



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Programa “Cibernautas Creativos” y su influencia en
el comportamiento actitudinal frente a las epidemias
culturales – Talara – 2015**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
DOCTORA EN EDUCACIÓN**

AUTORA:

Mg. MORALES ASECIO, Patricia Mabel

ASESOR:

Dr. RODRÍGUEZ CHÁVEZ, Oswaldo

SECCIÓN:

EDUCACIÓN E IDIOMAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

INCLUSIÓN Y DEMOCRACIA

PERÚ – 2016

JURADO CALIFICADOR

**Dr. César Tapia Cabrera
Presidente**

**Dra. Flor Fanny Santa Cruz Terán
Secretaria**

**Dra. Lilette Del Carmen Villavicencio Palacios
Vocal**

DEDICATORIA

A Dios nuestro Señor:

Guía, luz y fuerza durante el camino a la superación, quien iluminó mi senda para culminar con éxito todas las metas trazadas.

A mis hijos:

Angie, Luis y Dieguito, por representar lo más hermoso de mi vida y ser la fuente de inspiración para superarme día a día.

A mi esposo:

Luis Maguiña, por su invaluable apoyo y comprensión para lograr cumplir mis objetivos trazados.

A mis padres:

Mi eterna gratitud porque me enseñaron el significado de los valores humanos, éticos y morales, así mismo el camino hacia la excelencia profesional.

A mis hermanos:

Jorge, Eduardo y Juan Carlos, por su cariño sincero e incondicional.

Patricia

AGRADECIMIENTO

Al señor Doctor César Acuña Peralta, Rector Fundador de la Universidad César Vallejo por su elevada sensibilización y compromiso en favor de la educación peruana.

Al docente asesor Dr. RODRÍGUEZ CHÁVEZ, Oswaldo, por su asesoría, comprensión y empatía alcanzándome las orientaciones pertinentes para realizar la presente investigación.

A la Directora de la I.E. “María de Fátima”, por aceptar realizar el estudio y programa en su comunidad educativa.

A las jóvenes escolares de secundaria de la I.E. “María de Fátima” de Talara, a las personas que con su apoyo, afecto y motivación me acompañaron en este proceso.

LA AUTORA

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Mg. MORALES ASENCIO, Patricia Mabel, estudiante del Programa de Doctorado en Educación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 18197165, con la tesis titulada: Programa “Cibernautas Creativos” y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales – Talara – 2015.

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, febrero 2016



MORALES ASENCIO, Patricia Mabel

DNI N° 18197165

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada: Programa “Cibernautas Creativos” y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales – Talara – 2015, con la finalidad de determinar si el Programa “Cibernautas Creativos” el efecto que tiene en alumnos de secundaria – Talara – 2015; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Doctor en Educación con mención en Educación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación, expreso mi reconocimiento y gratitud a todo aporte que se me pudiese alcanzar.

LA AUTORA

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCION	11
II. MARCO METODOLOGICO	35
2.1 Variables	35
2.2 Operacionalización de variables.....	36
2.3 Metodología	38
2.4 Tipos de estudio	38
2.5 Diseño	38
2.6 Población, muestra y muestreo.....	39
2.7 Criterios de inclusión	40
2.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	41
2.9 Procedimiento de recolección de datos.....	44
2.10 Métodos de análisis de datos	44
III. RESULTADOS.....	45
IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES.....	52
VI. RECOMENDACIONES	53
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	54
ANEXOS.....	56
Anexo N° 1: Test.....	57
Anexo N° 2: Guía de encuesta	59
Anexo N° 3: Matriz de consistencia	60

Anexo N° 4: Constancia de asesoría estadística	64
Anexo N° 5: Ficha técnica del instrumento	65
Anexo N° 6: Guía de Observación del Programa	69
Anexo N° 7: Programa	71
Anexo N° 8: Sesiones de aprendizaje	74
Anexo N° 9: Fotografías.....	85
Anexo N° 10: Prueba de homogeneidad marginal	89
Anexo N° 11. Operacionalización de la variable dependiente	90

RESUMEN

La presente tesis se titula: Programa cibernautas creativos y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales – Talara – 2015. Teniendo como objetivo identificar como el programa influye en los estudiantes de ambos sexos frente al uso y abuso de las epidemias culturales o productos tecnológicos. El nuevo paradigma de vida es el ciber espacio virtual, entre lo imaginario, novedoso pero lejos de la realidad.

La realidad escolar de hoy nos advierte de una profunda problemática que invade a la comunidad educativa desde sus cimientos: la adicción de las nuevas tecnologías que desconectan a niños y jóvenes de su realidad y ofrecen un mundo virtual frío, escaso en valores fundamentales, con infinitos peligros si no se tiene la madurez y formación de enfrentar los mensajes, seducciones y otros riesgos que conlleva. Es parte del paradigma de la posmodernidad. Se pierde identidad, afectos para volverse más práctico, de moda, imitador de otros con su consecuente: la violencia y el vacío existencial, en la juventud, adoptar actitudes y comportamientos negativos en la formación de la personalidad y de la ciudadanía. A través de la imagen y mensajes de consumo, que ahora si existen, se transforma la personalidad, el conocimiento y la identidad.

Esta investigación es de tipo pre-experimental con un solo grupo, con pre y post test. Se manejó un universo muestral de 85 alumnos de secundaria de primer a quinto año. Se ha partido desde el modelo teórico de Dawkins y Allport que aportan importantísimos principios sobre la transformación del comportamiento actitudinal de los estudiantes ante la práctica y tendencia al cell; al entretenimiento de los reallitys poco positivos. Se diseñó un test de comportamiento actitudinal con tres dimensiones y 35 ítems y un programa para revertir las conductas negativas propuesto en 15 sesiones de aprendizaje. Es un tema que aborda la expansión de la cultura a través de procesos epidémicos, contagiosos y virales.

A nivel de resultados tenemos que antes del programa los alumnos varones no lo lograron en las 3 dimensiones 90.2% (cognitiva), 100% (afectiva) y 97.6% (conductual) y las mujeres tuvieron más logro en proceso en lo cognitivo (29.5%) y conductual (93.2%). Después del programa los varones lo lograron en las 3 dimensiones entre 100% y 90% logro en proceso. Las mujeres lo lograron en lo cognitivo, afectivo y conductual. El programa fue pertinente, exitoso, proactivo.

Palabras clave: Programa, cibernautas, comportamiento actitudinal, epidemias culturales, consumo, imagen, cognitivo, redes sociales.

ABSTRACT

This thesis is titled netizens creative program and its influence on the attitudinal behavior towards cultural epidemics - Talara - 2015. Aiming to identify how the program affects students of both sexes against the use and abuse cultural epidemics or technological products. The new paradigm of life is the virtual cyber space, between the imaginary, new but far from reality.

The school reality today warns of deep problem that plagues the educational community to its foundations: the addition of new technologies that children and young people disconnected from their reality and offer a cool virtual world, lacking in fundamental values, with infinite dangers if you do not have the maturity and training to address messages, seductions and other risks. It is part of the paradigm of postmodernism. Violence and existential emptiness, in youth, to adopt negative attitudes and behaviors in the formation of personality and citizenship: identity, emotions to become more practical, fashionable, imitator of others with the consequent lost. Through image and consumer messages, now if any, personality, knowledge and identity is transformed.

This research is the type pre-experimental with one group, with pre and post test. A sampling universe of 85 high school students from first to fifth year was handled. It has since left the theoretical model of Dawkins and Allport very important principles that bring about the transformation of attitudinal behavior of the students to practice and tendency to cell; to entertain the little positive realities. A test of attitudinal behavior with three dimensions and 35 items and a program was designed to reverse the negative behaviors proposed in 15 learning sessions. This is a topic that addresses the spread of culture through epidemic, contagious and viral processes.

In terms of results we have before the program male students did not make it in 3 dimensions 90.2% (cognitive), 100% (emotional) and 97.6% (behavioral) and women were more achievement in the cognitive process (29.5%) and behavioral (93.2%). After the show men they succeeded in 3 dimensions between 100% and 90% achievement in process. The women made in the cognitive, affective and behavioral. The program was relevant, successful, proactive.

Keywords: Program, surfers, attitudinal behavior, cultural epidemics, consumption, image, cognitive, social networks.

I. INTRODUCCIÓN

El avance de las nuevas tecnologías en la era del conocimiento ha logrado subsumir, absorber tiempo de ocio y de calidad de niños, adolescentes y jóvenes. Su influencia ha reconfigurado el mapa de las relaciones humanas, vecinales y sociales; de los sentimientos, de las preferencias, de los estilos de vida, del lenguaje con que nos comunicamos, la visión frente a la vida misma. Hoy todo se vuelve superficial, vano, descartable para esta generación que es más visual, virtual. Se observa hoy a los(as) chicos(as) usar y abusar de prácticas pseudoculturales como: whatsapp, internet, videojuegos, chat, “copia y pega” en las tareas del colegio; asiduos a los Reality shows solapados de entretenimiento sano pero llenos de morbo, humor grosero, infidelidades, sexo y violencia. Su proceso formativo está plagado de las llamadas epidemias culturales a decir de Chomsky; al final carenciados, inciertos, solos aunque estén “conectados”. Sartori, dice que vivimos la cultura de la incultura; ciudadanos de una comunidad vacía, como zombies culturales, imitamos más no creamos.

Esta situación no sólo ocurre en el Perú, sino en naciones altamente industrializadas, si bien producen también consumen, son parte del gran carnaval globalizador: risas, diversión, placer (hedonismo) cuando se libra, duele y se sufre. La industria del espectáculo impacta también y más en los niveles escolares, en la nueva generación. El iphone, tablet, laptop y otros aplicativos son la vida de niños y jóvenes quienes tienen ya una conducta adictiva, desmesurada a estos equipos y tecnologías.

Cabe decir que entramos de la cultura de la palabra a la cultura de la imagen al mundo virtual. Vivimos nuevos tiempos, todos signos y efectos de la posmodernidad. Lo natural y lo privado pasaron a lo artificial y público. El afecto ha sido sustituido por la simpleza, la velocidad con las redes sociales.

Existe abuso y dependencia de internet: la aparición de lo que conocemos hoy como tecnologías de la información y comunicación (TIC) durante la segunda mitad del siglo XX ha generado un cambio en la forma que entendemos nuestras actividades cotidianas. Varios hitos marcaron el proceso, comparable en repercusión con la invención de la imprenta o la revolución industrial, pero la apertura al público consumidor, al demandante y posterior masificación de internet con la implementación de la World Wide Web en 1991 pareciera haber sido el principal punto de inflexión, de quiebre. Desde entonces se ha redefinido la manera de comprar, hacer negocios, cultura, comunicarnos, compartir afectos, ideologías y conocimiento e inclusive la manera de entender la relación médico-paciente. Es en este contexto que surge el fenómeno, la epidemia de

las redes sociales, llamando la atención por su majestuoso y vertiginoso crecimiento, impacto y penetración psico-social en tan poco tiempo. Chile no se ha quedado fuera del cambio. Para fines de 2011 los puntos de conexión fijos con banda ancha a internet alcanzaron los 2 millones para una población estimada de 17 millones de habitantes. De manera paralela se superaron para ese mismo periodo los 21 millones de abonados a telefonía móvil con algún tipo de tráfico durante el último mes, dispositivos que en su gran mayoría tienen acceso a internet, haciendo prescindible el computador personal, sustituido hoy por móviles complejos y completos. En cuanto a las redes sociales, en nuestro país existen más de 9 millones de cuentas de Facebook empinándonos en el lugar 22 de penetración a nivel mundial, incluso por sobre regiones altamente tecnologizadas como Hong Kong. De dichas cuentas 67% pertenecen a usuarios menores de 35 años. Santiago ocupa el octavo lugar entre las ciudades con más usuarios de Facebook, con una penetración estimada de 73,3%. El mundo virtual es ancho y ajeno, enorme, profundo y hasta peligroso como también fecundo.

Por su parte Twitter, red en que los usuarios interactúan publicando mensajes de menos de 140 caracteres, en Perú de acuerdo a la encuesta elaborada por la empresa Futuro Labs, Facebook contaría, para enero de 2015, con unos 14 millones 582 mil peruanos entre sus filas. El número de usuarios de nuestro país estaría en crecimiento diariamente, debido a que en 2014, se reportaron 12 millones 400 mil y en 2013, cerca de 10 millones. Asimismo, entre el total de usuarios o seguidores de Facebook pertenecientes al Perú, unos 7 millones 926 serían hombres y 6 millones 656 mil serían mujeres. Asimismo, el grupo mayoritario por edades en esta red social, en un 26%, estaría conformado por jóvenes entre 15 y 19 años, de ambos sexos. Además durante el mismo estudio un adolescente varón está en promedio 2,7 horas diarias en Internet y una adolescente mujer está en promedio 2,6 horas diarias en promedio y de ellos el 64% ingresa a las redes sociales desde su celular. Aprenden por imitación, son seguidores de modelos, ahí se descontextualizan. Hoy también el adulto mayor conforma parte de los seguidores.

El ciberespacio se convierte hoy en un portal abierto con millones de cibernautas buceando, navegando en las profundas entrañas de un mundo anónimo, frío, desconocido y hasta peligroso.

Una de las variables manejadas en este estudio es la independiente: Programa “Cibernautas creativos” que resulta ser una propuesta viable ante la dependencia y adicción al ciberespacio, en lugar de ser un consumidor pasivo, alienado, colonizado por la tecnología en el aspecto cognitivo-afectivo, ser un cliente virtual pero usando las redes y equipos para construir conocimiento, ciencia; para hacer y aportar y no solo ser uno más, un like, un meme, un seguidor, un imitador.

Entonces la pregunta ¿Qué es un cibernauta?: son una serie de personas que están siempre en los PC, con los móviles y otros equipos. Los cibernautas son personas poco sociables, hurañas e introvertidas; aunque un grupo de expertos de la Universidad de Cataluña concluyó que las personas que utilizan internet son más sociables, se interesan más en las autoridades y tienen relaciones tanto de amistad como familiares más intensas. Además del término cibernauta, hay unos nombres que también son utilizados en inglés como ciberusuario, cibernauta, internauta y cybernauta. Hay diferentes tipos de cibernautas. Los productores que hacen y buscan ciencia; los adictos pasivos; los depredadores, los patológicos. Unos se interesan más por la farándula, las vanalidades y por la moda, otros quieren saber noticias, otros quieren estar en las redes sociales conociendo gente de muchas partes, y los últimos, que son los que más nos asombran, son los que pasan más de doce horas metidos en juegos, los “desconectados del mundo”. Según los informes que se obtuvo de internet, son más de cincuenta mil personas al día. ¡Así que ten cuidado! Nuestra tecnología es una herramienta para ayudarnos a facilitar la vida pero no para arruinarla.

Pareciere que es tan común, divertido, normal, natural, observar a millones de cibernautas en las calles, escuelas, universidades, malls, empresas; a toda hora y de toda condición. Olvidan ver cara a cara cuando conversan, cuando están en pareja, en su tiempo libre. Están “agachados” digitando.

El ciberespacio es el espacio virtual no físico que está constituido por datos, interacciones y actividades que realizan las personas usando como medio, redes de computadoras, para, por ejemplo jugar, comprar, chatear, intercambiar información y poseer una identidad, es una especie de “realidad virtual”. Internet en cambio es material, es el servicio que contamos con la conexión de la fibra óptica o por el cable entre las computadoras. La palabra “internauta” es un neologismo aún no aceptado por la Real Academia de la Lengua, que significa navegante de internet. Es un buceador, un navegante. El internauta inevitablemente se adentra en el ciberespacio al navegar por internet, ya que accede a datos. El cibernauta puede acceder al ciberespacio inclusive sin el uso de internet, ya que el ciberespacio, el portal virtual puede crearse a través de una red local creada entre algunos computadores donde se intercambia información, se cumple algún objetivo que puede ser de tipo tecnológico (proyectos en conjunto para mejora del sistema) o social (conversaciones, juegos grupales, etc.). El cibernauta navega en varios tipos de redes y puede adentrarse en varios ciberespacios, es un término más amplio que también incluye al internauta; al usar la palabra internauta, en cambio, el concepto se restringe a un navegante solitario, independiente de la internet.

El ciberespacio es un mundo virtual nuevo, efecto de las demandas de la modernidad y la tecnología. Millones de personas conectadas pero desconocidas se interceptan en las redes y comparten, se relacionan.

No obstante, el surgimiento de internet se ha acompañado de la aparición de problemas de salud no antes descritos. Somos los nuevos “muertos vivientes” del siglo XXI. Últimamente han acaparado un lugar relevante y preponderante en los medios de comunicación casos emblemáticos como el de una pareja surcoreana procesada judicialmente al morir su hija evidentemente desnutrida, mientras ellos pasaban días enteros en un cibercafé criando una “hija virtual”, así como también la muerte de un joven chino tras pasar siete días seguidos frente al computador jugando por internet. De la misma manera, se han dedicado artículos a la apertura de centros de rehabilitación terapéutica para adictos a internet en EE.UU., Europa y Asia, así como a las diferentes terapias disponibles. En respuesta a lo anterior distintos autores han sugerido que podríamos estar frente al surgimiento de una nueva entidad anónima, alucinante, pero patógena propia del siglo XXI: la adicción a internet. Ya se plantea su eventual incorporación al aún en elaboración DSM-V, y se han esbozados criterios esenciales para el diagnóstico, basándose en aspectos que compartiría con otras adicciones: uso excesivo, síntomas de abstinencia, tolerancia y consecuencias adversas en diferentes ámbitos. La enfermedad de la era virtual.

Se ha generado una interesante discusión acerca de si la adicción a internet debería ser considerada una variante del proceso neurobiológico detrás de la adicción a sustancias o si debiera ser clasificada como una adicción conductual, concepto aun en controversia cuyo exponente más estudiado, la ludopatía, es una cuestión de actitud, valores; no podemos ser arrastrados por mareas de consumo y colonización del poder; el DSM-IV lo clasifica dentro de los trastornos de control de impulsos. De incorporarse las adicciones conductuales en el DSM-V, se daría paso a la clasificación de otros trastornos psicopáticos, patológicos que hasta ahora se presentan como no especificados, dentro de los que vale mencionar la compra compulsiva, adicción al sexo o incluso al mercado accionario, en los casos en que no se asocian a otras comorbilidades psiquiátricas como, por ejemplo: episodios maníacos, demencia o psicosis. Lo objetivo ha pasado a ser subrealismo en las redes.

Por ello se denominan epidemias y pandemias culturales, han entrado y se han quedado como virus en una espiral agigantada, como un tsunami en una onda expansiva. Se ha enraizado desde los hogares, desde los niños a los adultos mayores sin distinción de status, edad, condición. Este consumismo voraz a las tecnologías cobra sentido si lo entendemos como una estrategia

comercial del sistema capitalista. Se volvió una adicción masiva estar “conectados”. En esta última mirada, sería posible diferenciar dos maneras en que internet se relaciona con comportamientos y actitudes adictivas. La adicción a internet primaria sería aquella en que el objeto de la adicción es propio del mundo digital, a esa nueva trampa atrayente, distractiva, mientras que en la adicción a internet secundaria las nuevas tecnologías serían un mero medio para satisfacer una dependencia identificable fuera de la red. Ejemplos de una dependencia o abuso secundaria a internet serían: la adicción al trabajo, al sexo (mediante sitios que lo facilitan), a las compras, transacciones bursátiles y el juego patológico (casinos on-line y sitios de apuestas deportivas).

No hay fronteras, no hay límites, no hay leyes, un vale todo virtual. Dado que se trata de un fenómeno de aparición reciente y en constante evolución, se ve dificultad la búsqueda de literatura científica sobre el tema, principalmente por la falta de terminología consensuada que permita una indexación (permisos legales) más eficiente. El problema rebasó los márgenes permitidos. En un análisis bibliométrico realizado en 2009 destaca que la mayoría de los estudios publicados provienen de EE.UU., Europa y Asia, presentando recurrentes deficiencias metodológicas que impiden medir la magnitud plena y real del problema. Los países industrializados han perdido la hoja de ruta respecto a este gravísimo y galopante problema. Se les llama ciberadictos o webadictos a quienes sin límites navegan y abusan de la tecnología.

Existen ventajas en el uso de las tecnologías, pero no todos accedemos a ellas por sus beneficios, el mundo virtual se convirtió en un refugio que aísla y distancia a los seres humanos. No solo es una bitácora de conocimientos, es un sitio complejo con amenazas, peligros entre un inmenso banco de datos que podría beneficiar a la humanidad o destruirla, deformarla. Nuestros escolares están sumergidos en un mundo irreal, anónimo, vacío que les está arrebatando su propia identidad, tiempo de ocio, acceso a una cultura culta. Sus modelos de pensar, sentir y actuar están trastocados, confusos, desconectados y eso debe revertirse. Vivimos la incultura del diálogo inexistente.

En la revisión de publicaciones pertinentes se ubicaron algunos antecedentes como el de Carver (2012), *Cyberbullying: ventana abierta al anonimato y efectos de las epidemias culturales en alumnos de secundaria de colegios privados religiosos*. Bogotá. Universidad Bolivariana. Doctor en Educación, una muestra con 420 alumnos, aplicando un test psicométrico. Arribó a las siguientes conclusiones: La violencia cibernética viene, entra, se instala y se direcciona en escolares más vulnerables que ignoran la identidad de sus victimarios que pueden ser hasta sus mismos compañeros amparados en el anonimato de las redes sociales. La violencia cibernética es un viral

extendido y naturalizada su práctica por escolares que azuzados por el morbo y el miedo de sus víctimas, que en un 99% no denuncia tal delito porque se maneja como entretenimiento, juego, broma y no como una insanía.

También tenemos a Tahón (2014). Influencia de las redes sociales frente al cambio de paradigmas e identidad cultural en estudiantes de secundaria del norte de Valparaíso-Pontificia Universidad Católica de Chile. Doctor en Antropología. Utilizó una muestra de 580 alumnos. Llegó a los siguientes resultados: La identidad cultural queda permeada, abierta a transformaciones bruscas, se va dejando lo propio, lo individual y privado para volverse cosmopolita, ajeno y generalmente alienado en un 85%. Las nuevas transformaciones identitarias tienen mucha aceptación entre los escolares, se fanatizan; son los nuevos esclavos cibernéticos, adictos a las redes (89%), sin estar preparados para afrontar las consecuencias negativas. Sus modelos de vida son trastocados, arrebatados por otros intereses y direccionalidades (78%).

También están los aportes de Guillén (2012). Tendencias adictivas del uso del ciberespacio y programas pseudoculturales televisivos en estudiantes de secundaria del Cono Norte-Lima. Doctor en Psicología Educativa de la Universidad Ricardo Palma. Con una población de 250 alumnos(as). Arribó a las siguientes conclusiones: Que el consumo de material vacío en un 85% de estudiantes es totalmente alarmante en su perfil formativo y salud mental y moral. El tiempo de ocio social del 80% de estudiantes de ambos sexos está invertido en el abuso del facebook, whatsapp desde sus iphone y visualización de Reality shows televisivos decadentes, violentos como "Combate" y "esto es guerra". Los resultados post fueron muy significativos en relación a los pre, que presentaron un bajísimo nivel.

De acuerdo a mi apreciación esta investigación se fundamenta teóricamente desde los aportes pedagógicos de Dawkins y Allport en lo actitudinal. Una actitud es una forma de respuesta, a alguien o a algo aprendida y relativamente permanente. El término "actitud" ha sido definido como "reacción afectiva positiva o negativa hacia un objeto o proposición abstracto o concreto denotado". Las actitudes son aprendidas. En consecuencia pueden ser diferenciadas de los motivos biosociales como el hambre, la sed y el sexo, que no son aprendidas, son innatas, instintivas. Las actitudes tienden a permanecer bastante estables con el tiempo. Estas son dirigidas siempre hacia un objeto o idea particular. Las actitudes son las predisposiciones a responder de una determinada manera con reacciones, emociones favorables o desfavorables o impropios hacia algo. Las integran las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas, factores que a su vez se interrelacionan entre sí. Las opiniones son ideas que uno posee sobre un

tema y no tienen por qué sustentarse en una información objetiva. Por su parte, los sentimientos son reacciones emocionales que se presentan ante un objeto el hombre puede controlar al objeto, sujeto o grupo social. Finalmente, las conductas son tendencias a comportarse según opiniones o sentimientos propios. Tomamos decisiones.

Las actitudes orientan los actos si las influencias externas sobre lo que se dice o hace tienen una mínima incidencia. También los orientan si la actitud tiene una relación específica con la conducta, a pesar de lo cual la evidencia confirma que, a veces, el proceso acostumbra a ser inverso y los actos no se corresponden, se experimenta una tensión, presión, angustia en la que se denomina disonancia cognitiva, desajuste.

También la definen como una asociación entre un objeto y su evaluación (medición), siempre que hablamos de actitud, necesitamos un objeto (material, idea, colectivo, objeto social...) hacia el que dirigir nuestra actitud (objeto actitudinal), coincidente con Allport. Una actitud es una disposición mental, intelectual, razonada y neurológica, que se organiza a partir de la experiencia y que ejerce una influencia directriz o dinámica sobre las reacciones del individuo respecto de todos los objetos circundantes o referenciales y a todas las situaciones que les corresponden. Las actitudes son asociaciones entre objetos actitudinales (prácticamente cualquier aspecto del mundo social) y las evaluaciones de esos objetos. Las actitudes son evaluaciones duraderas de diversos aspectos del mundo social, evaluaciones que se almacenan en la memoria. Se puede definir una actitud como la tendencia o predisposición aprendida, más o menos generalizada y de tono afectivo, emotivo a responder de un modo bastante persistente, directo y característico, por lo común positiva o negativamente (a favor o en contra), con referencia a una situación, idea, valor, hechos, sucesos objeto o clase de objetos materiales, mensajes, símbolos o a una persona o grupo de personas. La actitud es nuestra respuesta emocional y mental a las circunstancias de la vida. Situaciones objetivas, del mundo real.

En este estudio se maneja una variable dependiente (comportamiento actitudinal) con sus correspondientes dimensiones que permiten estructurar el instrumento aplicado. Es posible que en una actitud haya más cantidad de un componente que de otro. Algunas actitudes están cargadas de componentes afectivos y no requieren más acción que la expresión de los sentimientos. Algunos psicólogos afirman que las actitudes sociales se caracterizan por la compatibilidad en respuesta a los objetos sociales. Esta compatibilidad facilita la formación de valores que utilizamos al determinar qué clase de acción debemos emprender cuando nos enfrentamos a cualquier situación posible.

Se distinguen tres componentes de las actitudes: Componente cognoscitivo: es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento, información detallada del objeto favorece la asociación al objeto. Que está presente. Para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva del objeto. Está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto. Los objetos no conocidos o sobre los que no se posee información no pueden generar actitudes. Lo desconocido presenta una carrera. La representación cognoscitiva puede ser vaga o errónea, en el primer caso el afecto relacionado con el objeto tenderá a ser poco intenso; cuando sea errónea no afectará para nada a la intensidad, a la fuerza del afecto.

La dimensión afectiva son las sensaciones, emociones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto, es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia vital y principal con las creencias y las opiniones –que se caracterizan por su componente cognoscitivo-. El sujeto puede experimentar distintas vivencias, experiencias con el objeto, estos pueden ser positivos o negativos. Componente conductual: son las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera confrontación, asociación entre objeto y sujeto. Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera, forma. Es el componente activo de la actitud. Por imitación muchas veces creamos actitudes.

Por ello el comportamiento actitudinal o disposición, complacencia, tendencia a depender del ciberespacio en muchas de las esferas de la vida, es lo que resulta insano, aditivo, adictivo, sometido, es decir poseemos ya un pensamiento y un hacer colonizados por el consumo, y no por nuestra identidad ya alienada; por los débiles valores ciudadanos practicados.

Los procesos cognitivos, emotivos, conductuales y sociales, son múltiples. La principal función resulta ser la cognoscitiva (del conocimiento). Las actitudes están en la base de los procesos cognitivos-emotivos prepuestos al conocimiento y a la orientación en el ambiente. Las actitudes pueden tener funciones: 1) De conocimiento. Las actitudes pueden actuar como esquemas, pautas o filtros cognitivos. Un prejuicio hacia, por ejemplo, los chinos pueden bloquear el conocimiento de aspectos muy positivos que se presenten; nos quedamos sólo con lo negativo. En ocasiones, para medir las actitudes se pueden presentar situaciones hipotéticas supuestas, para ver cómo la actitud filtra la adquisición de conocimientos. 2) De adaptación: las actitudes nos permiten adaptarnos, insertarnos e integrarnos en los grupos sociales. Para poder pertenecer a

un grupo, he de pensar y hacer lo más parecido posible a las características del grupo. 3) Ego defensiva: podemos desarrollar actitudes para defendernos ante determinados objetos. Ante objetos que percibimos amenazantes, peligrosos, extraños, desarrollamos actitudes negativas para preservar el yo. Ejemplo: “el profe me tiene manía” como defensa ante mi incapacidad o irresponsabilidad. 4) Expresiva: las actitudes que nos permiten mostrar a los otros nuestra identidad (qué somos y cómo somos). 5) Se define “valor” como el conjunto de actitudes ante un objeto. Para integrarse a un grupo muchas veces.

La teoría de la actitud de Gordon Allport se centra en la influencia de la actitud hacia un comportamiento específico. Fue diseñada para explicar y predecir el comportamiento en contextos específicos y es aplicable a conductas deliberadas, directas, específicas, concretas. Todos los comportamientos están bajo el control y difusión del sujeto y por lo tanto el principal determinante de la conducta va a ser que la persona tenga intención o no de realizar ese comportamiento. La intención va a depender de dos factores: la actitud hacia la conducta (factor personal): se refiere al grado en que la persona evalúa, determina y decide favorablemente o no realizar esa conducta. Se trata de un modelo de “expectativa-valor” (expectativas relacionadas con la conducta y la valoración que cada persona hace de las consecuencias de realizarla). La norma social subjetiva, el deber, la obligación, (interior, factor que refleja la influencia del contexto social sobre el individuo): depende de dos factores: las creencias sobre lo que piensan determinados individuos respecto de si la persona debe realizar o no la conducta y la motivación de la persona para acatar esa opinión. Es decir depende del control y voluntad de cada uno frente a una situación. Control de las emociones, el sujeto puede decidir.

Para Allport la teoría de la acción planificada, añade el control percibido a la anterior teoría, que se refiere a la percepción que la persona tiene de lo fácil o difícil que le resultará realizar el comportamiento y contribuye a explicar la conducta de dos formas: indirectamente a través de la influencia que tiene sobre la intención de conducta y directamente afecta a la posibilidad real de ejecutar, de pensar en práctica la conducta. Nos impulsa o nos frena. Una vez que se han formado, las actitudes, la norma subjetiva, la percepción de control y la intención (deseo), pueden ser muy accesibles y rápidamente disponibles para la realización de la conducta. Los tres componentes están muy relacionados entre sí. Influencia de la conducta en las actitudes tiene como objetivo explicar el cambio de actitud que sigue a determinadas conductas, es decir, cómo la conducta puede cambiar, influir en las actitudes. El deseo de coherencia es una de las principales motivaciones humanas. Esta teoría, junto con otras que surgieron en la década de los sesenta, gira en torno a la necesidad de mantener coherencia entre creencias, entre diferentes

actitudes y entre actitudes y conducta para así mantener el bienestar psicológico mental. La conducta determina en algún modo a la actitud del individuo.

Las personas difícilmente reconocen su inconsistencia, sino que tratan de justificarla. El proceso, por lo tanto, no es la búsqueda de consistencia, sino la racionalización (proceso mental) de las inconsistencias. Postulados básicos de la teoría: la existencia de cogniciones (conocimientos) que no son coherentes (consonantes) entre sí, produce en la persona un estado psicológico de incoherencia, desarmonía, desajuste que es incómodo y que la persona se reforzará en paliar (en resolver, dar salida) intentando hacer esas cogniciones más coherentes. Sustituye los términos consistencia (fuerza) e inconsistencia (debilidad) por consonancia y disonancia. Las dos hipótesis básicas de la teoría son: la disonancia es psicológicamente incómoda, por lo que las personas tratarán de reducirla para lograr consonancia y cuando la disonancia está presente, además de intentar reducirla (mitigarla, disminuirla), la persona evita (frena, se aleja, no permite) activamente las situaciones (hechos, casos, sucesos) e informaciones que pudiera aumentarla. Bloquea lo necesario. El sujeto puede decidir si continuar en una situación o salirse de ella.

Prosiguiendo con esos principios básicos de acuerdo con la teoría, entre dos elementos de conocimiento que formen parte del sistema o del todo de las actitudes de una persona pueden existir 3 tipos de relaciones: que sean irrelevantes (que una cognición no tenga nada que ver con la otra); que sean consonantes (de una cognición se puede inferir la otra); que sean disonantes (las cogniciones son contradictorias o incoherentes entre sí). Se sugiere coherencia. La disonancia cognitiva induce cambios psicológicos dirigidos a reducir el malestar (insatisfacción) que provoca. Su magnitud, su fuerza depende de dos factores: De la proporción de cogniciones o conocimientos disonantes en relación con las cogniciones consonantes y de la importancia de cada una de esas cogniciones para la persona. Hay 3 maneras de reducir la disonancia: añadir cambios, nuevos elementos consonantes, acordes con la conducta realizada; aumentar la importancia de los elementos consonantes, acordes con la conducta realizada; aumentar la importancia de los elementos consonantes; quitar importancia a los elementos disonantes. Resolver el conflicto.

A continuación vamos a ver paradigmas o modelos que explican situaciones que pueden producir disonancia. En total son 4 paradigmas los que vamos a ver: el paradigma de la libre elección: disonancia después de tomar una decisión. Una vez que se ha elegido, escogido una opción entre dos posibles, permanecen (quedan) en nuestra mente los aspectos positivos de la opción descartada y los aspectos negativos de la opción elegida, aceptada. Todas esas creencias,

conceptos, ideas que aún persisten, son disonantes con la conducta realizada. Después de una conducta de elección la magnitud de la disonancia aumenta dependiendo de lo importante que sea la decisión, del grado de similitud entre las alternativas posibles y del atractivo de la decisión o alternativa rechazada, no aceptada. Tenemos alternativas para salirnos de una conducta inapropiada, no deseada o impropia.

Hay varias maneras de reducir esta disonancia: restar, minimizar importancia a la decisión tomada, considerar que el resultado final habría sido el mismo y cambiar el atractivo de ambas alternativas (aumentar la proporción de elementos consonantes con la decisión): c.1: Aumentando, elevando la importancia de los elementos consonantes con la elección y disminuyendo la importancia de los relativos a la opción rechazada (descartada): c.2: No teniendo en cuenta algunos de los elementos negativos de la opción escogida o algunos de los elementos positivos o buenos de la opción rechazada, impropia. c.3: Aumentando el número de elementos positivos de la opción escogida, aceptada. Son prototipos, formas fijas de elegir qué hacer.

El estereotipo es una concepción simple pero discriminativa y muy común la cual es aceptada por un grupo o sociedad a una persona determinada sea de diferente estructura social o determinado programa social. El estereotipo cumple una función fija, aprendida que se adapta perfectamente, es ordenada. Se toma como un modelo, una fijación.

Estos sentimientos se dan a conocer de forma simpática, atractiva o antipática ante unos individuos, razas, grupos, nacionalidades o ideas, pautas e instituciones. Muchas veces los prejuicios nos hacen ser hostiles, dominantes, únicos o favorables y abiertos con un conjunto de personas o una sola, a veces somos discriminatorios o muy acogedores, esto es muchas veces según cómo es la persona, según su condición racial, económica, religiosa. A este comportamiento se le denomina discriminación, exclusión. Los prejuicios excluyen a unos y otros. Son ideas preconcebidas. Juicios antelados sin sustento. Es una actitud intercultural.

Por el contrario de lo dicho anteriormente las actitudes sí que influyen en la conducta social. Por eso quienes intentan o pretenden cambiar las conductas de las personas se centran en cambiar las actitudes. Si se puede. Hay muchos ejemplos de esto: los padres que intentan influir en la conducta de los hijos, los maestros que intentan influir en los alumnos, el esposo en la esposa, etc. Varios psicólogos defienden que hay dos formas de cambiar las actitudes: la forma de la naturaleza o esencia cognitiva y la de la naturaleza afectiva. Trabajar los sentimientos y control de las emociones. Naturaleza cognitiva: se utiliza en las personas motivadas y que saben bien qué desean (asertivas, resilientes, proactivas).

Esta es una forma muy útil y se llega a producir este cambio de actitudes, esta nueva actitud durará mucho tiempo. Naturaleza afectiva: esta forma de cambio no es tan clara como la cognitiva, sino que intenta producir un cambio mediante claves, mensajes, símbolos. Si se llega a producir este cambio, es un cambio temporal y no perdurará durante mucho tiempo. Es temporal, escasa huella de impacto.

La cultura como producto exclusivamente humano, tanto en su sentido nato (sinónimo de artificialidad; es decir, todo lo creado por el hombre), como en su sentido clásico (el cultivo del alma, propuesto por Cicerón), se ven profundamente cuestionados por la contemporánea mirada que hacen etnólogos como Richard Dawkins en su obra *El gen egoísta* (1974, p.5), al sostener que la información transmitida mediante métodos no genéticos, es decir, la cultura, también es producida y propagada por algunos animales. La definición que todo lo producido por el hombre es cultura, lleva consigo una espina: ¿muchos productos humanos, como por ejemplo la marihuana transgénica, cuyo potencial adictivo es similar al del LSD, es digna que se le reconozca como “cultura”? Marco Aurelio Denegrí inclina la balanza para que se reconozca como cultura al cultivo de saberes superiores (filosofía, ciencias y artes). Tres cuestionamientos asoman a esta concepción. Primero, en tanto que es superior, ¿se propaga la cultura en sitios especiales (universidades, por ejemplo) o en cualquier espacio social? Segundo, ¿la cultura está sujeta a una mirada civilizatoria superior o está abierta a las distintas visiones del mundo? En cuanto al primer cuestionamiento, hoy sería necio negar que la sociedad en sí misma sea un hervidero de cultura. Sobre la segunda observación, la antropología cultural ha documentado la valía de las diferentes miradas culturales; la creciente sensibilidad humana por la convivencia con la naturaleza, no proviene de las civilizaciones dominantes. El tercer cuestionamiento ha tomado forma de cáncer; frivolidad y banalización carcomen hoy a la cultura culta. ¿y la razón, dónde está?

Señala Mario Vargas Llosa de su ensayo: *La civilización del espectáculo*, que las convenciones de los valores artísticos han terminado fetichizados en paquetes de diversión. Vargas Llosa desnuda tal impostación de la cultura cuando narra aquella pírueta fecal que hiciera el artista plástico Fernando Pertuz (Colombia), cuya exposición artística consistió en salir, desvestirse, defecar y luego comerse sus heces. Todo esto, delante de un ‘selecto auditorio’ que embelesado aplaudía ante tal mojón. Quizás convenga reparar en la definición propuesta por Denegrí, quien dice que: «la cultura es la gran posibilitadora de imposibilidades. Mientras que no tenemos cultura son posibles las vulgaridades, vanalidades; en la medida que la adquiramos, se vuelve imposible su manifestación». Sin embargo, al parecer, los seres humanos estamos muy poco dispuestos a transitar las rutas acrofilicas y ventonizantes de la cultura y más bien disfrutamos de la sordidez

del espectáculo. Vargas Llosa considera que esta tendencia, es la ruta posmoderna, es una condición antes que un problema de esta sociedad; entiende que si los medios de comunicación refuerzan la cultura inculta, lo hacen justamente porque las personas no exigen mejores cosas. En cambio, para Denegri, existe un proceso de jibarización mental facilitada por los medios de comunicación que se suma a la tendencia perezosa que ha mostrado nuestra especie y a la potencia adictiva de los contenidos basuralizantes, según (Pérez Jiménez, 2014, p.51). Tenemos tendencia a la cacosmia social.

De la era del conocimiento a la era del consumo. Todo se compra, todo se vende. Se nos ofrece un mundo de símbolos que transforman gradualmente nuestra cultura y estilo de vida. Pertenece a un eslabón de involución: pensamos instintivamente, pero nos debatimos en extinción.

Trasladando el tema a los quehaceres educativos, todos los docentes se encuentran con una creciente práctica entre sus alumnos (y también entre los colegas): el famoso “corta y pega”. Algunos sostienen que las diversas carencias en la formación básica provoca en los alumnos una desorientación que los lleva a cumplir de cualquier manera con sus deberes universitarios. Recordemos que, en las distintas ediciones de la Prueba PISA, el Perú ha ocupado los últimos lugares en comprensión lectora. Otros, culpan a la tecnología, y con más precisión, a la internet como ente sustituto de las sinapsis; al parecer, estas, se hacen cada vez más con el auxilio de las computadoras y cada vez menos con las habilidades cognitivas. Buscando culpables... todos estamos inmersos. Una tercera mirada, es de corte sociocultural: la cultura de la informalidad y su expansión virulenta. Como se sabe, la informalidad es vista sobre todo como un bache económico, propio de las economías que no logran integrar la ingente mano de obra, o porque los Estados rigurosos dificultan la habilitación de los negocios (o es, una combinación de ambos). Pero casi muy poco se pondera a la cultura de la informalidad, la misma que consiste en tener una mirada social unísona sobre cómo se resuelven las cosas (coima, clientelismo) dentro de una sociedad que goza de la ausencia e inacción del Estado, y que crece bajo la sombra de la práctica económica del todo vale.

El mensaje claro de la orfandad de barreras para resolver los problemas, ha echado raíces en algunas regiones de la noósfera social; este mensaje es ‘leído’ tanto por los de arriba como por los de abajo. El alcance de la cultura de la informalidad ha invadido también al mundo académico y ha hecho clic con “las mayorías del corta y pega”. No es una cuestión de carencia. Es una actitud facilista. En la realidad social, hay quienes no teniendo problemas económicos, les cuesta

mantenerse en la formalidad. Viveza criolla. En las aulas universitarias, sucede lo mismo; se cuenta con alumnos —y docentes— que casi lo tienen todo, pero en vez de hacer uso de sus potencialidades y de algunas herramientas, pegan un salto de garrocha y se apropian de aquello que no es suyo. Paradójicamente, muchos de ellos se convertirán en futuros fiscalizadores de la propiedad, la formalidad y del Estado de Derecho. Pero su formación desviará los buenos propósitos. La salida ha de venir de quienes velamos por la cultura culta, y es una tarea ineludible de la escuela, que deberá ayudar a construir otra epidermis social, en un tejido social más sano, señala Pérez (2014). Hoy es fácil ser y vivir de la corrupción dentro de esta gran patología social. Dentro de una sociedad anómica y cacósmica.

En las dos últimas décadas son muchos los autores e investigadores que han acuñado el término “sociedad de la información”, aldea global o sociedad de redes, que referirse a una serie o conjunto de transformaciones económicas, sociales, culturales... que cambiaron de forma sustancial nuestra sociedad. Quizá la transformación más espectacular sea la ofrecida por la introducción generalizada y masiva de las nuevas tecnologías de la información y la industria de la comunicación en todos los ámbitos de nuestras vidas. Las citadas tecnologías y equipos están cambiando la manera de hacer sentir las cosas en todos los ámbitos sociales y a todos los niveles, y puede que incluso llegue a cambiar nuestro modo de actuar y pensar. Es una especie de colonización del pensamiento. Dominio. Nos estamos convirtiendo en zombies.

El auge y desarrollo de las nuevas tecnologías en el último tercio del siglo XX y XXI ha despertado grandes expectativas, esperanzas a la humanidad al ponerle en sus manos poderosos instrumentos de comunicación entretenimiento que pueden favorecer el desarrollo, la extensión de la cultura, la educación, la democracia y el pluralismo. Es un amplio mundo artificial virtual.

La relación entre los seres humanos y las tecnologías no es tarea fácil. Entre otras razones, porque los hombres transformados nuestro entorno, cambiándolo, adaptándolo a nuestras necesidades, pero al final estas transformaciones nos cambian o nos dominan a nosotros mismos y por tanto a la sociedad en la que nos movemos. Y las tecnologías han colaborado de forma extraordinaria en esta adaptación del entorno para la satisfacción de nuestras necesidades; y por lo tanto han jugado y siguen jugando un papel fundamental en la configuración de nuestra sociedad y nuestra cultura. No hay más que ver el ejemplo fundamental en la configuración de nuestra sociedad y nuestra cultura. No hay más que ver el ejemplo de las tecnologías que nos rodean que ya están asentadas, integradas, enraizadas en la sociedad por el tiempo que llevan formando parte de ella, están tan perfectamente integradas en nuestras vidas, como una segunda naturaleza, que se han

vuelto invisibles. Los hemos aceptado tanto y naturalizado. Hemos naturalizado tanto daño. Las utilizamos sin darnos cuenta, hasta tal punto que no somos conscientes de cómo han contribuido a cambiar las cosas y prácticamente solo las percibimos cuando por cualquier razón faltan o fallan. Adicciones. Es evidente que para la sociedad actual cualquier instrumento tecnológico solo se percibe cuando es lo suficientemente nuevo, después se integra en el entorno y ni siquiera se percibe como tecnología. Se percibe la parte y no el todo. Se percibe el uso y no el abuso a éstas.

Evidentemente, la educación también se ha visto afectada, manejada en algunos aspectos, amenazada en otros, por las numerosas transformaciones producidas por la inclusión de estas tecnologías; de ahí que estemos asistiendo a cambios, a una nueva revolución, en los modelos educativos, en los usuarios de la formación, en los escenarios donde ocurre el aprendizaje... y dichos cambios no podemos dejarlos al margen de los que se desarrollan en la sociedad, relacionados con la innovación tecnológica, con los cambios en las relaciones sociales y con una nueva concepción de las relaciones tecnología-sociedad, ya que el conjunto de todos ellos configuran las relaciones entre tecnología-educación. Existe hoy la inteligencia artificial. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación con las transformaciones que se están introduciendo en la sociedad y en todos sus ámbitos, hacen que no podamos concebir un sistema educativo, y menos si se encuentra en un proceso de reforma e innovación como el sistema educativo, en el que se ignoren los beneficios, los desafíos y los riesgos que dichas tecnologías traen consigo. El mundo virtual nos ha quitado la libertad de pensar, entender. Todo está hecho. La enfermedad del milenio: infobesidad. Hartazgo de información, mucha con una cultura no culta. El conocimiento es tan vasto que casi no conocemos nada ahora. Mundo de la especialización.

La rápida e intensiva y expansiva evolución que ha experimentado internet en las sociedades contemporáneas del último cuarto del siglo XX y de principios del XXI, ha producido abundantes reflexiones sobre el carácter cuantitativo, las aplicaciones comerciales, los aprovechamientos tecnológicos, los estudios de caso, las formas de placer del alma, las condiciones de mejor adaptabilidad en las comunidades, la convergencia tecnológica, sus consecuencias en la productividad, las estrategias políticas, los ataques cibernéticos, las alianzas empresariales, etc., de internet y sus fenómenos interactivos dialécticos derivados; pero no se han producido análisis sobre el impacto que ha ocasionado sobre la transformación del espacio público y la estructura del Estado. De aquí, la importancia de realizar algunas consideraciones conceptuales preliminares sobre cómo internet ha modificado, trastocado y silenciado los espacios de acción social y la estructura del Estado tradicional dando origen a una nueva zona de acción pública y a nueva

faceta del Estado ampliado moderno, globalizante, transformando las estructuras mentales y las formas de ejercer e influir en el poder económico, político y cultural en las sociedades contemporáneas. Con ello, descubriremos nuevas realidades que ha generado y desembocado el internet en las actuales sociedades y enfrentaremos la necesidad de construir nuevas categorías, teorías analíticas para entender dicho ciberfenómeno, casi epidémico, pandémico.

La incorporación de nuevas tecnologías de información a nuestras vidas cotidianas (computadoras, banco de daos, videotextos, lenguajes digitales, satélites, telecomunicaciones, fibras ópticas, internet, antenas parabólicas, inteligencia virtual, inteligencia artificial, cibermemoria, convergencia tecnológica, telemática, robótica, telefonía inalámbrica, etc.), no es una simple modernización más de los productos electrónicos que circulan en el mercado. Este fenómeno contiene los gérmenes de la radical transformación global del último tercio del siglo XX, que repercute y se introduce profundamente en la estructura de las raíces económicas, políticas, sociales y culturales de las sociedades que se han conformado como naciones a lo largo de muchas décadas. Aunque su existencia en el mundo contemporáneo ha dado pie a un fenómeno histórico nuevo denominado de varias maneras como son: sociedad de la información, fase electrónica o aldea global, mundo virtual, era electrónica, desarrollo postindustrial, sociedad del ocio, sociedad del placer y el espectáculo “show bussiness”, mundo posimperialista, comunidad de servicios, etapa espacial, etc.; lo que en realidad está emergiendo es un cambio tecnológico mayúsculo desproporcional que señala una nueva etapa de la historia de desarrollo de los hombres. Marca un nuevo colonizaje virtual.

Con el surgimiento de estas tecnologías de información, la Tercera Revolución Industrial impacta en la historia de las sociedades modernas. Si la Primera Revolución Industrial introdujo en la segunda mitad del siglo XVIII al carbón que dio origen a la máquina de vapor mejorada como fuerza motriz del proceso productivo de la nación, y la Segunda Revolución Industrial incorporó en el último cuarto del siglo XIX al petróleo y la electricidad para introducir al motor eléctrico y de explosión al sistema económico; la Tercera Revolución Industrial añade entre las décadas de 1970 y 1990 la electrónica, la inteligencia artificial, la genética, el material nuclear y la convergencia tecnológica para incorporar las máquinas electrónicas y todos sus derivados en los ámbitos nacionales. Asistimos a una nueva generación de producción del conocimiento.

Así surge una nueva fase de crecimiento caracterizada, por un lado, por el agotamiento del viejo modelo clásico de industrialización que maduró luego de la Segunda Guerra Mundial, y por el otro, por la emergencia de un nuevo “modelo biológico de economía” impulsado por la

informática, la robótica, mecatrónica, la biogenética, la microelectónica, la fusión nuclear, las telecomunicaciones y la conquista espacial. Enfrentamos, pues, el paso de una economía de energía a una información que a su vez ha transformado, trastocado radicalmente a la humanidad: La sociedad de la información. Entramos a una ciudadanía cosmopolita. Este cambio tecnológico e industrial se caracteriza por ser un modelo de producción que, en lugar de exigir el consumo de grandes volúmenes de energéticos, finca su éxito en la generación, difusión y consumo de grandes inputs (entradas) de información. Su característica central es que su estructura descansa en el procesamiento de la información y no en la producción industrial. Es una producción intelectual. Consumimos más de lo que producimos. Es decir, en la era industrial, el hombre podía usar su poder de procesamiento de información para diseñar máquinas que aumentarían enormemente su capacidad física. Ya podemos ser sutilmente reemplazados por “hombres de lata”, los inmortales robots.

Esto es, el hombre suministraba la información necesaria para construir y controlar a las tecnologías que acrecentarán en gran parte su capacidad productiva y sustituyeron a la vez a la energía física humana. En la era de la información, era virtual, es la era del conocimiento a la que estamos entrando, las nuevas máquinas son las que procesan la información, no ya para aumentar la energía física humana, sino para incrementar el procesamiento de la información humana. Esta diferencia es muy significativa porque evoluciona todos los antecedentes productivos, pues la energía utilizada se canaliza para manipular símbolos en lugar de objetos físicos y el consumo de energía y materiales puede reducirse arbitrariamente, contrariamente y utilizando representaciones físicas de símbolos cada vez más pequeños en las máquinas de información. Se pasó de la palabra a la imagen. Aun con toda la información a mano el hombre sigue siendo no omnisciente. Su sabiduría hoy tiene otra dirección y sentido.

La emergencia de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información en las sociedades modernas, no sólo representa la maduración del modelo de Sociedad de la Información y la radical transformación violenta, arrasante de las superestructuras culturales (leyes, política, religión, arte, ética, cultura) de las comunidades; sino que básicamente, el fenómeno más relevante que produce, es la expansión intensiva de la dimensión ideológica (pensamiento y conocimiento) de la sociedad. Esto es, en términos generales, puede pensarse que con la presencia de los medios de comunicación la sociedad en su conjunto sufre una gran dilatación, descanso, pasividad, estancamiento cultural, desde el momento en que las instituciones, los grupos o los individuos pueden extender y permitir la realización de sus tareas o

funciones específicas a través de las tecnologías de información y comunicación nos arrebató la identidad. Vivimos un mundo subjetivo, irreal. Vivimos impactados de fantasías.

Con ello, el espacio público comprendido como el territorio libre, abierto y autónomo donde participan los individuos, los grupos y las instituciones según sus intereses y necesidades, se transforma con la existencia de los medios de información (cuarto poder oculto), dando origen a nuevos espacios públicos, hoy violados, manejados, satanizados, según sean las características y el impacto social que produce cada nueva tecnología de comunicación que emerge. Si no es abierto a la acción de todos los sectores, no se convierte en espacio público, se agotó lo privado, sino que se mantiene como privado. Así, con la introducción de las innovaciones tecnológicas comunicativas, aparecen nuevos espacios públicos (que pueden aún expandirse, filtrarse) dedicados a la economía, la política, las elecciones, la violencia, la gobernabilidad, los servicios, la educación, la salud, el comercio, la cultura, el entretenimiento, los deportes, la religión, el amor, etc. La sociedad entra entonces en la fase de producir nuevos procesos culturales de consecuencias sociales amplificadas e insospechadas. Con una intencionalidad y direccionalidad. Es por ello, que con la presencia de los medios de comunicación lo que se transforma, a corto plazo, es el esqueleto ideológico (lo esencial) de la sociedad en su conjunto y a largo plazo, el del Estado. De esta manera, con la acción de las tecnologías de información el Estado de ser pasivo se vuelve en gestor propiciador, experimenta una gran transformación al interior de su estructura, económica, política, social, cultural, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entran en una nueva fase de extensión geométrica que da origen a una nueva faceta del poder: el moderno Estado ampliado. El poder de conducir el consumo, la información. El poder de dominar, moldear. Quedó atrás la familia, la escuela.

La antropología cuyo objeto de estudio es la cultura del hombre en sociedad. ¿Qué es lo que percibe en la sociedad contemporánea? Estamos en una sociedad de consumo voraz con énfasis en la levedad del ser, que define nuevos modos de individualidad, diferencialización. Se asocia menos a la idea del capitalismo del individuo emprendedor, a pesar de que esta imagen existe aún. En el nivel de las grandes masas, portarse bien es consumir mucho. Es volverse “rebaño” del sistema. Cuanto más obtengamos, “mejores seremos”: falso. El índice de consumo es el índice de salud de un país. El consumo masivo se dirige a individuos tipo, que son la imagen de los consumidores. Tenemos interlocutores y mensajes ficticios en la televisión son los que influyen y convencen a otros, pero que cumplen un papel importante para el consumidor. Hay gente que no soportaría vivir sin tener su cita diaria con el noticiero o con el show farandulero o reportaje del sábado. Esta relación estructura el tiempo, la calidad de vida. Esta actitud es adictiva. Vamos

perdiendo identidad, esencia. No subsumimos. Aparentamos lo que no somos ni tenemos. En un mundo desconectado de la realidad.

Es un problema la relación que tenemos con la imagen. Pasamos gran parte de nuestro tiempo reconociendo a gente que no conocemos. Es una experiencia sin precedente, únicas, absurda, inédita. ¿Cuál es el carácter de la relación que hoy podemos tener con estas imágenes, que no son puras invenciones? ¿Cuál es la naturaleza de esta relación? Es, a la vez, familiar e ilusoria. El hecho de que este mundo de imagen simbólica ocupe una importante parte de mi tiempo hace que me plantee una verdadera interrogante. Sobre la importancia de la imagen, los símbolos, la distancia, para cada individuo. Hay una sobrevalorización obligada y constante de la imagen. Los que están en la pantalla tienen una forma de existencia más fuerte, desde un cierto punto de vista, porque millones de personas los reconocen, los imitan. De ahí el sentimiento de que hay que pasar a través de la imagen para existir. Nada más falso. La palabra es irrelevante. La mejor manera de cautivar a las audiencias es darles la impresión de que pueden estar en la televisión. De ahí el éxito de los reality shows. Mentir es el lema. Ilusionarse y escapar el otro.

Vivimos la era del símbolo y la imagen, el mensaje subliminal. Hay que adoptar y querer las nuevas tecnologías, sino se queda excluido. Las nuevas tecnologías de comunicación, en cuanto medio, son algo extraordinario, omnisciente, que multiplica las posibilidades. Ahora bien, por su éxito y por los modos que toman en la sociedad de consumo, puede ocurrir que los medios se conviertan en un fin en sí y nosotros en un medio, bajo diferentes aspectos. Pienso que no hay que perder de vista que los medios de comunicación son medios y que las imágenes son imágenes. Pero como vivimos en un mundo patético, irreal, donde la realidad está repleta de falacias, ilusiones, imágenes, podemos dudar acerca de cuál es el nivel de realidad exacta. Se señala un riesgo inherente al sobre desarrollo de las tecnologías, que es confundir los fines con los medios. ¿Cómo sería posible controlar esa relación? Sólo intensificando, acelerando la relación con los medios y con las imágenes se podrá controlarla. Como ejemplo: si se les enseña a los niños a hacer películas, estarán menos alienados con la imagen, porque comprenderán que es algo que se fabrica. Hay que formarlos no como consumidores, sino como creadores, productores. El nuevo humanismo es eso: formar a la gente para que controle los instrumentos. Formarlos para crear. No es que los instrumentos controlen a la gente. Pero esa ecuación no logra revertirse. Que a la larga los vencidos y destruidos seremos nosotros: los consumidores.

La transmisión o generación cultural, los procesos de formación y circulación de ideas que se imponen más o menos rápidamente en una época o en una sociedad determinada, siguen unos

caminos que no son reductibles solamente a los que describen las teorías clásicas de la información o de la comunicación, y que no se reducen tampoco a los mecanismos de difusión o transmisión cultural estudiados por los antropólogos o los sociólogos, sino que supone además un proceso de asimilación mental y afectivo que se efectúa en interacción con el medio cultural, y que manifiesta los rasgos propios de un proceso evolutivo. Los efectos se aniquilan, se vive de la emoción, placer, intuición. ¿Revolución hacia dónde? ¿A la extinción del pensamiento?

Dawkins aborda así el conocimiento revelado: “Consideremos la idea de Dios... es probable que haya surgido varias veces por “mutaciones” independientes...¿Cómo se replica? Por la palabra hablada y la palabra escrita con la ayuda de la gran música y el gran arte... ¿Qué tiene el meme-Dios para ser tan estable y penetrante en el mundo de la cultura? Su supervivencia procede de su enorme atractivo psicológico. Provee una respuesta efímera, solapada, superficial y plausible a las cuestiones más profundas y turbadoras de la existencia. Sugiere que las injusticias en esta vida pueden corregirse en la siguiente...”. Aunque los científicos sociales clásicos, como Weber trataron de comprender, interpretar y explicar la religión en términos de un atributo cultural; Dawkins, pidió un nuevo análisis de la religión en términos de que la evolución biológica auto-replica ideas totalmente apartadas de las ventajas biológicas resultantes que puedan otorgar. “Como un entusiasta darwiniano social (la ley del más fuerte), he estado insatisfecho con las explicaciones que mis compañeros han ofrecido para el comportamiento humano, que es tan complejo. Ellos han tratado de buscar las “ventajas biológicas” en los diversos atributos de la civilización humana. Por ejemplo, la religión tribal ha sido vista como un mecanismo para consolidar la identidad de grupo, valioso para una especie recolectora-cazadora cuyos individuos se basan en la cooperación, solidaridad para atrapar las presas más grandes, inteligentes y rápidas. Con frecuencia la idea preconcebida de que la evolución se formula de forma implícita y directa a un grupo seleccionado, pero es posible reformular las teorías en cuanto a la selección ortodoxa de genes”, dice Dawkins (1974, p.61. Estamos hablando de otra forma de civilizarnos.

Esta investigación es importante y se justifica porque así constituye un aporte a la comunidad científica para mejorar el comportamiento actitudinal de los adolescentes, en este caso estudiantes del nivel de educación secundaria. Relevancia social: es un tema tan importante y vigente que requiere ser retomado por la comunidad educativa local y regional, ya que incide en la formación de actitudes saludables frente a las redes sociales, lo que permitiría fortalecer la identidad cultural de los adolescentes y jóvenes estudiantes. Las epidemias culturales tienen la característica de ser expansivas y generar adicciones profundas. Es un problema de todos. Implicancias prácticas: Si bien el problema está extendido en la masa educativa de la generación

actual de estudiantes identificados con las tecnologías modernas y la ley del mínimo esfuerzo o facilismo. Este tema y el programa motivará resultados, experiencias significativas y soluciones concretas a la dependencia cultural de masas y mejorar el desarrollo actitudinal frente a estas epidemias. Valor teórico: estará basado en teorías pedagógicas vigentes desde los talleres y la teoría de Dawkins y Allport, sobre el impacto de la tecnología en la cultura de los jóvenes que reforzará la interpretación de los resultados del test y del material didáctico de las sesiones de aprendizaje del programa. Utilidad metodológica, se aplicará el método estadístico para ordenar los datos cualitativos e interpretar los resultados y hallazgos. El método deductivo inductivo para conocer las generalidades del problema hasta las particularidades. Utilidad Metodológica: este tema es importante porque aporta un método, en el cual se diseñan sesiones de aprendizaje, con el fin de mejorar el comportamiento actitudinal de los estudiantes de las escuelas secundarias en el contexto que se crea conveniente, realizando las modificaciones respecto al espacio cultural del mismo, como usar las redes sociales con límites, para usos de expansión, entretenimiento, relaciones sanas e investigación crítica y conocimiento creativo.

1.1. Problema

Creemos que las causas de la adicción, principalmente, tienen origen familiar, a partir de situaciones de crisis donde queda dañada una familia. El entorno disfuncional influye en debilitar las defensas de sus miembros. Esta adicción o epidemia sociocultural se puede producir mediante la falta de afecto de sus respectivas familias ya que debido a eso el niño o adolescente necesita buscar una forma donde pueda sentirse libre o donde se sienta bien, y así, recurre a las redes sociales. Los adictos a las redes sociales experimentan aislamiento, gasto incontrolado, depresión y ansiedad. Los adictos a las redes sociales experimentan aislamiento, gasto incontrolado, depresión y ansiedad. Algunos indicios que pueden ayudar a detectar si una persona sufre de esto son: el descuido de tareas en caso de los niños bajo rendimiento, autoestima, poco control del sueño e ideas, y el descuido de tareas laborales en caso de los adultos. Los problemas se viralizan.

Una de las causas de por qué son tan populares las redes sociales es que éstas permiten y dotan a las personas tímidas (a sus víctimas) relacionarse y conectarse más fácilmente, ya que pueden mentir y soñar sobre sí mismos y así vencer sus miedos a conocer gente nueva, aunque distante y ajena.

Esta problemática la miramos y conocemos a nivel internacional donde hasta clubes de fans a las redes sociales como España, Argentina, Venezuela, México; intercambian ideas, se reúnen en

encuentros masivos tipo congresos. Existen clubes de cibernautas adictos y movimiento anticiberespacio. Se conoce de muchos casos de jóvenes que han sido atendidos y recluidos en psiquiátricos por la adicción a los videojuegos en red; otros han sido detenidos porque han querido imitar asaltos, ejecuciones a personas como se ve de real en los juegos virtuales; también existen denuncias por plagios de autoría de tesis y libros completos; acosamiento virtual extorsionando. A nivel local, cada vez más bebés, niños, adolescentes y jóvenes accesan al ciberespacio como medio de entretenimiento perdiendo tiempo de calidad.

Entre el perfil del adicto cibernauta: los que tienen una buena socialización entorno positivo afectivo y no saben cómo acercarse a una chica o seducir a un muchacho, los que tienen una pronunciada timidez, tara o bloqueamiento, los que sufren episodios o estados depresivos angustiantes y patológicos, vacíos existenciales, empáticos; los que rechazan su identidad y su historia, su pasado y presente y quieren inventarse otra; los que tienen baja autoestima, inmadurez; los que atraviesan una desilusión amorosa y se sienten solos; los que buscan emociones fuertes; cuenta con tiempo de ocio o invierte tiempo útil. Malgasta su tiempo, lo pierde; le gusta incursionar en la vida privada de otros y la hace pública, debilita la moral y dignidad de otros; esta situación se detectó entre los(as) estudiantes de la I.E. “María de Fátima”, en toda la secundaria, lo que fue observado y por lo manifestado por las docentes tutoras y la psicóloga del colegio: obsesión en el uso y abuso de celulares con últimas aplicaciones; ingresar al Facebook, memes, watsappear, twittear; entregar tareas con “copia y pega” (delito llamado plagio) pero muy naturalizado por los escolares, adictos a videojuegos violentos, ver programas impropios como “Combate”, “Esto es guerra”. Espacios donde la moral no existe, engañan la mente, imitan vidas ajenas. Están expuestos a grandes riesgos de personalidad e inmadurez. Espacios donde se encuentran ventanas abiertas a la pedofilia, servicios de prostitución, masturbación desviada, sexo salvaje, rituales satánicos, violencia con los animales, simbología paranormal y otras vacuidades.

Las epidemias culturales alienan, anulan la identidad cultural, trastocan los modelos de vida, actitud y conducta. La sufren casi todos y parecen no darse cuenta de tanta anomalía (crisis). Por ello es la importancia de incidir en esta problemática para contribuir a su reversión, a través de procesos pedagógicos que involucren valores que puedan reconocer e internalizar los(as) estudiantes. Manejar la esfera cognitiva desde los efectos razonados (actitudinal). Un programa proactivo puede ayudar grandemente a este logro: de construir viejas identidades construyendo nuevas y renovadas identificaciones culturales, simbólicas.

¿Qué efectos tiene el programa “Cibernautas creativos” en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en estudiantes de la I.E. “María de Fátima” del nivel secundario – Talara – 2015?

1.2. Hipótesis

Ha: El programa “Cibernautas creativos” influye significativamente en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales de la I.E. “María de Fátima” – Talara – Piura – 2015.

Ho: El programa “Cibernautas creativos” no influye significativamente en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales de la I.E. “María de Fátima” – Talara – Piura – 2015.

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Determinar los efectos del Programa “Cibernautas Creativos” que influyen en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en los alumnos de secundaria de la I.E. María de Fátima - Talara – 2015.

1.3.2. Específicos

- Conocer el nivel de la dimensión cognitiva de acuerdo a sexo de los estudiantes en estudiantes del nivel secundario de la I.E. “María de Fátima” antes y después del programa “Cibernautas creativos” sobre epidemias culturales.
- Conocer el nivel de la dimensión afectiva de acuerdo a sexo en estudiantes del nivel secundario de la I.E. “María de Fátima” antes y después del programa “Cibernautas creativos” sobre epidemias culturales.
- Conocer el nivel de la dimensión conductual de acuerdo a sexo en estudiantes del nivel secundario de la I.E. “María de Fátima” antes y después del programa “Cibernautas creativos” sobre epidemias culturales.
- Aplicar Programa “Cibernautas Creativos” que permita fortalecer e influenciar en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales.
- Evaluar los resultados que mide el Programa “Cibernautas Creativos” en la influencia del comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales.

- Relacionar la influencia del Programa “Cibernautas Creativos” en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales de acuerdo a sexo de los estudiantes de secundaria de la I.E. María de Fátima - Talara – Piura – 2015.

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Variables

Variable independiente: VI

Programa “Cibernautas creativos”

Variable dependiente: VD

Comportamiento actitudinal

Variables controladas o intervinientes:

Epidemias culturales en estudiantes de secundaria de la I.E. “María de Fátima” – Talara – 2015.

2.2. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
VD: Comportamiento actitudinal	Manifestaciones, expresiones, decisiones de los(as) adolescentes escolares frente a las tendencias, modas y oportunidades en el ciberespacio y ofertas de los medios de comunicación. (Pérez Jiménez, 2011).	Procedimiento de aplicación de un test con escala de Likert para estudiar el comportamiento actitudinal de los estudiantes de educación secundaria.	COGNITIVA	<ul style="list-style-type: none"> - Considera el uso de las redes y los programas Reallitys como Combate y Esto es guerra como un medio para entretenerse. - Las redes y los programas Reallitys como combate y Esto es guerra pueden ocasionar daños psicológicos, comportamientos negativos y violentos. - Las redes son adecuadas para menores de edad con la supervisión de un adulto. - Se corre entrañables peligros en las redes. - Usan mal las redes para pasar el tiempo. - Sabe que los videojuegos alteran la conducta del estudiante. - Cree que las redes están afectando su rendimiento escolar. - Cree que existen otras formas saludables de divertirse que las redes sociales y ver reallitys show por televisión. - Le gustaría que la educación sea como antes de las redes sociales y el avance de la tecnología, porque no había distractores. - Cree que se puede hacer un uso correcto del internet y las redes sociales, para conocer e informarse. - Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de vestir, peinar, enamorar, expresarse. - Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de hablar. - Utiliza las redes sociales y el ciberespacio para consultar o realizar tareas escolares. 	Ordinal con intervalo: - Totalmente de acuerdo (1-17) - De acuerdo (18 – 35) - Indiferente (36 – 52) - En desacuerdo (53 – 69) - Totalmente en desacuerdo (70 – 85)
			AFFECTIVA	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las redes sociales para hacer bullyng a otros(as). - En los últimos meses la relación con tus padres ha caído de nivel por dedicarte más al cell o a internet. - Te gustaría mantener una relación afectiva con otra persona por las redes sociales. - Crees que usar las redes sociales te ayudan a ser más sociable, ser parte de los grupos conocidos. - Siente más reconocimiento, afecto en las redes sociales que en el cara a cara con otras personas. - El internet y las redes sociales te ayudan a olvidar, a desconectarse de tus problemas. - Se siente muy relacionado(a), identificado(a) con alguno de los personajes de los programas reallitys de la televisión. 	
			CONDUCTUAL	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las redes como Facebook, Twitter, Whatsapp, instagram, etc. con frecuencia. - Percibe su adicción las redes. - Consideras el uso de redes una forma para estar en contacto con los demás. - Considera el uso de las redes sociales para como un medio para conocer adolescentes y personas nuevas. 	

				<ul style="list-style-type: none"> - Conoce que también existen otras posibilidades de entretenimiento saludable. - Utiliza más de una hora diaria para revisar tus redes. - Utiliza las redes e internet para realizar trabajos académicos. - Utiliza también el internet para jugar videojuegos. - Acepta el vocabulario, escenas, decisiones, violencia y sexo que exponen los videojuegos. - Utiliza las redes para ser popular en la red. - Sientes mucha necesidad, dependencia de usar el cell y conectarte a internet. - Te desagrada ver violencia y juegos violentos a través del internet. - Entiende que imitando lo que la mayoría hace en el ciberespacio pelagra su identidad. - Copia y pega al realizar tus actividades escolares de la información del internet sin revisar, razonar. - Controla sus emociones de forma saludable frente a las redes. 	
<p>VI: Programa "Cibernautas creativos"</p>	<p>Espacio extracurricular de aprendizajes significativos frente a aspectos y decisiones de hábitos, prácticas, tendencias, opciones del uso de las nuevas tecnologías, ciberespacio y TV que afectan la formación de los(as) estudiantes.</p>	<p>Conjunto de técnicas y estrategias proactivas, dinámicas, reflexivas. Espacio pedagógico de nuevas construcciones y modelos. (Ander-Egg, 2010).</p>	<p>ACTITUD</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene actitud, confianza, seguridad para participar. - Desea cambiar y tener otro estilo de vida y entretenimiento más saludable. - Toma decisiones asertivas, asume los nuevos cambios. 	<p>- Programa con 15 sesiones</p>

2.3. Metodología

En esta investigación se aplicó:

Método descriptivo: Permite describir las cualidades y características de la unidad de análisis; es decir, de los(as) estudiantes de la I.E.P. María de Fátima – Talara – 2015.

Método Analítico: Permite racionalmente discernir sobre los resultados encontrados relacionados a la teoría, antecedentes del problema e inferencias manejadas.

Método Estadístico: Permite ordenar sistemáticamente los datos cuantitativos expresados en tablas y gráficos porcentuales para presentarse como resultado de la investigación, según Hernández, Fernández & Baptista (2014:52).

Método hipotético deductivo: Permite mediante deducciones lógicas inferir situaciones particulares.

2.4. Tipo de estudio

El tipo de estudio es experimental y según Hernández, Fernández & Baptista (2014:48), ésta permite manipular intencionalmente una variable (independiente) para observar los efectos en la otra variable (dependiente): desarrollo psicomotor. Permite cumplir el control o la validez interna de la situación experimental. Es aplicada porque tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, según (Landeau, 2007, p.34).

Es un estudio explicativo – cuantitativo, aplicado.

Nivel de logro:

- Totalmente de acuerdo 5
- De acuerdo 4
- Indiferente 3
- En desacuerdo 2
- Totalmente en desacuerdo 1

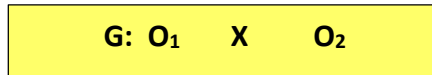
Fuente: www.slideshare.net

2.5. Diseño de investigación

Su diseño es pre-experimental con una sola medición. Que permite analizar si la variable independiente afecta a la dependiente. A un grupo se le aplica una prueba (pre) previa al estímulo (programa) o tratamiento experimental; luego se administra el tratamiento (sesiones de aprendizaje) y finalmente se aplica una prueba (post-test). La ventaja es que

hay un punto de referencia inicial con respecto al momento final (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

La representación del diseño de investigación es el siguiente:



Donde:

G = Grupo de alumnos(as) de secundaria

O₁= Momento Pre

X = Programa “Cibernautas creativos”

O₂= Momento Post

2.6. Población, muestra y muestreo

2.6.1. Población

Está constituida por 350 alumnos(as) de los diferentes niveles educativos del colegio.

Cuadro N° 1. Distribución total de los(as) estudiantes de la I.E.P. María de Fátima – Talara - 2015

NIVEL	VARONES	MUJERES	TOTAL
Estimulación temprana	17	13	30
INICIAL	21	14	35
PRIMARIA	74	126	200
SECUNDARIA	41	44	85
TOTAL	153	197	350

Fuente: Registro Oficial de matrícula – 2015

2.6.2. Muestra

Está constituida por 85 alumnos(as) que conforman todo el nivel secundario de la Institución Educativa (1ero a 5to año).

Cuadro N° 2. Distribución de los(as) estudiantes del nivel secundario de la I.E.P. María de Fátima – Talara - 2015

NIVEL	SEXO		TOTAL
	VARONES	MUJERES	
Primero	13	8	21
Segundo	12	10	22
Tercero	8	5	13
Cuarto	3	11	14
Quinto	5	10	15
TOTAL	41	44	85

Fuente: Registro Oficial de Matrícula 2015

2.6.3. Muestreo

Es no probabilístico. No aleatorio.

Este tipo de muestreo no garantiza la representatividad de la muestra en términos numéricos, pero sí garantiza la presencia de todos los actores. La muestra es elegida y decidida por el investigador. En una muestra no probabilística, la selección de un elemento de la población para que forme parte de la muestra se basa en consideraciones distintas a las probabilidades. La probabilidad de que cada elemento individual pertenezca a la muestra es desconocida, la fidelidad de los resultados no se sujeta al análisis de probabilidades. No se puede estimar el error de muestreo.

2.7. Criterios de selección

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
<ul style="list-style-type: none"> - Rango de edad: adolescentes de 12 a 15 años de edad. - Nivel de estudios: Estudiantes de todo el nivel secundario de la I.E.P. María de Fátima - Sexo: femenino y masculino - Estudiantes con prácticas activas de identidad y ciudadanía. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes con más del 10% de inasistencia. - Estudiantes con habilidades diferentes. - Estudiantes con habilidades sobresalientes.

2.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.8.1. Técnicas

OBSERVACIÓN	Proceso que permitió registrar hechos, características y cualidades del sujeto de estudio.
PSICOMÉTRICA	Medición. Es la técnica para aplicar el instrumento en un momento antes y después. Con propósito diagnóstico o pronóstico.

2.8.2. Instrumentos

GUÍA DE ENCUESTA	Listado o conjunto de preguntas e ítems sondeando el tema de estudio de forma general.
-------------------------	--

2.8.3. Validez y confiabilidad

La Validez es un instrumento de recolección de datos, se refiere al grado en que un instrumento de medición realmente mide la variable que pretende medir, Hernández, Fernández y Baptista (2010).

Validez de cada ítem

Estadísticas de total de elemento

Ítems	Media de escala si el ítem se ha suprimido	Varianza de escala si el ítem se ha suprimido	Correlación total de ítems corregida	Alfa de Cronbach si el ítem se ha suprimido
Item1	36.2667	150.781	.653	.959
item2	36.5333	155.267	.600	.959
Item3	36.6000	156.114	.674	.959
Item4	36.6000	152.971	.588	.959
Item5	36.4667	145.410	.893	.956
Item6	35.9333	148.924	.760	.958
Item7	35.8667	154.124	.549	.959
Item8	36.2000	154.457	.609	.959
Item9	36.1333	145.552	.885	.956

Item10	36.4000	147.829	.808	.957
Item11	35.8667	153.838	.568	.959
Item12	36.4000	150.400	.663	.958
Item13	36.4667	151.267	.664	.958
Item14	35.7333	155.638	.606	.959
Item15	35.9333	149.495	.853	.957
Item16	35.7333	155.924	.451	.960
Item17	35.6667	155.952	.621	.959
Item18	36.0667	155.781	.594	.959
Item19	35.9333	152.067	.683	.958
Item20	36.4667	147.267	.792	.957
Item21	36.4667	147.265	.792	.955
Item22	36.4667	147.267	.592	.953
Item23	36.4665	147.264	.752	.959
Item24	36.4663	147.263	.692	.955
Item25	36.4665	147.267	.592	.945
Item26	36.4663	147.262	.742	.955
Item27	36.4664	147.268	.782	.955
Item28	36.4666	147.265	.892	.959
Item29	36.4662	147.264	.492	.958
Item30	36.4664	147.268	.592	.952
Item31	36.4668	147.263	.692	.943
Item32	36.4662	147.265	.792	.958
Item33	36.4668	147.269	.692	.959
Item34	36.4663	147.262	.792	.957
Item35	36.4668	147.266	.892	.932

Al observar las correlaciones columna 4, observamos que todas rebasan el valor de 0,30 y al mirar los valores de alfa de Cronbach no cambian significativamente en relación a 0,96. Por lo tanto podemos concluir que cada ítem es válido en el instrumento.

VALIDEZ DE CRITERIO

Para la validez de criterio usamos el coeficiente de correlación intraclass promedio, con un valor de 0,943 y valor-p < 0,05

Concluimos que el instrumento es válido de criterio.

SALIDA DE SPSS 22:

Coeficiente de correlación intraclass

	Correlación	95% de intervalo de confianza		Prueba F con valor verdadero 0			
	intraclass ^b	Límite inferior	Límite superior	Valor	df1	df2	Sig
Medidas únicas	,355 ^a	.215	.588	24.858	14	406	.000
Medidas promedio	,943 ^c	.892	.977	24.858	14	406	.000

La **Confiabilidad** de un instrumento de obtención de datos se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados similares o consistentes con mediciones puras. Keihnger (2002:18) considera que la confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Es decir en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. Para los instrumentos utilizados en la presente información se utilizó el Coeficiente alfa de Cronbach; tomando en cuenta que si el resultado es 0,654 o más se considera aceptable el instrumento.

Análisis de fiabilidad del instrumento (test) evaluado con el coeficiente de Alpha de Cronbach.

CÁLCULO DE ALPHA DE CRONBACH USANDO LA FÓRMULA EN EXCEL:

$$ALPHA = \frac{K}{K - 1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_1^2}{V_{TOTAL}} \right)$$

Donde:

K = Número de ítems

S^2 = varianza de cada ítem

V total = varianza de los puntajes de cada uno de los individuos

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach N° de ítems

.960 35

Como el valor del alfa de Cronbach nos arrojó un valor (0,96) mayor a 0,70

Concluimos que el instrumento de Comportamiento Actitudinal, es confiable.

De los resultados de 1 y 2 podemos decir que el instrumento es confiable y válido de criterio.

2.9. Procedimientos de recolección de datos

Para la recolección de datos de la presente investigación se hizo mediante la aplicación de un instrumento psicométrico (pre test y post test) que consistió en una prueba objetiva.

2.10. Métodos de análisis de datos

Análisis estadístico

Para el análisis estadístico se utilizó el software Statistics SPSS versión 23 que permitió levantar una data en Excel que sistematizó cada dimensión. (ver anexos)

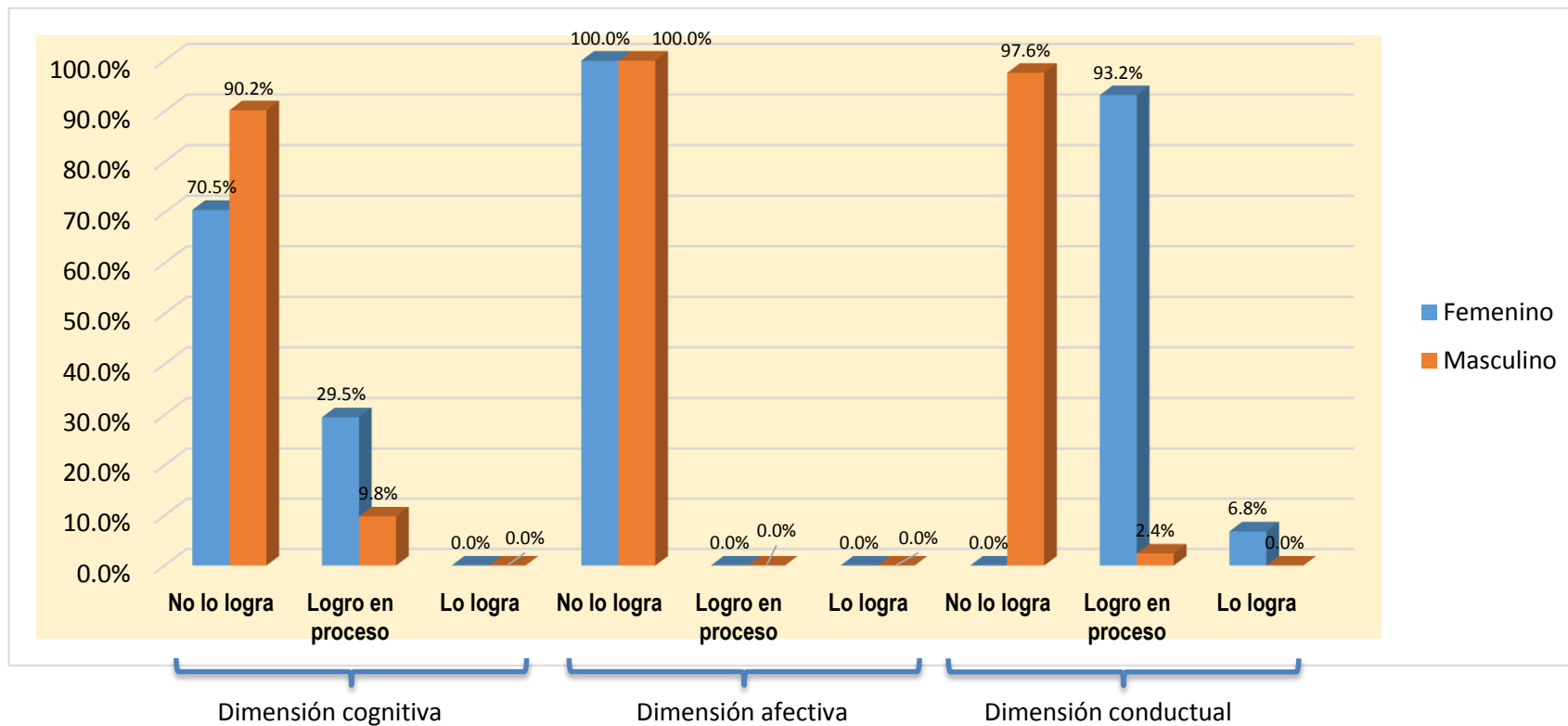
III. RESULTADOS

Tabla N° 1:

Niveles de las dimensiones del comportamiento actitudinal, según sexo, en estudiantes del nivel secundario de la I.E. "María de Fátima" antes y después del programa "Cibernautas Creativos" sobre epidemias culturales.

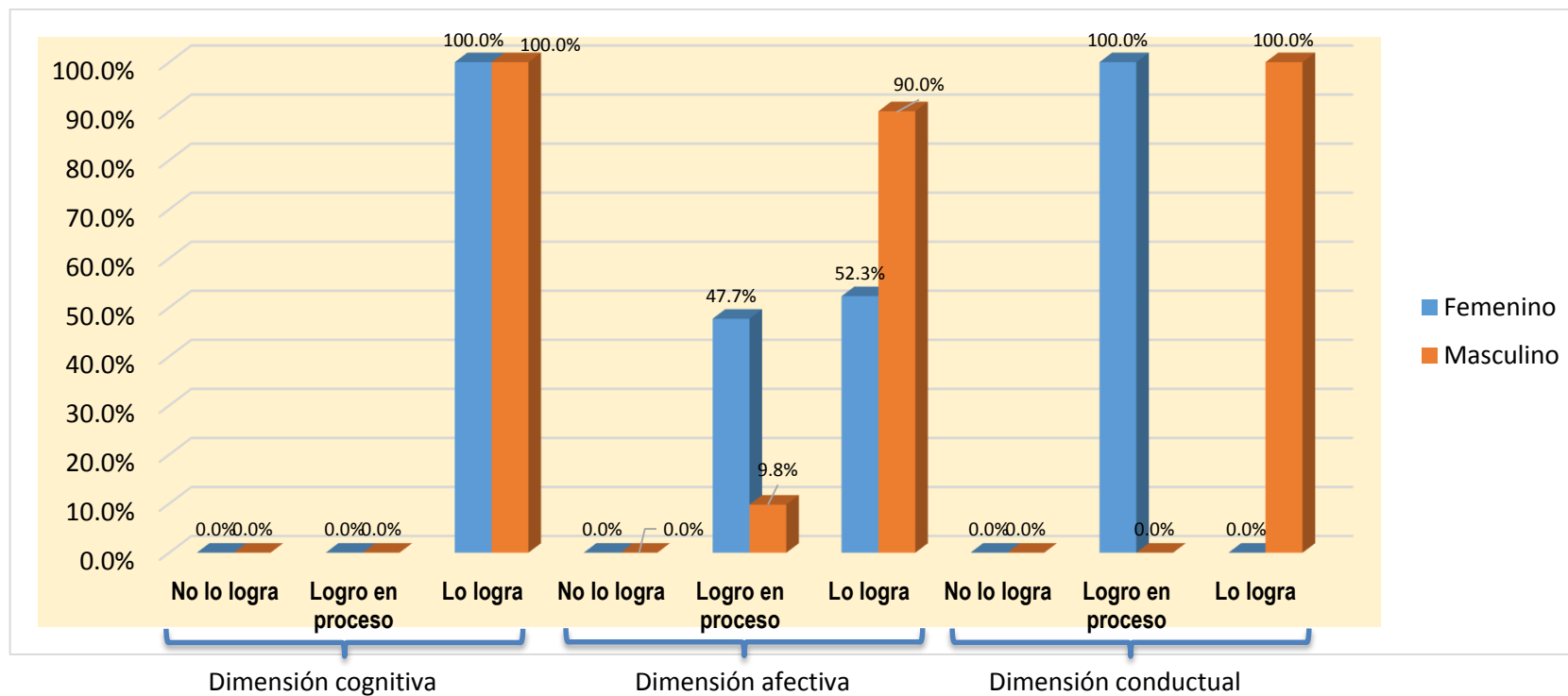
Dimensiones del comportamiento actitudinal		Grupo							
		Antes del Programa				Después del programa			
		Sexo		Sexo		Sexo		Sexo	
		Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Dimensión cognitiva	No lo logra	31	70.5%	37	90.2%	0	0.0%	0	0.0%
	Logro en proceso	13	29.5%	4	9.8%	0	0.0%	0	0.0%
	Lo logra	0	0.0%	0	0.0%	44	100.0%	41	100.0%
Dimensión afectiva	No lo logra	44	100.0%	41	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
	Logro en proceso	0	0.0%	0	0.0%	21	47.7%	4	9.8%
	Lo logra	0	0.0%	0	0.0%	23	52.3%	37	90.0%
Dimensión conductual	No lo logra	0	0.0%	40	97.6%	0	0.0%	0	0.0%
	Logro en proceso	41	93.2%	1	2.4%	44	100.0%	0	0.0%
	Lo logra	3	6.8%	0	0.0%	0	0.0%	41	100.0%
Total		44	100.0%	41	100.0%	44	100.0%	41	100.0%

Fuente: Registro de aplicación de Pre y Post-test – 2015.



Fuente: Tabla N° 1

Gráfico N° 1. Niveles de las dimensiones del comportamiento actitudinal, según sexo, en estudiantes del nivel secundario de la I.E. "María de Fátima" antes del programa "Cibernautas Creativos" sobre epidemias culturales.



Fuente: Tabla N° 1

Gráfico N° 2. Niveles de las dimensiones del comportamiento actitudinal, según sexo, en estudiantes del nivel secundario de la I.E. "María de Fátima" después del programa "Cibernautas Creativos" sobre epidemias culturales.

Como podemos apreciar en la Tabla 1, en la dimensión cognitiva antes del programa, el 70,5% de las mujeres y el 90,2% de hombres están en el nivel que no lo logra, sin embargo el 23,5% de las mujeres y el 9,8% de los hombres alcanzan el nivel en proceso. Después de la aplicación del programa, el 100% de mujeres como de hombre alcanzaron el nivel lo logra. Lo cual podemos concluir descriptivamente que el programa ha influenciado notablemente en el comportamiento actitudinal en ambos sexos frente a las epidemias culturales en los estudiantes.

En la dimensión afectiva antes del programa, el 100% de las mujeres y 100% de hombres, están en el nivel que no lo logra. Después de la aplicación del programa, el 52.2% de mujeres y 90% de hombres alcanzaron el nivel lo logra y 47.7% de mujeres y 9,8% de hombres alcanzaron el nivel logro en proceso. Podemos concluir descriptivamente que el programa ha influenciado en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en los estudiantes.

Para medir si el programa ha influenciado en el comportamiento actitudinal según dimensiones, habrá que usar la prueba de Homogeneidad Marginal. (Ver anexo)

PRUEBA DE HIPÓTESIS

En la dimensión cognitiva, afectiva y conductual, existen evidencias suficientes al nivel del 5% (valor-p < 0,05) de que en esas dimensiones, el programa ha influenciado en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en los estudiantes de secundaria.

PRUEBA ESTADÍSTICA:

En el presente trabajo se hizo uso de la prueba estadística no paramétrica de Homogeneidad Marginal, porque la variable se midió categóricamente, además el diseño de estudio es de tipo pre experimental lo cual quiere decir que es una muestra de estudiantes emparejados.

PROGRAMAS INFORMATICOS:

Para el procesamiento de los datos se organizaron los datos en una matriz de datos o base de datos en Microsoft Excel 2013.

IV. DISCUSION

La pizarra y el discurso académico han perdido valor, hoy se ve más al iphone, Tablet, laptop en un aula de clases que al profesor. Tenemos personas “conectadas” pero “desenchufadas” del tema que se desarrolla. Podría traducirse como una vida evasiva de responsabilidades, compromisos, disciplina, orden, armonía “hablamos” con la máquina y le creemos a ese aparato. Todo intento de investigación en los escolares es tiempo muerto. El ciberespacio y las redes sociales reemplazan lo vital que es la vida, la verdad, la realidad, el conocimiento para asumir lo que no buscamos, no queremos y no somos. Pero no hay resistencia. Hay más bien complacencia, acomodo, vida fácil. Es lo que en esencia encontramos en los resultados antes y después de la aplicación del programa. Sin dejar de rescatar y admitir que el espacio virtual es necesario para el progreso, desarrollo y actualización de los seres humanos pero debemos madurar con convicción la oferta que este ciberfenómeno nos trae.

Hay un comportamiento actitudinal distinto según sexo y dimensiones (Tabla 01), percibimos que en la parte cognitiva pre los varones no lo logran 90.2% con respecto a las mujeres 70.5%. Esta área de conocimiento es mejor lograda por las mujeres (29.5%). En lo afectivo ambos sexos reflejan el no logro en un 100%, es decir los afectos, sentimientos están adormecidos, en algunos congelados, estáticos. Es una data preocupante, en el plano conductual a nivel pre vemos que los varones no la logran con respecto al 93.2% de mujeres con logros en proceso. Luego de la aplicación del Programa nivel post tenemos que para ambos sexos la dimensión cognitiva la logran superando lo anterior, igual lo afectivo y conductual. El programa se llamó “cibernautas creativos” pretendiendo alcanzar la reversión de los cibernautas adictos a las epidemias culturales.

Desde nuestra perspectiva consideramos que los varones tienen un comportamiento actitudinal diferenciado de las mujeres, es decir; por naturaleza el hombre está pautado a seguir normas, orientaciones, conductas y es más frío y práctico que las mujeres; en tanto éstas se expresan más en lo cognitivo y lo afectivo; acciones más razonadas, más coherentes, más responsables, menos técnicas, más humanas. A las mujeres les interesa el porqué de las cosas, reflexionan con más calma en comparación con el ímpetu de los varones. La variable indispensable ha influido para que gradualmente asuma otra posición significativa la variable dependiente. Sin un trabajo sostenible como comunidad educativa esto sólo puede tener un aparente cambio; las actuales epidemias culturales son un flagelo peligroso, una oferta nada despreciable a los millones de seres leves y vulnerables vacíos de nuestro entorno.

El tema de esta investigación es de vital importancia centrarlo, atenderlo e intervenirlo y más en una sociedad como la nuestra que es más de consumo que de producción, que recibimos los rezagos e impactos del mundo electrónico, virtual, posmoderno, de este fenómeno que de una u otra manera no está constituyendo en otro tipo de seres, nos está marcando espacios, tiempos, afectos, conocimientos, actitudes, tendencias y que tienen raíces económicas, culturales, sociales, ideológicas. Se dice epidemias culturales por lo viral de la situación, por lo contagioso y expansivo de su avance. Hemos pasado a la era de la información, la era de las máquinas que sustituyen de alguna manera el proceso de pensar y sentir del hombre porque ellas lo hacen todo. Hoy hay infinito conocimiento pero al mismo tiempo muchísima gente “no sabe nada” porque todo está hecho, está dado, sólo se repite. La tecnología, las redes sociales y las nuevas formas de relación social, amical, familiar nos invaden y nos aprisionan con nuevos modelos. Estamos en la era de lo fast (rápido), de lo efímero, leve (speedy) que al mismo tiempo es vacío (empty) sin valores ni identidad tanto como violento (violency) y erótico (erotic). Si lo viral es una construcción, con la educación puede deconstruirse según Vigotsky. Aprender saludablemente. Nos basamos en aportes teóricos ricos en principios, verdades y como parte del entendimiento de sociedad como modelo dentro del paradigma de lo global y posmoderno.

Allport, dice que hay ventajas al tener acceso al ciberespacio pero se sufre de una radical transformación de la superestructura cultural (costumbres, derecho, normas, valores, religión, cultura), hay una expansión intensiva, implosión, apertura de la dimensión ideológica, mental-intelectual, de la sociedad que subyace subliminalmente en un programa de entretenimiento, en juegos para niños, concursos de talentos y habilidades; en actitudes sumisas que van congestionando nuestro comportamiento actitudinal y nos distancian de una verdadera educación, de una probidad ética, de la maduración de decisiones y elecciones acertadas. De una salud mental estable.

Los niños y jóvenes se distancian más de sus padres, los amigos de los amigos, la fantasía de la realidad. Estamos obnubilados, embotados de falsedades, ilusiones, irresponsabilidades. Pertenecemos a los no lugares: estamos más conectados con el internet, con el mall, con los reality show que con el entorno real. Somos un mundo de adictos a la tecnología, carentes de criterio. Nos enamoramos virtualmente, hacemos amigos que no conocemos, buscamos taras, información que no entendemos. Somos parte del todo y al mismo tiempo de nada.

Tenemos coincidencias con Carver (2012), Tahón (2014) y Guillén (2012) cuando buscábamos publicaciones para nuestro antecedente de la tesis: las nuevas actitudes de los jóvenes no

permiten una salud mental y moral positiva. Es una generación decadente en casi todos los aspectos de sus vidas y los adultos y educadores hacemos poco o nada al respecto. El sistema importante (capitalismo) de forma muy conveniente estimula masivamente el acceso al ciberespacio, convirtiendo en casi zombies vivientes a la gran mayoría de la comunidad educativa, jóvenes y adultos.

La epidemia se convierte en pandemia porque el virus del consumismo y de la dependencia se volvieron estructurales.

El programa fue creado y planificado justamente para que impactase en el proceso de reversión de esta problemática: no dar completamente la espalda a las tecnologías, pero controlar los impulsos que llevan a depender y practicarlas. Una técnica es la persuasión para inducir al cambio, otra es la aceptación del problema y tener actitud para cambiar. Comprometerse y disciplinarse para el cambio.

La televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del homo sapiens formado en el lenguaje verbal, fundamentado en la escritura, luego expuesto a las imágenes, en un homo videns incapaz de elaborar sus propios procesos de conocimiento, racional y más de abstracción.

No hay traducción del significado de los signos lingüísticos, la TV genera conductas lesivas que impactan en lo anímico, emocional con exceso de violencia.

La mayor parte de niños, adolescentes y jóvenes no está preparado para recibir las imágenes cibernéticas; estas les confunden. Viven entre valores heredados y normatividades inexplicables de quiere, debe y puede salirse con libertad, perdiendo el rumbo, su esencia, su identidad. Se vuelven pobres de espíritu (Satori, 1998, p.17).

Hoy estas adicciones y adictos se encuentran en la sociedad red, se reúnen, se multiplican, se potencian. Cada vez son más y el peligro es mayor.

V. CONCLUSIONES

- El Programa Cibernautas Creativos percibió en que hubo aceptación de la dependencia y actitud para cambiar mediante acciones razonadas y asertivas y en lograr una reflexión clara y precisa en los estudiantes de secundaria de que su comportamiento actitudinal ante las epidemias culturales trastocó a conductas, estilos y prácticas más saludables y positivas.
- La dimensión cognitiva de la variable dependiente antes del programa expresó que los alumnos no lo lograron en un 90.2% y un 9.8% obtuvo un logro en proceso pero significativamente ellos revirtieron su ubicación y después del programa obtuvieron 100% de logro. En cuanto a las mujeres un 70.5% no lo logró pero un 29.5% tiene un logro en proceso y después obtuvieron un logro al 100%. Los varones no lo lograron antes con respecto a las mujeres que demostraron tener mayor logro cognitivo.
- Que existe relación significativa en la dimensión afectiva que se presentó antes del programa en el mismo nivel de que varones 100% y mujeres 100% no lo lograron. Ambos sexos expresaron nulos afectos (madurez, reflexión, indiferencia, escasa identidad). Después los varones lo lograron 90% más que las mujeres 52.3%.
- La dimensión conductual en el momento pre se manifestó en que un 97.6% de varones no lo lograron mientras que un 93.2% de mujeres obtuvieron un logro en proceso. Después del programa los varones lo lograron en un 100% y las mujeres ese 100% tienen un logro en proceso. Se concluye que en lo afectivo y cognitivo las mujeres presentan mejores logros a nivel pre.
- El Programa Cibernautas creativos se diseñó para ser efectivo en sus 15 sesiones y material junto con las técnicas psicopedagógicas y las estrategias aplicadas desde los enfoques teóricos que se planificó para ser totalmente eficaz y pertinente.
- Lo que permitió influir en los(as) estudiantes mediante el programa fue manejar desde el nivel vivencial enfrentar una realidad poco percibida por los estudiantes, por ellos(as) mismos(as) y generar actitudes de cambio, de internalización.
- Existe una importante relación entre los resultados exitosos del Programa Cibernautas creativos y la práctica de las epidemias culturales en los(as) alumnos a través del comportamiento actitudinal, una problemática adictiva inconsciente y masiva por imitación ante una conducta saludable que puede convertirse.

VI. RECOMENDACIONES

- Se sugiere a la comunidad educativa de la I.E. “María de Fátima” que en el año 2016 incorpore en sus talleres espacios extracurriculares y Escuela de Padres, programas que intervengan con estos temas, propuestas y estrategias involucrando docentes, padres y alumnos(as). Se puede apoyar de espacios radiales y televisivos locales.
- La Dirección de la I.E. “María de Fátima” debería motivarse e interesarse por fortalecer la esfera cognitiva de sus estudiantes, no sólo fomentando conocimientos técnico-científicos sino axiológicos y psico-socioculturales que permitan una formación integral educativa, personal y ciudadana.
- La Dirección de la I.E. “María de Fátima” como desafío en el 2016 debería comprometerse también fortalecer la esfera afectiva (sentimientos, compromisos, visión) de los(as) estudiantes lo que va a coadyuvar a ser más firmes en sus opciones, elecciones, decisiones en los diferentes aspectos de la vida.
- La dirección de la I.E. “María de Fátima” podría integrar en el 2016 la dimensión conductual que junto con las otras anteriores permitan la formación personal y social de los(as) alumnos(as).
- La Dirección de la I.E. debería replicar en sus diferentes niveles el Programa Cibernautas creativos, adaptándolo a cada requerimiento, difundirse ante la DIREP regional y otras instituciones estatales y privadas por ser una herramienta útil, práctica y eficaz.
- Que la Dirección de la I.E. podría desde el deporte, el arte, la música dar alternativas, orientaciones, acerca de otras nuevas formas de entretenimiento que no sea la Tv o el espacio virtual. Hacer convenio con la Refinería de PetroPerú en el lugar para que desde su Responsabilidad Social apoye y financie especialistas y materiales en el tema, lo que estaría contribuyendo al desarrollo de la juventud talareña y una mejor calidad de vida.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcántara, J.A. (1988). *Cómo educar las actitudes*. (1° ed.). Barcelona: Ceac
- Attitudes & Persuasion (1981): *Classic & Contemporary Approaches*
- Ander-Egg, E. (2008). *Programas socioculturales*. (1° ed.). Argentina: Hvmánitas.
- Ansión, J. (2000). *Identidades múltiples, educación e interculturalidad*. (1° ed.). Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Bolívar, M. (1995) *La evaluación en valores y actitudes*. (1° ed.)
- Cailloma, G. (2015). *Acerca de la televisión "basura"*. (1° ed.). Trujillo: Boletín de Humanidades UPN.
- Cardona, L. (2008). Programa "Construyendo identidades" para fortalecer la formación ciudadana ante el hedonismo cultural generado por los medios masivos de comunicación en estudiantes universitarios. Bogotá-Universidad Bolivariana del Centro.
- Callirgos, J. (2000). Artículo: Identidades en el Perú. Cusco. *Revista Márgenes Sur N° 54*. Casa de Estudios del Socialismo.
- Chomsky, N. (2005). *Globalización y medios masivos de comunicación*. (1° ed.). USA: Mc Graw-Hill.
- Carver, E. (2012). Ciberbullying ventana abierta al anonimato y efectos de las epidemias culturales. Tesis para obtener el grado de Doctor en Educación. Bogotá: Universidad Bolivariana de Colombia.
- Dawkins, R. (1974). *El gen egoísta*. (1° edición). México: Mc Graw Hill.
- Degregori, C. (2001). *No hay país más diverso*. (1° ed.). Lima: IEP.
- Domínguez, R. (2014). *Nuevas tecnologías y educación en el siglo XXI*. Granada. Recuperado de: www.org.es
- Flores, A. (2000). *Autoritarismo en el Perú*. (1° ed.). Lima: IEP.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to*
- Guillén, G. (2012). Tendencias adictivas del uso del ciberespacio y programas pseudoculturales televisivos en estudiantes de secundaria del Cono Norte. Tesis para obtener el Grado de Doctor en Psicología Educativa. Lima – Universidad Ricardo Palma.
- Landau, R. (2007). *Metodología de la investigación*. México: Ariel.
- Pérez Jiménez, J. (2014). *A las dudas me remito*. (1ª ed.). Trujillo: Heraldí S.A.C.
- Sartori, G. (1998). *El homo videns*. (1° edición). México: Taurus.
- Secord y Backman (1964). *Social psychology*. (1° edición). USA: Mc Graw – Hill

Tahón, J. (2014). Influencia de las redes sociales frente al cambio de paradigmas e identidad cultural en estudiantes de secundaria del norte de Valparaíso. Tesis para obtener el grado de Doctor en Antropología. Chile.

Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley.

Valores. Objetivos y Actitudes en Educación. Miñón, Valladolid, 1976.

Wolton, D. (2000). *Internet ¿y después?*. (1° ed.). Barcelona: Gedisa

Recuperado de: <http://www.edu-fisica.com/>

Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n36/jesteinou.html>

Recuperado de: <http://adiccionredessociales.blogspot.pe/p/causas-de-la-adiccion-las-redes.html>

Recuperado de: <http://ateismoparacristianos.blogspot.pe/2012/02/memes-dawkins-y-la-evolucion-cultural-y.html>

Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=iTytI2YQQIo>

Recuperado de: <http://www.uruguaypiensa.org.uy/imgnoticias/944.pdf>

Valencia, G. (s/f). Recuperado de: <http://www.colegioguillermoleonvalenciaduitama.edu.co/blog/post/1663/quienes-son-los-cibernautas.html>

Recuperado de: <http://www.colegioguillermoleonvalencia.duitama.edu.co/blog/post/1663/quienes-son-los-cibernautas.html>

Recuperado de: www.scielo.cl/scielo.php?scrip=sci_arttext&pid=S0717

Allport, G. (2000). Recuperado de: www.psicocode.com/resumenes/TEMASOCIAL.pdf

Recuperado de: www.edu-fisicacom/Formato.pdf

Recuperado de: <http://www.ugr.es/sevimeco/revistaeticanet.htm>

Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n/36/jesteinar.html>

Recuperado de: <http://www.arellanojuan.com/marc-auge-elno-lugar-y-otras-teorias>

Recuperado de: www.razonypalabra.org.mx

Recuperado de: www.psicocode.com

Recuperado de: www.scielo.cl

Recuperado de: www.soyelyugo.blogspot.com

Recuperado de: www.ateismoparacristianos.blogspot.co.nz

Recuperado de: www.ugr.es

Recuperado de: www.deperu.com

Recuperado de: www.maxbarri.blogspot.com

Recuperado de: www.ecosdelintegrado.webpuncocero.org

Recuperado de: www.siacurn.curnvirtual.edu.co:8080

Recuperado de: www.edu-fisica.com

Recuperado de: www.slideshare.net

Recuperado de: www.romariobal.blogspot.com

Recuperado de: www.docplayer.es

Recuperado de: www.ateneo.unmsm.edu.pe

Recuperado de: www.adiccionredessociales.blogspot.com

Recuperado de: www.telemedicinadetampico.files.wordpress.com

Recuperado de: www.elimpactoderedessociales.blogspot.com

Recuperado de: www.cybertesis.unmsm.edu.pe

Recuperado de: www.universidadsanmartindeporres

ANEXOS

ANEXO N° 01

TEST
Comportamiento Actitudinal

N°	INDICADOR	NIVEL DE LOGRO				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: COGNITIVA						
1.	Considera el uso de las redes y los programas Reallitys como Combate y Esto es guerra como un medio para entretenerse.					
2.	Las redes y los programas Reallitys como combate y Esto es guerra pueden ocasionar daños psicológicos, comportamientos negativos y violentos.					
3.	Las redes son adecuadas para menores de edad con la supervisión de un adulto.					
4.	Se corre entrañables peligros en las redes sociales.					
5.	Usamos las redes para pasar el tiempo.					
6.	Sabe que los videojuegos alteran la conducta del estudiante.					
7.	Cree que las redes están afectando su rendimiento escolar.					
8.	Cree que existen otras formas saludables de divertirse que las redes sociales y ver reallitys show por televisión.					
9.	Le gustaría que la educación sea como antes de las redes sociales y el avance de la tecnología, porque no había distractores.					
10.	Cree que se puede hacer un uso correcto del internet y las redes sociales, para conocer e informarse.					
11.	Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de vestir, peinar, enamorar, expresarse.					
12.	Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de hablar.					
13.	Utiliza las redes sociales y el ciberespacio para consultar o realizar tareas escolares.					
DIMENSIÓN 2: AFECTIVA						
14.	Usa las redes sociales para hacer bullying a otros(as).					
15.	En los últimos meses la relación con tus padres ha caído de nivel por dedicarte más al cell o a internet.					
16.	Te gustaría mantener una relación afectiva con otra persona por las redes sociales.					
17.	Crees que usar las redes sociales te ayudan a ser más sociable, ser parte de los grupos conocidos.					

18.	Siente más reconocimiento, afecto en las redes sociales que en el cara a cara con otras personas.					
19.	El internet y las redes sociales te ayudan a olvidar, a desconectarse de tus problemas.					
20.	Se sientes muy relacionado(a) e identificado(a) con alguno de los personajes de los programas realitys de la televisión.					
DIMENSIÓN 3: CONDUCTUAL / ACTITUDINAL						
21.	Usa las redes como Facebook, Twitter, Whatsapp, instagram, etc. con frecuencia.					
22.	Percibe su adicción a las redes.					
23.	Consideras el uso de redes una forma para estar en contacto con los demás.					
24.	Considera el uso de las redes como un medio para conocer adolescentes y personas nuevas.					
25.	Conoce que también existen otras posibilidades de entretenimiento saludable.					
26.	Utiliza más de una hora diaria para revisar tus redes sociales.					
27.	Utiliza las redes e internet para realizar trabajos académicos.					
28.	Utiliza también el internet para jugar videojuegos.					
29.	Acepta el vocabulario, escenas, decisiones, violencia e idea de sexo que exponen los videojuegos.					
30.	Utiliza las redes para ser popular en la red.					
31.	Siente mucha necesidad, dependencia de usar el cell y conectarte a internet.					
32.	Te desagrada ver violencia y juegos violentos a través del internet.					
33.	Entiende que imitando lo que la mayoría hace en el ciberespacio peligra su identidad.					
34.	Copia y pega al realizar sus actividades escolares de la información del internet sin revisar, razonar.					
35.	Controla sus emociones de forma saludable frente a las redes.					

Fuente: Elaboración propia investigadora en base a modelo tesis Mg. Jáuregui, Berly (UCV Trujillo-2014) – Talara 2015

ESCALA DE VALORACIÓN	
Totalmente en desacuerdo	1
en desacuerdo	2
Indiferente	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

ANEXO N° 02
GUÍA DE ENCUESTA

N° _____ Sexo: _____ Edad: _____

INDICACIONES: Gracias por tus opiniones, serán muy valiosas; el contenido de este sondeo es de carácter académico educativo como parte de una tesis doctoral en educación. Responder en 15 minutos.

1) ¿Qué es lo que más acostumbras a hacer cuando entras a internet?

2) ¿Cuáles son tus programas favoritos en la televisión?

¿Por qué los prefieres, por qué te gustan, aprendes algo bueno de ellos?

3) ¿Te gusta investigar los temas de tus tareas o solo buscas, copias y pegas lo que dice el internet, aunque no entiendas lo que vas a entregar?

4) ¿Sabes a qué llaman “televisión basura” en el Perú, por qué le dicen así?

5) ¿Qué cosas emocionantes encuentras con el uso del celular a todo momento?

¡Gracias por tu tiempo y opiniones!

**ANEXO N° 03
MATRIZ DE CONSISTENCIA**

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TIPO Y DISEÑO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	POBLACIÓN Y MUESTRA
Programa “Cibernautas creativos” y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales – Talara – 2015.	¿Qué efectos tiene el programa “Cibernautas creativos” en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en estudiantes de la I.E. “María de Fátima” del nivel secundario – Talara – 2015?	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar los efectos del Programa “Cibernautas Creativos” en influenciar en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en los alumnos de secundaria de la I.E. María de Fátima - Talara – 2015.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el nivel de la dimensión cognitiva de acuerdo a sexo de los estudiantes en estudiantes del nivel secundario de la I.E. “María de Fátima” antes y después del programa “Cibernautas creativos” sobre epidemias culturales. • Conocer el nivel de 	<p>Ha: El programa “Cibernautas creativos” influye significativamente en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en estudiantes de secundaria de la I.E. “María de Fátima” – Talara – Piura – 2015.</p> <p>Ho: El programa “Cibernautas creativos” influye significativamente en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en</p>	<p>Variable Independiente:</p> <p>Programa “Cibernautas creativos”</p>	Cognitiva	<ul style="list-style-type: none"> - Considera el uso de las redes y los programas Reallitys como Combate y Esto es guerra como un medio para entretenerse. - Las redes y los programas Reallitys como combate y Esto es guerra pueden ocasionar daños psicológicos, comportamientos negativos y violentos. - Las redes son adecuadas para menores de edad sin la supervisión de un adulto. - Se corre entrañables peligros en las redes. - Creo que los adolescentes usan las redes para pasar el tiempo. - Sabe que los videojuegos alteran la conducta del jugador. - Cree que las redes sociales están afectando el rendimiento escolar de los estudiantes. - Cree que existen otras formas saludables de divertirse que las redes sociales y ver reallitys show por televisión. - Le gustaría que la educación sea como antes de las redes sociales y el avance de la 	<p>Tipo</p> <p>Pre experimental, cuantitativa - aplicada</p> <p>Diseño</p> <p>G: O₁ X O₂</p> <p>Donde:</p> <p>G = Grupo de alumnos(as) de secundaria</p> <p>O₁= Momento Pre</p> <p>X = Programa “Cibernautas creativos”</p>	<p>Técnicas</p> <p>Observación</p> <p>Análisis documental</p> <p>Experimentación</p> <p>Instrumentos</p> <p>Fichas bibliográficas</p> <p>Test</p> <p>Guía de observación</p> <p>Escala de Likert</p>	<p>Población</p> <p>Está constituida por 350 estudiantes de los diferentes niveles educativos del colegio.</p> <p>Muestra</p> <p>Está constituida por 85 estudiantes que conforman todo el nivel secundario de la Institución Educativa (1ero a 5to año)</p>

		<p>la dimensión afectiva de acuerdo a sexo en estudiantes del nivel secundario de la I.E. "María de Fátima" antes y después del programa "Cibernautas creativos" sobre epidemias culturales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el nivel de la dimensión conductual de acuerdo a sexo en estudiantes del nivel secundario de la I.E. "María de Fátima" antes y después del programa "Cibernautas creativos" sobre epidemias culturales. • Aplicar Programa "Cibernautas Creativos" que permita fortalecer e influenciar en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales. • Evaluar los resultados que permitieron medir el Programa "Cibernautas Creativos" para influenciar en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales. • Relacionar la influencia del Programa "Cibernautas 	<p>estudiantes de secundaria de la I.E. "María de Fátima" – Talara – Piura – 2015.</p>		<p>tecnología, porque no había distractores.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cree que se puede hacer un uso correcto del internet y las redes sociales, para conocer e informarse. - Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de vestir, peinar, enamorar, expresarse. - Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de hablar. - Utiliza las redes sociales y el ciberespacio para consultar o realizar tareas escolares. 	<p>O₂= Momento Post</p>	
				Afectiva	<ul style="list-style-type: none"> - Usa las redes sociales para hacer bullying a otros(as). - En los últimos meses la relación con tus padres ha caído de nivel por dedicarte más al cell o a internet. - Te gustaría mantener una relación afectiva con otra persona por las redes sociales. - Crees que usar las redes sociales te ayudan a ser más sociable, ser parte de los grupos conocidos. - Siente más reconocimiento, afecto en las redes sociales que en el cara a cara con otras personas. - El internet y las redes sociales te ayudan a olvidar, a desconectarse de tus problemas. - Te sientes muy identificado(a) con alguno de los personajes de los programa reallitys de la 		

		Creativos” en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales de acuerdo a sexo de los estudiantes de secundaria de la I.E. María de Fátima - Talara – Piura – 2015.				televisión.			
					Conductual / Actitudinal	<ul style="list-style-type: none"> - Usas las redes sociales como Facebook, Twitter, Whatsapp, instagram, etc. con frecuencia. - Percibes tu adicción las redes sociales. - Consideras el uso de redes sociales una forma para estar en contacto con los demás. - Considera el uso de las redes sociales para como un medio para conocer adolescentes y personas nuevas. - Conoce que también existen otras posibilidades de entretenimiento saludable. - Utiliza más de una hora diaria para revisar tus redes sociales. - Utiliza las redes sociales e internet para realizar trabajos académicos. - Utiliza también el internet para jugar videojuegos. - Acepta el vocabulario, escenas, decisiones, violencia y sexo que exponen los videojuegos. - Utiliza las redes sociales para ser popular en la red. - Sientes mucha necesidad, dependencia de usar el cell y conectarte a internet. - Te desagrada ver violencia y juegos violentos a través del internet. - Entiende que imitando lo que la mayoría hace en el ciberespacio pelagra su identidad. - Copia y pega al realizar tus 			

						<p>actividades escolares de la información del internet sin revisar, razonar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Controla sus emociones de forma saludable frente a las redes sociales. 			
				<p>Variable Dependiente:</p> <p>Comportamiento o actitudinal frente a epidemias culturales</p>	ACTITUD	<ul style="list-style-type: none"> - Tiene actitud, confianza, seguridad para participar. - Desea cambiar y tener otro estilo de vida y entretenimiento más saludable. - Toma decisiones asertivas, asume los nuevos cambios. 			

ANEXO N° 04

CONSTANCIA DE ASESORÍA ESTADÍSTICA

Yo, **Carlos Alfonso Risco Dávila**, identificado con DNI N° 18825064, con código COESPE N° 45, Estadístico de profesión egresado de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad Nacional de Trujillo, hago constar mi participación como asesor estadístico en la construcción y procesamiento estadístico de la base de datos del trabajo de investigación titulado **“Programa “Cibernautas Creativos” y su influencia en el comportamiento actitudinal frente a las epidemias culturales en estudiantes de secundaria – Talara – 2015”**; correspondiente a la Br. **Patricia Mabel Morales Asencio**

Manifiesto haber construido y procesado estadístico la base de datos, manteniendo la originalidad y la veracidad de los test alcanzados a mi persona, para ello se utilizó el Paquete Estadístico **IBM SPSS Statistics versión 23**, firmo la presente constancia para los fines que estime conveniente el interesado.

Trujillo, 18 de enero del 2016.



Mg. Carlos Alfonso Risco Dávila
COESPE : 045
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERU
REGION LA LIBERTAD

ANEXO N° 05
FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

TEST
Comportamiento Actitudinal

- 1. Nombre del instrumento:**
Comportamiento Actitudinal
- 2. Autora:**
Mg. MORALES ASECIO, Patricia Mabel
- 3. Objetivo:**
Demostrar que la aplicación del Programa mejora el comportamiento actitudinal en estudiantes de secundaria.
- 4. Usuarios:**
Estudiantes de la I.E. María de Fátima del nivel secundario – Talara – 2015.
- 5. Descripción de la prueba:**
El test de comportamiento actitudinal consta de 3 dimensiones:
 - 1) Cognitiva, 13 ítems
 - 2) Afectiva, 07 ítems
 - 3) Conductual, 15 ítems
 En total 35 ítems, con 5 alternativas que se detallan a continuación:

La escala de calificación es la siguiente:

ESCALA DE VALORACIÓN	
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Indiferente	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

N°	INDICADOR	NIVEL DE LOGRO				
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: COGNITIVA						
1.	Considera el uso de las redes sociales y los programas Reallitys como Combate y Esto es guerra como un medio para entretenerse.					
2.	Las redes sociales y los programas Reallitys como combate y Esto es guerra pueden ocasionar daños psicológicos,					

	comportamientos negativos y violentos.					
3.	Las redes sociales son adecuadas para menores de edad con la supervisión de un adulto.					
4.	Se corre diferentes peligros en las redes sociales.					
5.	Creo que los adolescentes usan las redes sociales para pasar el tiempo.					
6.	Sabe que los videojuegos alteran la conducta del jugador.					
7.	Cree que las redes sociales están afectando el rendimiento escolar de los estudiantes.					
8.	Cree que existen otras formas saludables de divertirse que las redes sociales y ver reallitys show por televisión.					
9.	Le gustaría que la educación sea como antes de las redes sociales y el avance de la tecnología, porque no había distractores.					
10.	Cree que se puede hacer un uso correcto del internet y las redes sociales, para conocer e informarse.					
11.	Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de vestir, peinar, enamorar, expresarse.					
12.	Considera que los programas de reallitys show han influenciado en los adolescentes en su forma de hablar.					
13.	Utiliza las redes sociales y el ciberespacio para consultar o realizar tareas escolares.					
DIMENSIÓN 2: AFECTIVA						
14.	Usa las redes sociales para hacer bullying a otros(as).					
15.	En los últimos meses la relación con tus padres ha caído de nivel por dedicarte más al cell o a internet.					
16.	Te gustaría mantener una relación afectiva con otra persona por las redes sociales.					
17.	Crees que usar las redes sociales te ayudan a ser más sociable, ser parte de los grupos conocidos.					
18.	Siente más reconocimiento, afecto en las redes sociales que en el cara a cara con otras personas.					
19.	El internet y las redes sociales te ayudan a olvidar, a desconectarse de tus problemas.					
20.	Te sientes muy identificado(a) con alguno de los personajes de los programas reallitys de la televisión.					
DIMENSIÓN 3: CONDUCTUAL / ACTITUDINAL						
21.	Usas las redes sociales como Facebook, Twitter, Whatsapp, instagram, etc. con frecuencia.					
22.	Percibes tu adicción a las redes sociales.					
23.	Consideras el uso de redes sociales una forma para estar en contacto con los demás.					
24.	Considera el uso de las redes sociales como un medio para conocer adolescentes y personas nuevas.					

25.	Conoce que también existen otras posibilidades de entretenimiento saludable.					
26.	Utiliza más de una hora diaria para revisar tus redes sociales.					
27.	Utiliza las redes sociales e internet para realizar trabajos académicos.					
28.	Utiliza también el internet para jugar videojuegos.					
29.	Acepta el vocabulario, escenas, decisiones, violencia e idea de sexo que exponen los videojuegos.					
30.	Utiliza las redes sociales para ser popular en la red.					
31.	Siente mucha necesidad, dependencia de usar el cell y conectarte a internet.					
32.	Te desagrada ver violencia y juegos violentos a través del internet.					
33.	Entiende que imitando lo que la mayoría hace en el ciberespacio pelagra su identidad.					
34.	Copia y pega al realizar sus actividades escolares de la información del internet sin revisar, razonar.					
35.	Controla sus emociones de forma saludable frente a las redes sociales.					

Fuente: Diseñado por la investigadora Mg. MORALES ASENCIO, Patricia Mabel. Octubre 2015. UCV.

6. Procedimiento de la aplicación

- a) El docente aplicará el test a los estudiantes de secundaria antes del Programa.
- b) Una vez desarrollado el Programa se aplicará el post-test.
- c) Los niveles de logro están basados según Escala de Likert.

7. Validación:

Para la validación del Programa Frente a Epidemias Culturales, se procedió a realizar una aprobación de contenido, para el cual se solicitó a un docente experto en el Área de Investigación y Pedagogía, que luego de sus observaciones se procedió a realizar los ajustes finales.

FICHA TÉCNICA DEL TEST SOBRE COMPORTAMIENTO ACTITUDINAL

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
1. Nombre del instrumento	Test Comportamiento Actitudinal
2. Dimensiones que mide	Cognitivo, actitudinal y conductual
3. Total de indicadores	35 ítems
4. Tipo de puntuación	Numérica
5. Valoración total de la prueba	Estadístico MH Estándar: 8.806 Valor – p 0.000
6. Tipo de administración	Individual
7. Tiempo de administración	12 minutos
8. Constructo que se evalúa	Comportamiento actitudinal
9. Área de aplicación	Estudiantes de secundaria de la I.E. María de Fátima
10. Soporte	Lápiz, test
11. Fecha de elaboración	Octubre 2015
12. Autora	Mg. Morales Asencio, Patricia Mabel
13. Validez	Experto: Dr. Carlos Risco Dávila
14. Confiabilidad	Experto: Dr. Carlos Risco Dávila

ANEXO N° 06
GUÍA DE OBSERVACIÓN DEL PROGRAMA

Sesión N°: _____ Tema de la Sesión: _____

Fecha: _____

N°	ALUMNO(A)	INDICADORES DE EVALUACIÓN	
		Actitud	Cambio
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			
30			
31			
32			
33			
34			
35			
36			
37			
38			
39			
40			
41			
42			
43			

44			
45			
46			
47			
48			
49			
50			
51			
52			
53			
54			
55			
56			
57			
58			
59			
60			
61			
62			
63			
64			
65			
66			
67			
68			
69			
70			
71			
72			
73			
74			
75			
76			
77			
78			
79			
80			
81			
82			
83			
84			
85			

ESCALA:

Medición	
Participación Pertinente	✓
Participación No pertinente	-

ANEXO N° 07

PROGRAMA

PROGRAMA “CIBERNAUTAS CREATIVOS” FRENTE A EPIDEMIAS CULTURALES

I. DATOS GENERALES

1. Título:

Programa “Cibernautas Creativos”

2. Modalidad pedagógica:

Programa (extracurricular sabatino/vespertino)
(interactivo, proactivo, dinámico, vivencial, reflexivo), diseñado en sesiones de aprendizaje.

3. Facilitadora responsable:

Mg. Morales Ascencio, Patricia Mabel

4. Número de sesiones:

15 sesiones de aprendizaje

5. Número de participantes:

85 estudiantes de 1° a 5° secundaria de ambos sexos.

6. Duración: 2 horas

Inicio: 24 octubre 2015

Término: 28 noviembre 2015

7. Sede del programa:

Instalaciones de la I.E. “Nuestra Señora de Fátima”

II. OBJETIVO GENERAL

Motivar a generar espacios de reflexión en los(as) participantes que les permitan asumir nuevas actitudes y formas de conciencia frente a la problemática y la dependencia a las diferentes epidemias culturales que enfrentan como jóvenes estudiantes.

III. FUNDAMENTACIÓN

Este espacio comunicativo vivencial permite enfrentar una grave problemática que hoy envuelve a los adolescentes y jóvenes en las escuelas, las nuevas tecnologías disfrazan formas vacuas de entretenimiento, modernización, cultura cuando el subterfugio es una velada violencia, sexo, antivalores que van minando la personalidad de los(as) estudiantes. Caminan e imitan sin rumbo muchas actitudes que asumen en su comportamiento cotidiano; es un vale todo, un caos, vacíos e insanía. Un programa dinámico, planificado puede ayudar a despertarles, sensibilizarlos e inducirlos al cambio

gradual, a elegir con moral y sanidad muchas opciones y hábitos que hoy andan mal en ellos(as).

La reflexión está ¿y después de la internet, qué? Somos resultado de la posmodernización o sociedad del consumo en que lo que se maximiza es la ganancia, no importa cómo ni quién la provea. Somos seres consumidores, no productores de ciencia y conocimiento. El alto costo social hacia esa dependencia alcanza cifras alarmantes. Ya se dejó de racionalizar, hoy se imita, se remeda: es el apocalipsis zombi de la transformación cultural de nuestros días; pérdida de las identidades, de la cultura del afecto y la comunicación a decir de Wolton (2000; p. 27).

IV. RECURSOS

- **Humanos**

- Facilitadora responsable
- Directora de la I.E.
- Estudiantes participantes
- Docentes de la I.E.

- **Materiales**

- Hojas impresas a color por sesión
- Papel sábana
- Plumones
- Cinta adhesiva
- Cartulinas (solapines) (mensajes impresos)
- Ecran (pantalla blanca)
- USB/CDs
- Laptop
- Grabadora
- Imágenes, fotos, posters, revistas
- Cola sintética
- Tijeras
- Impresos sondeos de opinión
- Logísticos:
 - Refrigerio saludable
 - Sorpresas (premios, regalos)
- Financiero:
1,200 nuevos soles. Autofinanciado por la tesista

V. TEMARIO DE LAS SESIONES DE PROGRAMA

- Sesión N° 1: Cultura de masas y medios de comunicación
- Sesión N° 2: Conocimiento, hedonismo, globalización
- Sesión N° 3: Facilismo, modernidad, entretenimiento
- Sesión N° 4: El consumismo virtual y sus efectos

- Sesión N° 5: Hacia una cultura saludable
- Sesión N° 6: Epidemias culturales y educación
- Sesión N° 7: Nuevas emociones: celulares y reallity shows
- Sesión N° 8: Vacíos existenciales en la nueva generación
- Sesión N° 9: Emociones tóxicas: imitar lo que no somos
- Sesión N° 10: En lo que nos estamos convirtiendo
- Sesión N° 11: Adicciones cibernéticas peligrosas
- Sesión N° 12: Conductas y decisiones
- Sesión N° 13: Mis compromisos
- Sesión N° 14: Manejando mi tiempo libre
- Sesión N° 15: ¿Qué sociedad deseo?

VI. AXIOLOGÍA DEL DESARROLLO ACTITUDINAL FRENTE A LAS EPIDEMIAS CULTURALES EN EL PROGRAMA

- Identidad cultural
- Tolerancia
- Apertura de pensamiento, ideas
- Madurez emocional
- Internalización

VII. RESULTADOS ESPERADOS

- Estudiantes sensibilizados al 85% sobre los riesgos y peligros de las epidemias culturales en las redes sociales.
- Estudiantes más concientes sobre la problemática, reflexivos sobre sus elecciones y formas de entretenimiento saludables. Más creativos(as), más informados.
- Estudiantes comprometidos(as) a un cambio gradual.

VIII. EVALUACIÓN

El programa se medirá aplicando una Guía de Observación desde dos dimensiones: actitud y cambio. La facilitadora valorará por cada participante en cada sesión si esas dimensiones fueron trabajadas por ellos(as) desde lo pertinente y lo no pertinente.

ANEXO N° 08
SESIONES DE APRENDIZAJE DEL PROGRAMA “CIBERNAUTAS CREATIVOS”

SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 1

Tema: “Cultura de masas y medios de comunicación”

Objetivo de la sesión: Conocer los alcances, intenciones y direccionalidad que la cultura de masas y medios de comunicación aportan a la moral social.

1'50''

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Inscripción - Bienvenida a talleristas por parte de Directora de la I.E. y de facilitadora (pautas y metodología de todo el Programa) - En plenaria se realiza un sondeo oral sobre qué se entiende por cultura, masas y medios de comunicación. - Exposición dialógica sobre los 3 términos a cargo de la facilitadora. 	Lista de asistencia Solapines Directora Facilitadora Talleristas	35'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - Los(as) talleristas dan ejemplos objetivos de los 3 conceptos y lo anotan en papelotes. - Visualizan un video sobre cultura de masas en el mundo, en el Perú. - Debaten lo observado, preguntas y respuestas. - En subgrupos de 10 y 13 compañeros leen y reflexionan sobre material didáctico impreso alcanzado. 	Papel sábana Plumones Retroproyector Laptop Cd Hojas impresas a colores (material didáctico)	40'
METACOGNICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué aspectos nuevos conocí hoy? - ¿Me afecta la cultura de masas? 		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Comparten con alegría un ágape juntos. - Reciben un mensaje sobre el tema desarrollado. - Participan de sorteo sorpresa de 5 obsequios. 	Refrigerio Cartulina impresa Sorteo	15'
VALORES TRABAJADOS	PENSAMIENTO CRÍTICO, APERTURA, ATENCIÓN		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014.



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 2

Tema: “Conocimiento, hedonismo y globalización”

Objetivo de la sesión: Precisar cómo el mundo globalizado genera redes de conocimiento como resultado del proceso de modernidad y cómo el consumismo se introduce y genera estilos de vida diferentes.

2 hrs.

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida, recibimiento. - Palabras de motivación, valores de liderazgo y nueva visión del mundo (Directora). - Exposición dialógica de la facilitadora sobre los nuevos saberes del mundo, tecnología, consumo y placer y efectos de la globalización. - Plenaria de preguntas y respuestas. 	Lista de asistencia Directora Facilitadora	40'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - Visualizan video sobre innovaciones, descubrimientos y tecnología de punta y su influencia en la mentalidad juvenil, en su sistema de valores y formación de su personalidad. - Debaten en plenaria dirigida por la facilitadora. - Visualizan segundo video sobre modas, tendencias, cine, publicidad global. - En subgrupos reflexionan y comentan contenido de impresos. 	Retroproyector Laptop USB CDs	50'
METACOGNICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuánto entendí y quedé claro de los temas? - ¿Es positivo tanto conocimiento para mi formación? 		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Conversan de sus vivencias en ese día de programa. - Comparten ágape. - Dejan ordenado el lugar del programa. 	Refrigerio	10'
VALORES TRABAJADOS	REFLEXIÓN, MESURA, TOLERANCIA, LIBERTAD, MADUREZ		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014.



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 3

Tema: “Facilismo, modernidad y entretenimiento”

Objetivo de la sesión: Conocer cómo los efectos de la modernidad introduce formas foráneas de cultura que son adoptadas por los(as) jóvenes estudiantes.

2 hrs.

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - Exposición dialógica básica para entender la conducta y hábitos insanos de los jóvenes escolares ante prácticas pseudoculturales y perjudiciales a la moral pública y a la salud mental; por la facilitadora. - Los(as) estudiantes elaboran lista de ejemplos de esos comportamientos. Socializan. 	Lista de asistencia Papel sábana Plumones Cinta masking	35'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - En subgrupos comentan y dan ejemplos sobre el facilismo, copia y pega, plagio en las tareas escolares. - Exposición dialógica de la facilitadora sobre elecciones y nuevas formas de entretenimiento (video juegos, face, chat). - Visualizan video sobre la teoría y práctica de la modernidad. Según Morín, Edgar. - Reflexionan sobre material impreso (subgrupo). - Debaten, intercambian ideas, dan ejemplos nuevos. 	Retroproyector Laptop USB	50'
METACOGNICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué símbolos me resultaron nuevos hoy? - ¿Es correcto continuar con esas prácticas? 		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Comentan sobre las vivencias y aprendizajes de esa sesión. - Departen refrigerio. - Escuchan música moderna. Reflexiona. 	Refrigerio Sorteo Grabadora CD	15'
VALORES TRABAJADOS	ALEGRÍA, CONVIVENCIA, REFLEXIÓN, COMSPROMISO, SINERGIA		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014.



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 4

Tema: “El consumismo virtual y sus efectos”

Objetivo de la sesión: Internalizar las prácticas insanas que impiden acceder a la cultura reflexionando sus alcances para evitar ser víctima de esos modelos.

2 hrs.

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida. - Conversación de la Directora sobre la posición del Ministerio de Educación del Perú ante el abuso de las redes sociales. - Exposición dialógica con banner ilustrativos que aludan al consumo virtual. - Visualizan videos sobre sociedad de consumo. - Debaten y ejemplifican modelos que manejan. 	Lista de asistencia Banners ilustrados Retroproyector Laptop USB	35'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - Voluntariamente improvisan un sociograma o sketch y asumen ser consumidores virtuales compulsivos con gestos y mensajes. - Exposición dialógica con diapositivas sobre los efectos de jóvenes de las redes sociales. - Reflexionan sobre material impreso. - Debaten y elaboran papelote con conclusiones. 	Retroproyector Laptop USB Hojas impresas Papelotes Plumones	50'
METACOGNICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Consumo o me consumen las redes sociales? - ¿Qué debo hacer ante esa problemática? 		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Leen y reflexionan sobre el contenido de los papelotes. - Socializan su refrigerio. - En una caja tipo buzón colocan sus escritos compromisos ante esa realidad (anónimo) 	Papelotes Cinta Refrigerio Hojas blancas Lapicero Caja cartón sellada	15'
VALORES TRABAJADOS	CONVIVENCIA, REFLEXIÓN, CONTROL, COMPROMISO, ATENCIÓN		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014.



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 5

Tema: “Hacia una cultura saludable”

Objetivo de la sesión: Generar una actitud tolerante que permita a los(as) talleristas que existen otros modelos, prácticas, hábitos que tienen mucha significancia en su manera de vivir, pensar y actuar o sentir.

2 hrs.

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - La facilitadora conversa en plenaria sobre los comportamientos actitudinales y afectivos sanos en las escuelas. 	Lista de asistencia	35'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - Visualizan documental sobre el uso positivo y negativo de las tecnologías en países industrializados y subdesarrollados. Plenaria. - La facilitadora conversa en plenaria sobre la salud mental y violencia en los(as) jóvenes. - En subgrupos hacen un diagnóstico personal de sus formas de vida y estudio. Debaten. - Reflexionan sobre hojas impresas, comentan, enlista valores y formas saludables de vida. 	Retroproyector Laptop USB Hojas impresas Hojas blancas Lapiceros	50'
METACOGNICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Llevo una vida sana con mis prácticas diarias? - ¿Cómo puedo ser mejor? ¿Qué debo descartar de mi vida? 		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Escuchan música ecológica y comentan emociones, ideas - Departen refrigerio - Participan de sorteo 	Grabadora CDs Sorteo Refrigerio	15'
VALORES TRABAJADOS	MENTE ABIERTA, APTITUD, RECEPTIBILIDAD, MADUREZ, ALEGRÍA		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014.



SESIÓN DE APRENDIZAJE N° 6

Tema: "Epidemias culturales y educación"

Objetivo de la sesión: Explicar la misión de la educación y el papel de las epidemias culturales como práctica endémica de los(as) estudiantes de hoy.

2 hrs.

PROCESOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO
MOTIVACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> - Bienvenida - Exposición dialógica de la facilitadora sobre hackers, traficantes de personas, páginas censuradas, Deep, rituales en el ciberespacio. - Visualizan video sobre efectos de las EC en la educación. 	Lista de asistencia Retroproyector Laptop USB	35'
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> - En 4 grupos de 20 estudiantes elaboran un FODA sobre epidemias culturales. Plenaria. - Exposición dialógica de la facilitadora sobre la importancia de una educación de calidad. Plenaria. - Leen y reflexionan sobre material impreso. - Plenaria - Elaboran un listado de todas las epidemias culturales que conocen. 	Libreta Lapiceros Material impreso Papel sábana plumones	50'
METACOGNICIÓN	- ¿Qué conocimientos nuevos y prácticas internalicé hoy?		20'
	EVALUACIÓN	Guía de observación	
FINAL	<ul style="list-style-type: none"> - Música ecológica. - Departen ágape. Participan de sorteo. - Intercambio de mensajes escritos que cada programaista entrega al otro sobre la temático del programa. 	Grabadora CDs Sorteo Refrigerio	15'
VALORES TRABAJADOS	REFLEXIÓN, SENSIBILIZACIÓN, INCLUSIÓN, ALEGRÍA, LIDERAZGO		

Fuente: Elaboración propia basado en modelo Best Alva-Postgrado UCV/2014

ANEXO N° 09
FOTOGRAFÍAS

Trabajando el material impreso









ANEXO N° 10

Prueba de homogeneidad marginal

	Dimensión cognitiva, afectiva y conductual : Postest & Dimensión cognitiva: Pretest
Estadístico MH estándar	8.806
valor-p	0.000

ANEXO N° 11

OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

D1: COGNITIVA	PMÁX	65	
	PMÍN	13	
	DIFERENCIA	52	
	ENTRE 3	17.333333	
	13 a 30	No lo logra	1
	31 a 48	Logro en proceso	2
	49 a 65	Lo logra	3
D2: AFECTIVA	PMÁX	35	
	PMÍN	7	
	DIFERENCIA	28	
	ENTRE 3	9.333333	
	7 a 16	No lo logra	1
	17 a 26	Logro en proceso	2
	27 a 35	Lo logra	3
D3: CONDUCTUAL	PMÁX	75	
	PMÍN	15	
	DIFERENCIA	60	
	ENTRE 3	20	
	15 a 35	No lo logra	1
	35 a 55	Logro en proceso	2
	56 a 75	Lo logra	3

Fuente: Pre y Post-test 2015