

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD POSTGRADO**  
**Escuela de Maestria**



**El internet y su relación en la construcción de la identidad de los estudiantes  
en el nivel secundario de la Institución Educativa San Carlos de Puno 2016**

Tesis para optar el Grado Académico de Maestro de Maestro en Docencia Universitaria e Investigación  
Pedagógica

Elaborado por :

FLORES MACHACA GREGORIO

AREQUIPA

2016

## Resumen

En el presente trabajo se analizó la relación existente entre el consumo digital (Internet) y la construcción de la identidad de los adolescentes, desde el enfoque teórico del consumo digital, se trata de una investigación aplicada de enfoque cuantitativo de carácter exploratoria y correlacional, la metodología de investigación fue el método científico, las técnicas de recolección de datos fueron encuestas cuyo instrumento fueron cuestionarios de actitudes de Likert, se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial. Los resultados de mayor relevancia se proporcionan en la estimación del chi cuadrado en la cual las diferencias de las frecuencias observadas y esperadas es mayor que el valor crítico, esto es  $165.279 > 9.48773$  ( $X .05$ ), a un 5% de significancia, lo cual muestra que hay relación entre el consumo digital y la construcción de la identidad de los estudiantes. Además, la construcción de la identidad de los estudiantes es explicada en un 79.6% por el consumo digital (Internet), al 95% de confianza de acuerdo al coeficiente de determinación, el 58% de los estudiantes tienen el nivel de consumo digital alto con respecto a los elementos del consumo digital, el 50.3% de los estudiantes tienen un nivel de consumo digital alto y que además siempre usan el Internet, entonces está relacionada la frecuencia de uso del Internet y el nivel de consumo digital. El 63,6% de los estudiantes muestran una actitud favorable a la construcción de la identidad asociado al consumo digital, ya que permite el proceso de identificación/pertenencia del yo y la interacción con los 'otros' asociados al consumo digital. Los elementos de mayor consumo digital son; la música con 96.5%, los videos con 92.3%, las redes sociales con 90.9% y los juegos en red con un 69.9%», finalmente se da la propuesta pedagógica de incluir "el consumo digital para construcción de la identidad de los estudiantes", como tema transversal para su tratamiento pedagógico y cultural sostenido e integral.