultado por niveles de la dimensión frecuencia de uso de Google y el YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022



Nota. Elaboración propia.

Interpretación

En la dimensión 1: Frecuencia de uso de Google y YouTube, se evidencia que el 74,5% de los encuestados, lo califica como Adecuado, asimismo el 25,5% lo califica como Poco adecuado, considerando además que ningún encuestado lo ha calificado como Inadecuado.

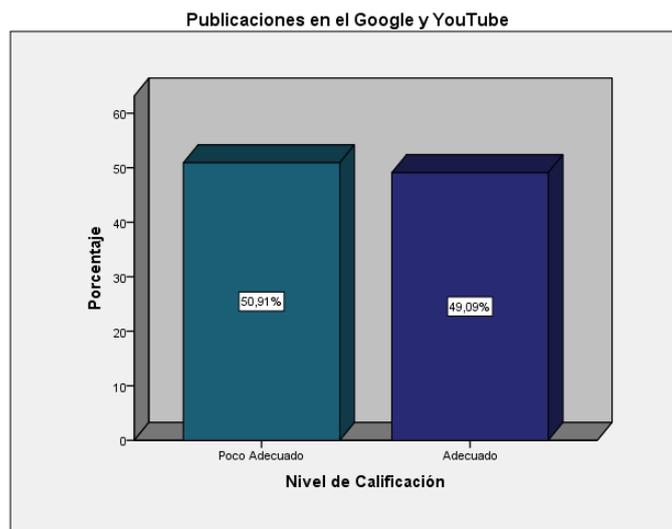
Resultados de la Dimensión N° 2 de la Variable N° 1, Publicaciones en el Google y YouTube

Tabla 4: Resultado por niveles de la dimensión publicaciones en el Google y YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco adecuado	28	50,9	50,9	50,9
	Adecuado	27	49,1	49,1	100,0
Total		55	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia.

Gráfico 4: Resultado por niveles de la dimensión de publicaciones en el Google y el YouTube en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022



Nota. Elaboración propia.

Interpretación

En la dimensión 2: Publicaciones en el Google y YouTube, se evidencia que el 50,9% de los encuestados, lo califica como Poco adecuado, asimismo el otro 49,1% lo califica como Adecuado, considerando además que ningún encuestado lo ha calificado como Inadecuado.

4.3. Prueba de hipótesis.

De la hipótesis general

Hipótesis alterna. Ha

La navegación por Google y YouTube se relaciona significativamente con los hábitos de estudio en los estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Hipótesis nula. Ho

La navegación por Google y YouTube no se relaciona significativamente con los hábitos de estudio en los estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Utilizando el programa SPSS versión 25.

Tabla 5: Resultado de correlaciones entre la variable navegación por Google y YouTube con la variable hábitos de estudios en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

Correlaciones

		V1 Navegación por Google y YouTube	V2 Hábitos de estudio
V1 Navegación por Google y YouTube	Correlación de Pearson	1	0,555**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	55	55
V2 Hábitos de estudio	Correlación de Pearson	0,555**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	55	55

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Interpretación

De la tabla 5, la correlación de Pearson es 0,555** por lo cual podemos afirmar que si existe una correlación **directa y altamente significativa** entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Conclusión estadística.

De la tabla 5, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: La navegación por Google y YouTube se relaciona **significativamente** con los hábitos de estudio en los estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.

De la hipótesis específica 1

Hipótesis alterna. Ha.

Existe relación significativa entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Hipótesis nula Ho.

No existe relación significativa entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Utilizando el programa SPSS versión 25.

Tabla 6: Resultado de correlaciones entre la dimensión frecuencia de uso de Google y YouTube con la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

		Correlaciones	
		D1 Frecuencia de uso del Google y YouTube	V2 Hábitos de estudio
D1 Frecuencia de uso del Google y YouTube	Correlación de Pearson	1	0,601**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	55	55
V2 Hábitos de estudio	Correlación de Pearson	0,601**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	55	55

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Interpretación

De la tabla 6, la correlación de Pearson es 0,601** por lo cual podemos afirmar que si existe una correlación **directa y altamente significativa** entre la Dimensión Frecuencia de uso del Google y YouTube con los Hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Conclusión estadística

De la tabla 6, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

De la Hipótesis específica 2

Hipótesis alterna. Ha

Existe relación significativa entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Hipótesis nula Ho.

No existe relación significativa entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Tabla 7: Resultado de correlaciones entre la dimensión publicaciones en el Google y YouTube con la variable hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022

Correlaciones

		D2 Publicaciones en el Google y YouTube	V2 Hábitos de estudio
D2 Publicaciones en el Google y YouTube	Correlación de Pearson	1	0,390**
	Sig. (bilateral)		0,003
	N	55	55
V2 Hábitos de estudio	Correlación de Pearson	0,390**	1
	Sig. (bilateral)	0,003	
	N	55	55

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota. Elaboración propia.

Interpretación

De la tabla 7, la correlación de Pearson es 0,390** por lo cual podemos afirmar que si existe una correlación **directa y altamente significativa** entre la Dimensión Publicaciones en el Google y YouTube con la variable Hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

Conclusión estadística.

De la tabla 7, el p valor es 0,003 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de

estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

4.4. Discusión de resultados.

Considerando lo sostenido por **Mendoza Y, (2018)**, en su Tesis: “Aplicación del Facebook en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad nacional san Agustín de Arequipa 2018”.obtuvo a las conclusiones: Las características de los alumnos universitarios de la escuela profesional de ciencias de la comunicación sobre el uso de la utilización del Facebook se obtuvo que la mayoría son damas comprendidos entre los 18 y 21 años quienes dedican más tiempo al estudio y menos a su tiempo libre. Las ventajas que se obtuvieron en la investigación respecto a la aplicación del Facebook en los alumnos de la escuela de comunicación es que les permite la facilidad a sus contactos a quienes nunca se les capacitó sobre esta aplicación del Facebook y de facilitar el acceso al Internet.

De la misma forma podemos señalar: que de acuerdo a los resultados en nuestra investigación, de la tabla 6, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022. Asimismo, de la tabla 7, el p valor es 0,003 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.

CONCLUSIONES

Primera: De la tabla 5, la correlación de Pearson es 0,555** por lo cual podemos afirmar que si existe una **correlación directa y altamente significativa** entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio siendo la conclusión estadística de la tabla 5, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: La navegación por Google y YouTube se relaciona **significativamente** con los hábitos de estudio en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced – 2022.

Segunda: De la tabla 6, la correlación de Pearson es 0,601** por lo cual podemos afirmar que si existe una **correlación directa y altamente significativa** entre la Dimensión Frecuencia de uso del Google y YouTube con los Hábitos de estudio siendo la conclusión estadística de la tabla 6, el p valor es 0,000 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced - 2022.

Tercera: De la tabla 7, la correlación de Pearson es 0,390** por lo cual podemos afirmar que si existe una **correlación directa y altamente significativa** entre la Dimensión Publicaciones en el Google y YouTube con la variable Hábitos de estudio siendo la conclusión estadística de la tabla 7, el p valor es 0,003 lo cual es menor a 0,05, en tal sentido, se acepta la hipótesis alterna, con lo cual se concluye que: Existe **relación significativa** entre las publicaciones en el Google y YouTube

con los hábitos de estudio en estudiantes de ciencias de la comunicación UNDAC,
filial La Merced - 2022.

RECOMENDACIONES

Primera: A sugerencia de los investigadores se debe poner énfasis en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced, La navegación por Google y YouTube al demostrarse que se relaciona **significativamente** con los hábitos de estudio y mejora su aprendizaje.

Segunda: A sugerencia de los investigadores los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced deberían usar con mayor frecuencia el Google y YouTube Así, fortalecer sus hábitos de estudio.

Tercera: A sugerencia de los investigadores los estudiantes de ciencias de la comunicación de la UNDAC, filial La Merced deberían realizar sus publicaciones de sus trabajos que les dejan los docentes en clases en el Google y YouTube y contribuir de esta manera con los hábitos de estudio en estudiantes de la Facultad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altamirano, F (2016) *“Los SKETCH del canal EnchufeTv en la plataforma YouTube, y su incidencia en los hábitos de consumo de información en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la universidad nacional de Chimborazo, en el periodo junio-diciembre de 2015”*. [Tesis pregrado no publicada]. Universidad Nacional del Chimborazo.
- Altamirano, Espinoza E; Franco C. (2020) *“Diagnóstico del uso del Facebook y WhatsApp como material de apoyo en la gestión del aprendizaje de los estudiantes del segundo año de los estudiantes de comunicación social UNAN León. Nicaragua.”* [Tesis pregrado no publicada]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Balseca, S (2018) *“Influencia de las redes sociales en los hábitos de estudio de los estudiantes del 8vo ,9no y decimo de educación básica en el colegio Anlasgasi de la ciudad de Quito en el año lectivo 2016-2017”*. [Tesis pregrado no publicada]. Universidad Central del Ecuador.
- Bravo, A, (2019), *“Uso de las redes sociales en el nivel de habilidades sociales de los estudiantes de secundaria de una institución educativa de Trujillo”*. [Tesis pregrado no publicada]. Universidad Central del Ecuador.
- Cano & Villaizán (2017) sustentaron la tesis *“Uso del Facebook y Rendimiento Académico de los estudiantes de 3ro y 4to semestre de la facultad de Ciencias de la Comunicación”*
- Chávez J, Villacorta, P (2019), *“Influencia de la aplicación de herramientas de Google Drive en el desarrollo de competencias de aprendizaje colaborativo en estudiantes del quinto ciclo del curso de planeamiento estratégico del*

programa de administración y negocios de IDAT, 2015 II”. [Tesis de maestría no publicada]. Universidad Tecnológica del Perú.

Flores Lorena (2017), Tesis “Impacto de las redes sociales como herramienta didáctica en el aprendizaje de los estudiantes de la carrera de Computación e Informática del Instituto Superior de Educación Público Chincha, 2015” [Tesis de maestría no publicada]. Universidad Tecnológica del Perú.

Gamarra, G (2015). *Estadística e investigación con aplicaciones de SPSS*. Ediciones San Marcos E.I.R.L.

García, S, y Capa, B, (2017). *Análisis exploratorio de datos con SPSS*. Ediciones Universo Sur.

Gonzales, A (2016), “*Influencia de las redes sociales en el manejo de los estudiantes de ciencias de la comunicación 2016 de la Universidad de Trujillo*” [Tesis de pregrado no publicada]. Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Mendoza, Y, (2018), “Aplicación del Facebook en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidad nacional san Agustín de Arequipa 2018”. [Tesis de pregrado no publicada]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Hernández, M. (2006). *El Sistema de Evaluación Educativa*. México: Editorial McGraw Hill International

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. . (6ª edición).

Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. *Papers* 48, 24

Ortiz, P y Villacis, J (2014-2015), “Redes sociales y hábitos de estudio en los estudiantes del 2do año de bachillerato del colegio fiscal Rita Lecumberri de la ciudad de Guayaquil”. [Tesis de pregrado no publicada]. Universidad De Guayaquil.

Oseña, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Lima - Perú: Editorial Pirámide

Tobón, K (2018), “*Hábitos de estudio y desempeño académicos de los estudiantes de nivelación de la facultad de ciencias humanas y de la educación de la Universidad Técnica de Ambato en tiempos de pandemia del COVID 19*” [Tesis pregrado no publicada]. Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

Instrumentos de recolección de datos

ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Estimado estudiante de Ciencias de la Comunicación responda las interrogantes de modo honesto y responsable. Los resultados servirán para contrastar nuestras hipótesis de estudio, respecto a: Navegación por Google y Youtube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022. Indicar si es: Nunca, a veces o siempre, marcando con una "X" la única respuesta que considere apropiada para cada interrogante.

VARIABLE 1: NAVEGACIÓN POR GOOGLE Y YOUTUBE			
DIMENSIÓN 1: FRECUENCIA DE USO DE GOOGLE Y YOUTUBE	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
¿Sientes gran necesidad de permanecer conectado (a) al Google y YouTube?			
¿Tomas nota de las explicaciones de los catedráticos?			
¿Investigas navegando por internet para profundizar lo visto en clase?			
¿Consideras al estudio una oportunidad para aprender?			
¿Acostumbras estudiar conectado a las redes sociales, viendo y comentando publicaciones?			
¿Consideras que el Google y YouTube se están convirtiendo en un medio eficaz de información?			
DIMENSIÓN 2: PUBLICACIONES EN EL GOOGLE Y YOUTUBE			
¿Ingresas al Google y YouTube para publicar noticias de interés público?			
¿El Google y YouTube es muy importante para informarte de acontecimientos mundiales, nacionales y Regionales?			
¿Encuentras mucha información cultural, noticiosa en el Google y YouTube?			
¿Las publicaciones en tu muro son de contenido informativo y noticioso?			
¿Cuándo ingresas al Google y YouTube lo haces para subir fotos y realizar comentarios a tus amigos?			
¿Piensas siempre en que debes agregar temas noticiosos en el Google y YouTube?			

VARIABLE 2: HÁBITOS DE ESTUDIO			
DIMENSIÓN 1: ACTITUD PARA EL ESTUDIO	NUNCA	A VECES	SIEMPRE
¿Consideras importante el uso de redes sociales para hacer consultas de estudio?			
¿Tomas nota de las explicaciones de los catedráticos?			
¿Investigas navegando por internet para profundizar lo visto en clase?			
¿Consideras al estudio una oportunidad para aprender?			
DIMENSIÓN 2: ZONA DE ESTUDIO			
¿Acostumbras estudiar conectado a las redes sociales, viendo y comentando publicaciones?			
¿Prefieres estudiar en lugares donde exista acceso a internet?			
¿La tecnología forma parte de tu ambiente de estudio?			
¿Interactúas con tus compañeros a través de las redes sociales y el ambiente se hace más propicio para aprender?			
DIMENSIÓN 3: PLANIFICACIÓN DE ESTUDIO			
Antes de empezar a estudiar, ¿Analizas lo que vas a hacer y cómo vas a distribuir el tiempo?			
¿Dedicas a cada asignatura el tiempo necesario para que puedas obtener buenos resultados?			
¿Tienes una idea general de lo vas a estudiar a lo largo del semestre en cada asignatura?			
¿Acostumbras utilizar el internet para búsqueda de información?			

Ficha de validación del instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Jonatan Josuel Salcedo Robles
- 1.2 **Grado académico:** Magister
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente Auxiliar en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac
- 1.4 **Título de la Investigación:** Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Antúñez Sandoval Samuel Víctor y Cárdenas Orihuela Nicolás
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Encuesta a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					90
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					90
TOTAL (en %)						90

VALORACIÓN CUALITATIVA: 90%

VALORACION CUANTITATIVA: 90%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Procede la aplicación del instrumento

Lugar y fecha: La Merced, 13 de octubre del 2021


Firma y Posfirma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Anderson Gonzales Ureta
- 1.2 **Grado académico:** Magister
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente Asociado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Undac
- 1.4 **Título de la Investigación:** Navegación por Google y YouTube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Antúñez Sandoval Samuel Víctor y Cárdenas Orihuela Nicolas
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Encuesta a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					90
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					90
TOTAL (en %)						90

VALORACIÓN CUALITATIVA: 90%

VALORACION CUANTITATIVA: 90%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Procede la aplicación del instrumento

Lugar y fecha: La Merced, 13 de octubre del 2021



Firma y Posfirma del experto

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Matencio Geronimo Rafael
 1.2 **Grado académico:** Magister en Administración de la Educación
 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Director EFP Industrias Alimentarias UNDAC filial La Merced
 1.4 **Título de la Investigación:** Navegación por Google y Youtube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.
 1.5 **Autor del instrumento:** Antúnez Sandoval Samuel Víctor y Cárdenas Orihuela Nicolas
 1.6 **Nombre del instrumento:** Encuesta a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

II. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.					90
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					90
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					90
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					90
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					90
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					90
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					90
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.					90
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					90
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					90
TOTAL (en %)						90

VALORACIÓN CUALITATIVA: 90%

VALORACION CUANTITATIVA: 90%

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Procede la aplicación del instrumento

Lugar y fecha: La Merced, 13 de octubre del 2021


 Mg. Rafael MATENCIO GERONIMO
 DIRECTOR (e)

Firma y Posfirma del experto

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Navegación por Google y Youtube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Filial La Merced - 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA INSTRUMENTOS
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	V1: Navegación por Goog V1: Navegación por	Frecuencia de uso del Google y YouTube Tiempo en la navegación en Google y YouTube Control parental Publicaciones en el Google y YouTube Frecuencia de publicación de contenidos Aceptación Social	Tipo: Básica Nivel: Cuantitativo Diseño: Correlacional Población: 60 estudiantes Muestra: 60 estudiantes Técnicas e instrumentos: Técnica Encuesta Instrumento Cuestionario virtual
¿Cuál es la relación que existe entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?	Establecer la relación que existe entre la navegación por Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.	La navegación por Google y YouTube se relaciona significativamente con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS			

<p>¿Cuál es la relación que existe entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.</p> <p>Precisar la relación que existe entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced – 2022.</p>	<p>Existe relación significativa entre la frecuencia de uso del Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced -2022.</p> <p>Existe relación significativa entre las publicaciones en el Google y YouTube con los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022.</p>	<p>V2: Hábitos de estudio</p>	<p>Actitud por el estudio</p> <p>Zona de estudio</p> <p>Planificación del estudio</p>	<p>Técnicas de procesamiento y análisis de datos Estadística descriptiva e inferencial Tratamiento estadístico Procesamiento estadístico utilizando el MS Excell y el SPSS versión 25.</p>
--	--	---	-------------------------------	---	---

Declaración de autenticidad de la Tesis 01

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Por medio del presente documento, Yo Nicolás Cárdenas Orihuela identificado con DNI Nro 04318000, declaro que los contenidos de la tesis titulada **“Navegación por Google y Youtube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022”** Presentada para optar el título profesional de Ciencias de la Comunicación, es de mi autoría, por lo que asumo las responsabilidades que puedan derivarse en caso de Plagio.

Asimismo, autorizo a quienes desean utilizar total o parcialmente los contenidos de la tesis con fines académicos y de investigación pueden hacerlo respetando los derechos de autor.

Para dar constancia firmo la presente declaración de autenticidad en la fecha y lugar:

La Merced 05 de diciembre del 2022



Nicolás
Nicolas Cárdenas Orihuela

DNI Nro 04318000

Declaración de autenticidad de la Tesis 02

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Por medio del presente documento, Yo Samuel Víctor Antúnez Sandoval identificado con DNI Nro 20579773, declaro que los contenidos de la tesis titulada **“Navegación por Google y Youtube con relación a los hábitos de estudio en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación UNDAC, filial La Merced - 2022”** Presentada para optar el título profesional de Ciencias de la Comunicación, es de mi autoría, por lo que asumo las responsabilidades que puedan derivarse en caso de Plagio.

Asimismo, autorizo a quienes desean utilizar total o parcialmente los contenidos de la tesis con fines académicos y de investigación pueden hacerlo respetando los derechos de autor.

Para dar constancia firmo la presente declaración de autenticidad en la fecha y lugar:

La Merced 05 de diciembre del 2022

e diciem


Samuel Víctor Antúnez Sandoval

DNKNo20579773

Anexo 06: Encuestas de Correlación y Frecuencia

	NAVEGACIÓN POR GOOGLE Y YOUTUBE														HÁBITOS DE ESTUDIO													
	FRECUENCIA DE USO DE GOOGLE Y YOUTUBE							PUBLICACIONES EN EL GOOGLE Y YOUTUBE							V1	ACTITUD PARA EL ESTUDIO				ZONA DE ESTUDIO				PLANIFICACIÓN DE ESTUDIO				V2
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	D1	p7	p8	p9	p10	p11	p12	D2		p01	p02	p03	p04	p05	p06	p07	p08	p09	p010	p011	p012	
1	2	3	3	3	1	2	14	3	3	2	2	2	3	15	29	2	3	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	30
2	3	3	2	3	1	3	15	2	3	3	2	1	2	13	28	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	33
3	2	2	1	3	2	3	13	2	3	3	2	2	1	13	26	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	32
4	3	3	2	3	1	3	15	2	3	3	2	2	2	14	29	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	32
5	3	2	2	3	3	3	16	2	3	3	2	2	2	14	30	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	34
6	3	3	2	3	1	3	15	2	2	2	2	2	1	11	26	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	33
7	2	3	3	3	2	2	15	2	2	2	2	2	1	11	26	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	32
8	3	3	3	2	3	2	16	2	2	1	2	1	2	10	26	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	33
9	1	3	2	3	1	2	12	1	3	2	2	1	2	11	23	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	1	3	27
10	2	2	2	3	2	3	14	1	3	3	2	2	1	12	26	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	28

11	2	2	2	3	1	2	12	1	3	3	3	3	3	16	28	1	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	25	
12	2	3	2	2	1	2	12	1	3	2	1	1	1	9	21	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	23	
13	2	3	2	3	1	2	13	2	2	2	2	1	1	10	23	1	3	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	22	
14	2	2	2	3	3	3	15	1	3	2	2	1	2	11	26	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	32	
15	2	2	3	3	2	3	15	1	3	3	3	1	2	13	28	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	31	
16	3	2	3	2	2	3	15	3	2	2	3	2	2	14	29	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	31	
17	2	3	3	2	3	3	16	3	3	3	2	2	2	15	31	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	31
18	1	3	2	3	1	3	13	1	3	3	1	1	1	10	23	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	33
19	1	2	2	2	2	2	11	2	2	2	1	2	1	10	21	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	27	
20	2	2	2	3	2	2	13	2	3	3	2	2	2	14	27	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	31
21	2	2	3	3	2	3	15	3	3	3	2	2	2	15	30	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	33	
22	2	3	3	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	18	34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	2	3	2	2	2	2	13	2	2	2	1	2	3	12	25	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	31	
24	2	2	2	2	3	2	13	1	3	3	1	1	1	10	23	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	2	29	

25	2	3	2	3	2	2	14	1	3	3	2	2	2	13	27	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	29
26	2	3	3	3	2	3	16	1	2	3	2	2	2	12	28	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	33
27	2	2	3	3	1	3	14	1	3	3	1	1	2	11	25	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	29
28	2	2	3	3	3	3	16	1	3	2	2	2	3	13	29	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	31
29	2	1	2	3	2	3	13	2	3	3	2	2	2	14	27	2	1	1	3	1	3	3	3	2	3	3	3	28
30	3	2	2	3	3	3	16	2	3	2	3	3	3	16	32	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	34
31	2	2	3	3	2	2	14	3	2	2	2	1	1	11	25	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	28
32	2	3	2	3	3	3	16	2	3	3	3	3	2	16	32	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	33
33	3	3	3	3	2	3	17	2	3	3	2	2	2	14	31	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
34	2	2	3	3	2	2	14	2	3	3	2	3	2	15	29	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	23
35	1	2	2	2	2	2	11	1	3	2	2	2	1	11	22	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	33
36	2	3	2	3	3	3	16	2	3	3	2	2	2	14	30	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	34
37	2	3	3	3	2	2	15	1	3	3	2	2	2	13	28	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	29
38	3	3	3	3	2	3	17	3	2	2	2	2	2	13	30	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	29

		NAVEGACIÓN POR GOOGLE Y YOUTUBE																HÁBITOS DE ESTUDIO															
		FRECUENCIA DE USO DE GOOGLE Y YOUTUBE								PUBLICACIONES EN EL GOOGLE Y YOUTUBE								V1		ACTITUD PARA EL ESTUDIO				ZONA DE ESTUDIO				PLANIFICACIÓN DE ESTUDIO				V2	
		p1	p2	p3	p4	p5	p6	D1	NIVEL	p7	p8	p9	p10	p11	p12	D2	NIVEL		NIVEL	p01	p02	p03	p04	p05	p06	p07	p08	p09	p010	p011	p012		NIVEL
1	2	3	3	3	1	2	14	Adecuado	3	3	2	2	2	3	15	Adecuado	29	Adecuado	2	3	3	3	1	2	3	1	3	3	3	3	30	Adecuado	
2	3	3	2	3	1	3	15	Adecuado	2	3	3	2	1	2	13	Poco Adecuado	28	Adecuado	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	33	Adecuado	
3	2	2	1	3	2	3	13	Poco Adecuado	2	3	3	2	2	1	13	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	32	Adecuado	
4	3	3	2	3	1	3	15	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	29	Adecuado	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	32	Adecuado	
5	3	2	2	3	3	3	16	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	30	Adecuado	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	34	Adecuado	
6	3	3	2	3	1	3	15	Adecuado	2	2	2	2	2	1	11	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	33	Adecuado	
7	2	3	3	3	2	2	15	Adecuado	2	2	2	2	2	1	11	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	32	Adecuado	
8	3	3	3	2	3	2	16	Adecuado	2	2	1	2	1	2	10	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	33	Adecuado	
9	1	3	2	3	1	2	12	Poco Adecuado	1	3	2	2	1	2	11	Poco Adecuado	23	Poco Adecuado	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	1	3	27	Poco Adecuado	
10	2	2	2	3	2	3	14	Adecuado	1	3	3	2	2	1	12	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	28	Adecuado	
11	2	2	2	3	1	2	12	Poco Adecuado	1	3	3	3	3	3	16	Adecuado	28	Adecuado	1	2	2	3	1	2	3	2	2	2	2	3	25	Poco Adecuado	
12	2	3	2	2	1	2	12	Poco Adecuado	1	3	2	1	1	1	9	Poco Adecuado	21	Poco Adecuado	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	23	Poco Adecuado	

13	2	3	2	3	1	2	13	Poco Adecuado	2	2	2	2	1	1	10	Poco Adecuado	23	Poco Adecuado	1	3	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	22	Poco Adecuado
14	2	2	2	3	3	3	15	Adecuado	1	3	2	2	1	2	11	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	32	Adecuado
15	2	2	3	3	2	3	15	Adecuado	1	3	3	3	1	2	13	Poco Adecuado	28	Adecuado	3	2	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	31	Adecuado
16	3	2	3	2	2	3	15	Adecuado	3	2	2	3	2	2	14	Adecuado	29	Adecuado	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	31	Adecuado
17	2	3	3	2	3	3	16	Adecuado	3	3	3	2	2	2	15	Adecuado	31	Adecuado	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	31	Adecuado
18	1	3	2	3	1	3	13	Poco Adecuado	1	3	3	1	1	1	10	Poco Adecuado	23	Poco Adecuado	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	33	Adecuado
19	1	2	2	2	2	2	11	Poco Adecuado	2	2	2	1	2	1	10	Poco Adecuado	21	Poco Adecuado	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	27	Poco Adecuado
20	2	2	2	3	2	2	13	Poco Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	27	Poco Adecuado	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	31	Adecuado
21	2	2	3	3	2	3	15	Adecuado	3	3	3	2	2	2	15	Adecuado	30	Adecuado	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	33	Adecuado
22	2	3	3	3	2	3	16	Adecuado	3	3	3	3	3	3	18	Adecuado	34	Adecuado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Adecuado
23	2	3	2	2	2	2	13	Poco Adecuado	2	2	2	1	2	3	12	Poco Adecuado	25	Poco Adecuado	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	31	Adecuado
24	2	2	2	2	3	2	13	Poco Adecuado	1	3	3	1	1	1	10	Poco Adecuado	23	Poco Adecuado	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	2	29	Adecuado
25	2	3	2	3	2	2	14	Adecuado	1	3	3	2	2	2	13	Poco Adecuado	27	Poco Adecuado	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	29	Adecuado
26	2	3	3	3	2	3	16	Adecuado	1	2	3	2	2	2	12	Poco Adecuado	28	Adecuado	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	33	Adecuado
27	2	2	3	3	1	3	14	Adecuado	1	3	3	1	1	2	11	Poco Adecuado	25	Poco Adecuado	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	29	Adecuado

28	2	2	3	3	3		3	16	Adecuado	1	3	2	2	2	3	13	Poco Adecuado	29	Adecuado	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	31	Adecuado
29	2	1	2	3	2		3	13	Poco Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	27	Poco Adecuado	2	1	1	3	1	3	3	3	2	3	3	3	28	Adecuado
30	3	2	2	3	3		3	16	Adecuado	2	3	2	3	3	3	16	Adecuado	32	Adecuado	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	34	Adecuado
31	2	2	3	3	2		2	14	Adecuado	3	2	2	2	1	1	11	Poco Adecuado	25	Poco Adecuado	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	28	Adecuado
32	2	3	2	3	3		3	16	Adecuado	2	3	3	3	3	2	16	Adecuado	32	Adecuado	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	33	Adecuado
33	3	3	3	3	2		3	17	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	31	Adecuado	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	Adecuado
34	2	2	3	3	2		2	14	Adecuado	2	3	3	2	3	2	15	Adecuado	29	Adecuado	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	23	Poco Adecuado
35	1	2	2	2	2		2	11	Poco Adecuado	1	3	2	2	2	1	11	Poco Adecuado	22	Poco Adecuado	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	33	Adecuado
36	2	3	2	3	3		3	16	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	30	Adecuado	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	34	Adecuado
37	2	3	3	3	2		2	15	Adecuado	1	3	3	2	2	2	13	Poco Adecuado	28	Adecuado	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	29	Adecuado
38	3	3	3	3	2		3	17	Adecuado	3	2	2	2	2	2	13	Poco Adecuado	30	Adecuado	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	29	Adecuado
39	2	2	3	2	2		3	14	Adecuado	2	2	3	2	2	3	14	Adecuado	28	Adecuado	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	28	Adecuado
40	3	2	3	2	3		2	15	Adecuado	3	3	3	2	2	2	15	Adecuado	30	Adecuado	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	30	Adecuado
41	3	2	3	3	2		2	15	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	29	Adecuado	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	29	Adecuado
42	2	2	2	3	3		3	15	Adecuado	2	3	3	2	2	2	14	Adecuado	29	Adecuado	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	31	Adecuado
43	3	2	3	3	2		3	16	Adecuado	2	2	3	3	2	2	14	Adecuado	30	Adecuado	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	28	Adecuado
44	2	2	2	3	3		3	15	Adecuado	2	2	2	2	3	3	14	Adecuado	29	Adecuado	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	27	Poco Adecuado

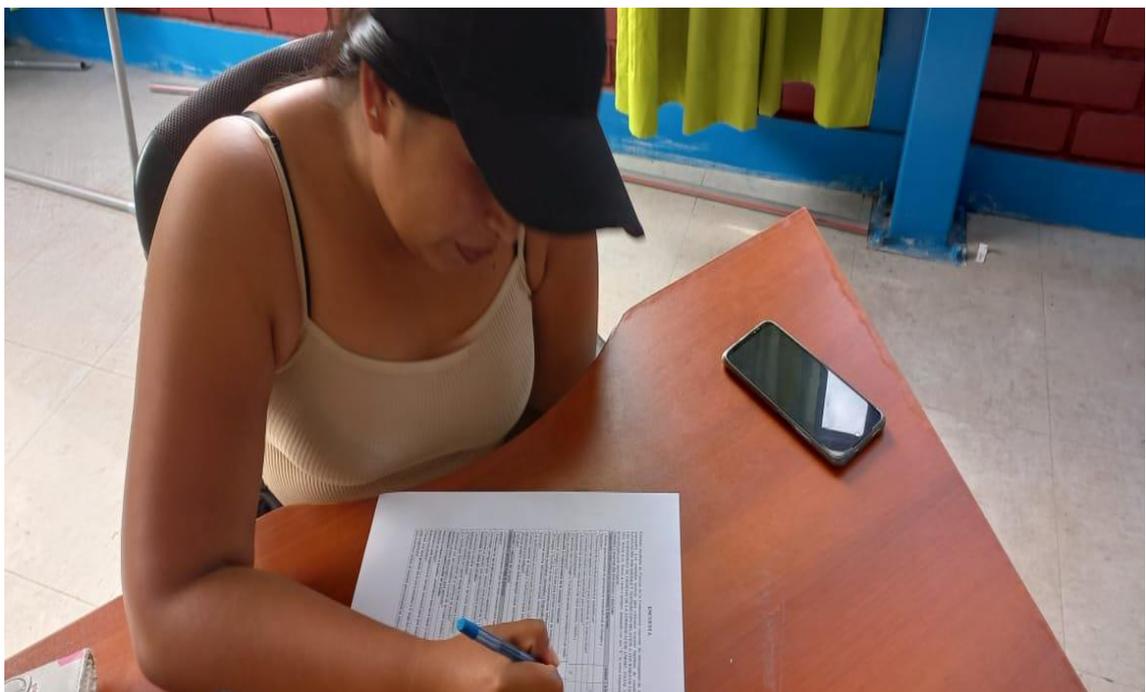
45	3	3	2	3	2		3	16	Adecuado	2	2	2	2	2	2	12	Poco Adecuado	28	Adecuado	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	32	Adecuado	
46	3	3	3	3	2		3	17	Adecuado	3	2	3	2	2	2	14	Adecuado	31	Adecuado	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	32	Adecuado	
47	1	2	3	3	2		2	13	Poco Adecuado	2	2	3	2	2	2	13	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	32	Adecuado	
48	2	1	2	2	1		2	10	Poco Adecuado	2	2	2	2	1	2	11	Poco Adecuado	21	Poco Adecuado	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	24	Poco Adecuado	
49	3	3	2	3	3		2	16	Adecuado	2	3	2	3	3	3	16	Adecuado	32	Adecuado	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	32	Adecuado	
50	3	2	3	2	3		2	15	Adecuado	2	3	2	3	2	2	14	Adecuado	29	Adecuado	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	33	Adecuado	
51	3	2	3	2	2		2	14	Adecuado	2	2	3	2	3	3	15	Adecuado	29	Adecuado	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	33	Adecuado	
52	3	3	3	3	3		3	18	Adecuado	3	3	3	3	3	3	18	Adecuado	36	Adecuado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	Adecuado	
53	3	3	3	3	2		3	17	Adecuado	2	3	3	2	3	3	16	Adecuado	33	Adecuado	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35	Adecuado
54	3	1	2	3	3		2	14	Adecuado	2	2	2	2	2	2	12	Poco Adecuado	26	Poco Adecuado	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	27	Poco Adecuado	
55	3	2	3	3	2		2	15	Adecuado	1	2	3	2	2	2	12	Poco Adecuado	27	Poco Adecuado	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	32	Adecuado

Evidencias fotográficas del trabajo de campo

FOTOGRAFÍAS DURANTE ENCUESTAS



ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN II CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED



ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN II CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED

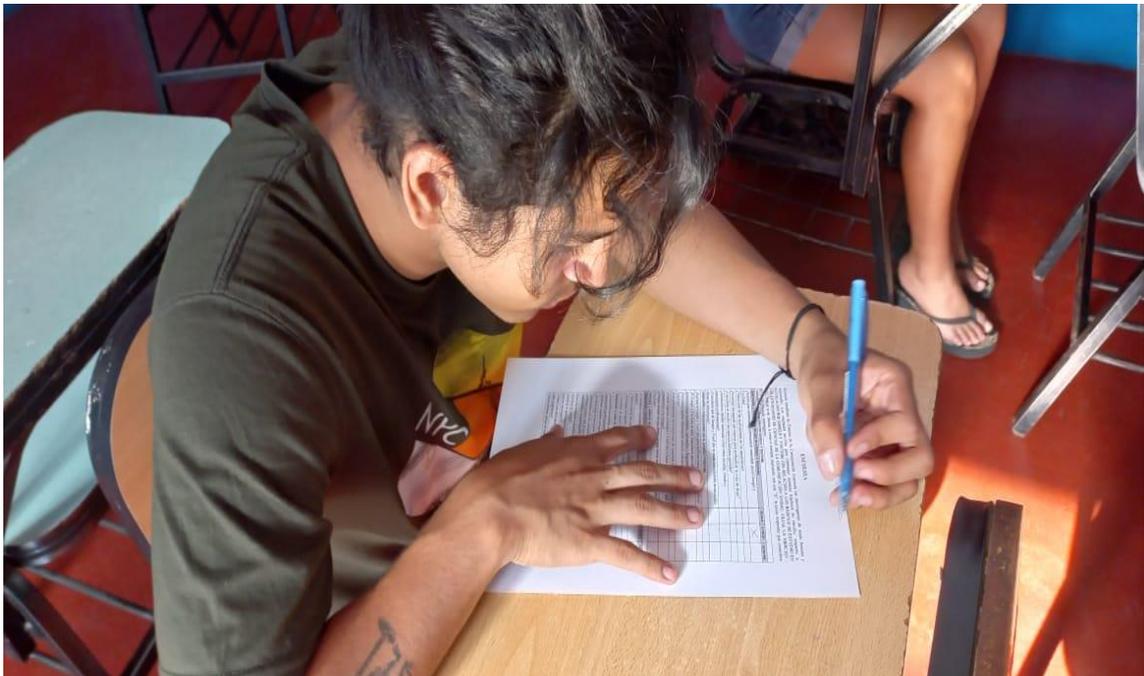


ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN IV CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED

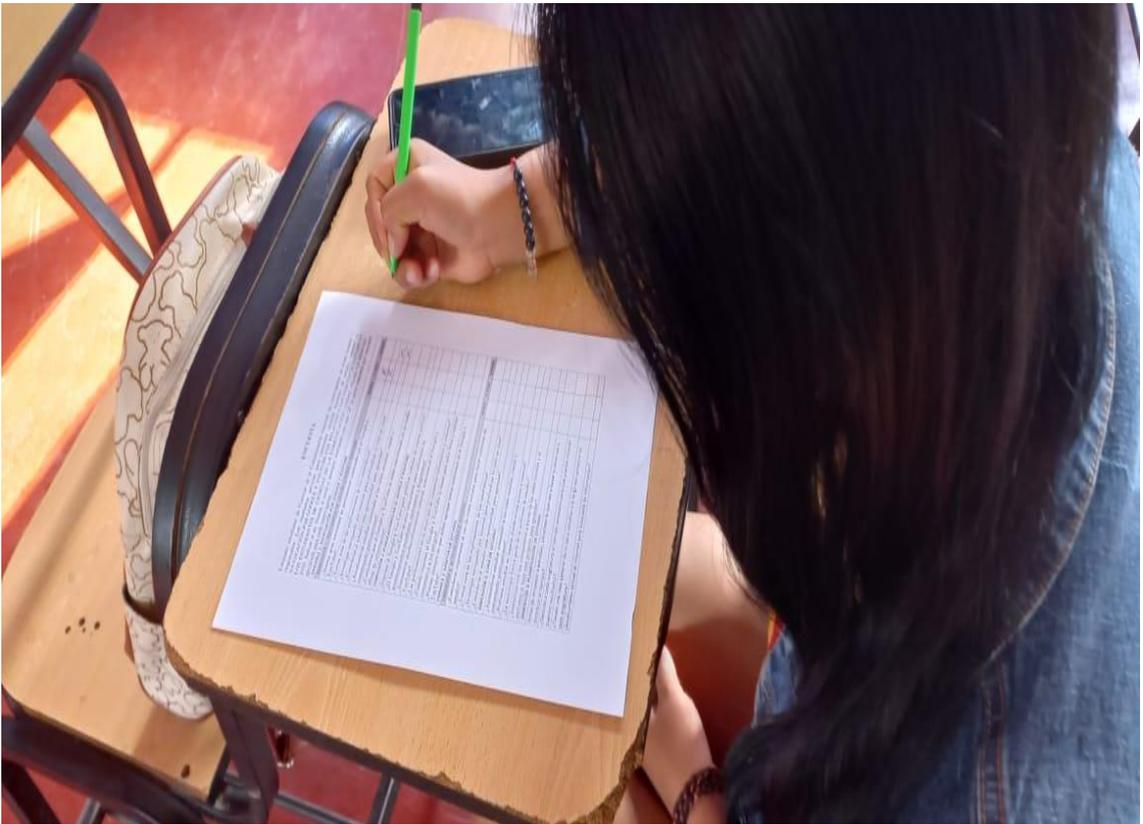
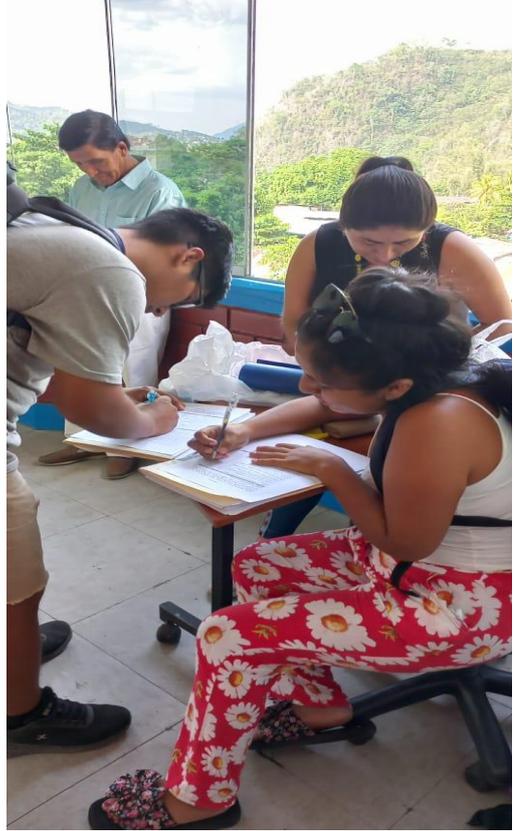




ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN VI CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED



ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN VI CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED



ALUMNOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN VIII CICLO UNDAC FILIAL LA MERCED

