



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



**INFLUENCIA DE LA TECNOLOGÍA MODERNA EN LA CRISIS
DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE 4TO
Y 5TO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA
COMERCIO 32 M.H.C. JULIACA, 2019**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. LEONARDA BELIZARIO CAPACOILA

Bach. CECILIA QUISPE MAMANI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

A Dios por su eterna gratitud y bondad, por darme la oportunidad de vivir y de ser guía en mi camino, brindarme salud y permitirme estar cerca de los seres que más aprecio en mi vida.

Con profundo agradecimiento, eterno amor y respeto dedico este proyecto a mis padres que son la razón de mí existir y quienes con mucho esfuerzo y comprensión me han acompañado a lo largo de mi vida velando por mi bienestar y educación, inculcándome valores para desarrollarme como persona y profesional.

A mi hermano por darme la fortaleza y por su apoyo incondicional.

Leonarda



DEDICATORIA

A Dios, por darme sabiduría y protección en este largo recorrido del proceso de la tesis y darme las fuerzas para seguir ante todo tipo de dificultades.

A mis padres por ser el pilar fundamental en la formación profesional y personal con valores, por su apoyo incondicional en momentos difíciles para encarar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento.

De la misma manera a mis hermanos(as) y mi esposo por la confianza, el aliento y motivación que me brindaron para mi superación profesional.

Cecilia



AGRADECIMIENTO

Agradecer a la Universidad Nacional del Altiplano – Puno a la Escuela Profesional de Sociología, como entidad académica Licenciada y Acreditada por habernos brindado la formación profesional y la oportunidad de cumplir nuestros objetivos como estudiantes y profesionales.

A la plana de docentes de la Escuela Profesional de Sociología, quienes nos inculcaron los valores en el proceso de nuestra formación.

Al director y asesor de tesis Dr. Manuel Estofanero Sucapuca, por su paciencia y comprensión, y por las orientaciones teóricas, conceptuales y metodológicas brindadas durante el desarrollo del trabajo de investigación.

Al presidente y a los miembros del jurado por sus valiosas sugerencias, comentarios y recomendaciones que contribuyeron a la mejora y perfeccionamiento de los resultados de la investigación.

Finalmente agradecer inmensamente a los estudiantes del colegio comercio 32 por su tiempo, confianza en las experiencias vividas durante el transcurso de la investigación y comprensión en el desarrollo de las encuestas aplicadas para el desarrollo de la presente tesis.

A todos ellos, nuestro agradecimiento y gratitud



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

RESUMEN 12

ABSTRACT..... 13

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 15

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 18

1.2.1. Problema general 18

1.2.2. Problemas específicos 18

1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 19

1.3.1. Hipótesis general 19

1.3.2. Hipótesis específicos 19

1.4. JUSTIFICACIÓN..... 19

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 20

1.5.1. Objetivo general 20

1.5.2. Objetivos específicos 20



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
2.2. MARCO TEÓRICO	26
2.2.1. Teoría de la identidad cultural de Stuart Hall.....	26
2.2.2. Teoría de la construcción social de la identidad cultural	27
2.2.3. Teoría de homo videns la sociedad teledirigida	32
2.2.4. Modelo constructivista con las nuevas tecnologías.....	39
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	41
2.3.1. Tecnología	41
2.3.2. Televisión	42
2.3.3. Internet.....	42
2.3.4. Identidad	42
2.3.5. Cultura	43
2.3.6. Identidad cultural.....	44

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO	45
3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO	48
3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO.....	49
3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN	49
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	49



3.6. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	49
3.7. UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.8. UNIDAD DE OBSERVACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	50
3.9. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	50
3.10. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	52
3.11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	52
3.12. DISEÑO ESTADÍSTICO.....	53

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ASPECTOS GENERALES.....	55
4.2. NIVEL DE IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES	56
4.3. NIVEL DE USO DE LA TECNOLOGÍA MODERNA , TELEVISIÓN , INTERNET Y CELULAR.....	67
4.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS	85
V. CONCLUSIONES.....	98
VI. RECOMENDACIONES	100
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	101
ANEXOS.....	107

Área: Ciencias Sociales

Línea: Sociolingüística e interculturalidad

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 03 de marzo del 2021



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del distrito de San Román	46
Figura 2. Mapa del colegio Comercio 32 M.H.C.	48
Figura 3. Idioma materna.....	57
Figura 4. Vergüenza al hablar el idioma materna con los demás	58
Figura 5. Padres que se identifican con la cultura de su tierra natal.....	60
Figura 6. Conocimiento de las tradiciones, costumbres y ritos de su tierra natal.....	61
Figura 7. Vestimenta tradicional y a la moda	62
Figura 8. Estudiantes que salen con frecuencia a la calle con sus padres	64
Figura 9. Te identificas con lo que ves en la televisión, internet y celular.....	66
Figura 10. El uso de tecnologías con más frecuencia.....	67
Figura 11. Utilización del internet	69
Figura 12. Programa que ven en la televisión.....	71
Figura 13. Te gusta estar a la moda que ves en la televisión.....	73
Figura 14. Cuál de las aplicaciones utiliza con mayor frecuencia en el celular	74
Figura 15. Cuanto tiempo ve la televisión durante el día	76
Figura 16. Cuanto tiempo utiliza el celular durante el día.....	77
Figura 17. Cuanto tiempo utiliza el internet durante el día	78
Figura 18. Con qué frecuencia utilizas el internet y celular en casa.....	81
Figura 19. Con qué frecuencia ves la televisión en casa	82
Figura 20. Dejarías de ver y utilizar la televisión, internet y celular	83
Figura 21. La importancia de la televisión, internet y celular	84



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Límites del distrito de Juliaca	46
Tabla 2. Población de estudiantes de I.E.S.Comercio 32 M.H.C.	50
Tabla 3. Valores de correlación R de Pearson	53
Tabla 4. Aspecto general de los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32 M.H.C. Juliaca	55
Tabla 5. Cuál es su idioma materno.....	56
Tabla 6. Se avergüenza de hablar su idioma materno con los demás	58
Tabla 7. Tus padres se identifican con la cultura de su tierra natal	60
Tabla 8. Conoce las tradiciones, costumbres y ritos de tu tierra natal.....	61
Tabla 9. Prefieres vestirse con ropa tradicional de tu tierra o con la ropa a la moda....	62
Tabla 10. Con que frecuencia sales a la calle con tus padres	64
Tabla 11. Te identificas con lo que ves en la televisión, internet y celular	65
Tabla 12. Cuál de las tecnologías utilizas con más frecuencia.....	67
Tabla 13. Para que utilizas el internet.....	69
Tabla 14. Qué programa ve en la televisión	71
Tabla 15. Te gusta estar a la moda que muestra la televisión.....	72
Tabla 16. Cuál de las aplicaciones utiliza con mayor frecuencia en el celular.....	74
Tabla 17. Cuanto tiempo ve la televisión durante el día.....	76
Tabla 18. Cuanto tiempo utiliza el celular durante el día	77
Tabla 19. Cuanto tiempo utiliza el internet durante el día.....	78
Tabla 20. Con qué frecuencia utilizas el internet y celular en casa	81
Tabla 21. Con qué frecuencia ves la televisión en casa.....	82
Tabla 22. Dejarías de ver y utilizar la televisión, internet y celular	83
Tabla 23. Es importante la televisión, internet y celular.....	84



Tabla 24. Prueba de hipótesis general.....	86
Tabla 25. Prueba de hipótesis específica 1	88
Tabla 26. Prueba de hipótesis específica 2	91
Tabla 27. Prueba de hipótesis específica 3	94



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

FEM: Foro Económico Mundial

INEI: Instituto Nacional de Estadística e Informática

IGTIC: Informe Global de Tecnologías de la Información y comunicación

IES: Institución Educativa Secundaria

MHC: Mariano Hilario Cornejo

PNA: Plan nacional de Adicciones

PEA: población económicamente activa

RAE: Real Academia Española



RESUMEN

El propósito de la presente investigación es explicar la influencia de la tecnología moderna que significa hablar de internet, televisión y celular en la crisis de la identidad cultural de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C. El estudio se desarrolló con la metodología cuantitativa de carácter explicativo y de nivel micro. El universo de estudio está conformado por 287 estudiantes del 4to y 5to de secundaria; la muestra aleatoria simple fue de 165 estudiantes. Las técnicas e instrumentos utilizados en el proceso de recolección de información estuvieron conformados principalmente por la encuesta y cuestionario respectivamente. Los resultados obtenidos muestran que la influencia entre la tecnología moderna y la crisis de identidad cultural de los estudiantes es negativa. Los estudiantes perciben en internet, televisión y celular son diferentes programas, comedias, novelas y redes sociales que transmiten estilos de vida y hábitos fuera de la cultura originaria y distorsionan los valores, deformando la construcción cultural de los estudiantes por su impacto negativo, cuando rechazan y sienten vergüenza por los suyos, su idioma, su cultura. Los estudiantes en su vida cotidiana utilizan tecnologías modernas dedicándole la mayor parte de su tiempo libre en internet, televisión y celular antes de realizar otras actividades fuera de clases.

Palabras Clave: Identidad cultural, institución educativa, cultura originaria, sociedad estudiantil, tecnología moderna.



ABSTRACT

The purpose of this research is to explain the influence of modern technology that means talking about the internet, television and cell phones in the crisis of the cultural identity of the students of the Secondary Educational Institution Comercio 32 M.H.C. The study was developed with the quantitative methodology of an explanatory nature and at a micro level. The universe of study is made up of 287 students from the 4th and 5th of Secondary; the simple random sample was 165 students. The techniques and instruments used in the information gathering process consisted mainly of the survey and questionnaire respectively. The results obtained show that the influence between modern technology and the crisis of cultural identity of students is negative. Students perceive on the internet, television and cell phones are different programs, comedies, novels and social networks that transmit lifestyles and habits outside the original culture and distort values, deforming the cultural construction of students due to their negative impact, when they reject and they feel ashamed for their own, their language and their culture. Students in their daily lives use modern technologies, dedicating most of their free time to the Internet, television and cell phones before doing other activities outside of class.

Key Words: Cultural identity, educational institution, original culture, student society, modern technology.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

La identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. Por lo tanto, la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria es debido a la influencia de la tecnología moderna principalmente por el uso frecuente de la televisión, internet y celular. Es evidente que el progreso tecnológico como la televisión, internet y celular son necesarios y beneficiosos para el desarrollo y ampliación del conocimiento en los adolescentes y jóvenes, sin embargo, los contenidos de las tecnologías son el máximo exponente de otras culturas y provoca a que el espectador perciba pasivamente el contenido que ofrece fuera de su cultura originaria, y sin pensar los espectadores lo asimilan y ponen en práctica. Por otro lado, el uso inadecuado de las tecnologías se vuelve en una adicción en la mayoría de los estudiantes ya que pasan la mayor parte de su tiempo utilizando las tecnologías que no brindan información real y aísla a los estudiantes de su cultura originaria y también de sus obligaciones principales como estudiantes.

En este sentido, el estudio denominado tiene como objetivo explicar la influencia del internet, televisión y celular en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32.

La investigación consta de cuatro capítulos: En el capítulo I comprende el planteamiento del problema, las hipótesis de investigación, la justificación y los objetivos de la investigación, en el capítulo II muestra la revisión de literatura con el marco teórico, antecedentes de la investigación y el marco conceptual; el capítulo III presenta los materiales y métodos, la caracterización del ámbito de estudio, periodo de duración del



estudio, procedencia del material utilizado, tipo de investigación, el diseño, nivel de investigación, las unidades de análisis y observación, la determinación de la población y la muestra de estudio, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la técnicas de procesamientos y análisis de datos; en el capítulo IV presenta los resultados y discusión considerando los ejes fundamentales del estudio, seguidamente se presentaron las conclusiones y recomendaciones, finalmente se citan las referencias bibliográficas consultadas durante todo el proceso de investigación y adjuntando los anexos necesarios.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hablar de la identidad cultural en América Latina es muy compleja, ya que las transformaciones de la tecnología moderna tienen sus ventajas y desventajas, posibilitando una crisis de la identidad cultural principalmente en los adolescentes provenientes de zonas rurales. Al respecto Garretón y Rojo (2006), sostienen que “el desarrollo de nuevas tecnologías y la construcción de la sociedad de la información, han producido un fenómeno de explosión identitaria” (p.45). Es decir, la tecnología moderna en la sociedad trae ventajas que favorece a las personas, pero tiene riesgos que genera crisis en la identidad en los adolescentes. En este mismo sentido, Tenorio (2011) señala que, en Colombia “las culturas tradicionales están alejadas, arrinconadas e excluidas de la sociedad dominante que las rodeaba, debido a los cambios acelerados y los padres ya no están transmitiendo a sus hijos y nietos su cultura tradicional” (p.63). En consecuencia, el futuro de los adolescentes ya no está siendo marcado por las huellas de los antepasados lo cual ha generado la crisis de la identidad cultural. Lo mismo ocurre en el caso de Chile, los jóvenes:

No tienen apego a sus raíces culturales, se sienten desarraigados, no tienen pertenencia, sus intereses los llevan hacia otros campos, se escabullen, se diluyen, no tienen horizontes claros, no les gusta hablar en su lengua de origen, se



avergüenzan de hacerlo, (...) ya que los jóvenes están en contacto estable con cultura dominante y con facilidad aceptan nuevas costumbres para resistir en el mundo de los padres. (Garrido, 1998, p.18)

A nivel nacional, uno de los principales problemas que se vive en Perú es la presencia de la crisis de identidad cultural ya que la gran parte de los peruanos no se identifica con su cultura originaria. Según Turpo (2009) afirma:

La identidad cultural se pierde en el tiempo y el espacio histórico de la invasión y colonización euro-española y republicana, y el hecho de que se haya impedido la práctica de nuestras lenguas, de nuestras tradiciones, costumbres, ritos espirituales, etc. es debido a las distintas manifestaciones culturales alienantes y aculturantes que niegan la identidad cultural de los quechuas, aimaras, amazonenses y de los mestizos. (p.2)

Por otra parte, Ansion, et al. (2007) manifiesta que “las injusticias culturales se mantienen en el Perú, la población no tiene rasgos físicos ni culturales asumidos clásica generalmente como occidentales no pueden comunicarse siguiendo sus propios patrones de conducta ni hacer visible sus prácticas y creencias sin ser discriminados” (pp. 134-135). En consecuencia, no pueden mejorar su calidad de vida sin perder su cultura.

A nivel local, la crisis de identidad cultural está relacionada con el proceso de cambio de la tecnología moderna y su impacto en la identidad cultural. Este fenómeno se ve claramente en “la irrupción de las nuevas tecnologías ha sido uno de los factores principales de cambio y el interés por el mundo tecnológico” (Llopis y Bartomeu, 2014, p.5). Por lo tanto, los avances tecnológicos en la sociedad principalmente el internet, la televisión y celular proporcionan modelos para imitar, marcas de identidad, formas de lenguaje, etc. que destruyen registros culturales en los estudiantes. Al respecto Soler



(2008) sostiene que “la presencia constante de los medios de comunicación hace el uso habitual de la televisión, internet, celular, páginas web, videos juegos, dvds, etc.; estos medios de comunicación son cada vez más relevantes en la vida diaria” (p.2). Se sabe que “la televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño, entretienen y divierte, si la televisión transforma todo en espectáculos, entonces la valorización cambia” (Sartori, 1998, p.42). Todo ello genera crisis de identidad cultural en las personas, es decir, que las personas ya no se identifican con su cultura originaria (las costumbres, las creencias, tradiciones, etc.) sino, emitan otras culturas que ven en la televisión, internet y celular.

Juliaca es una ciudad con diversos problemas sociales, entre ellos está la crisis de identidad cultural en los estudiantes de educación secundaria debido a la influencia de la tecnología moderna principalmente por el uso frecuente de la televisión, internet y celular. Es evidente que el progreso tecnológico como la televisión, internet y celular es necesario y beneficioso para el desarrollo y ampliación del conocimiento en los adolescentes y jóvenes, sin embargo, dichas tecnologías es el máximo exponente de otras culturas y provoca a que el espectador perciba pasivamente el contenido que ofrece fuera de su cultura originaria, y sin pensar los espectadores lo asimilan y lo ponen en práctica. Por otro lado, el uso inadecuado de las tecnologías se vuelve en una adicción en la mayoría de los estudiantes ya que pasan la mayor parte de su tiempo utilizando las tecnologías que no brindan información real y aísla a los estudiantes de su cultura originaria y también de sus obligaciones principales como estudiantes.

En la posmodernidad la identidad cultural de las personas se construía a partir de la socialización primaria que viene a ser el núcleo de la familia, esta viene a ser la base de la influencia para la construcción de la identidad cultural, seguido de la comunidad en la que se desarrollan como personas, en cambio, hoy en día esto ha sido desplazo por lo



secundario como la escuela y las tecnologías modernas que viene a ser el centro de influencia para la nueva construcción de la identidad. Por lo tanto, nuestros espacios de sociabilización han cambiado a nivel mundial donde la tecnología ha tomado nuevas riendas creando nuevos espacios de sociabilización para la construcción de la identidad cultural en donde se ha perdido el valor y el respeto hacia la familia. La idea principal de esta investigación se enfoca en abordar la influencia de la tecnología moderna desde la televisión, internet y celular que hoy en día es el centro y base para la construcción de la identidad en los estudiantes.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la influencia de la tecnología moderna en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C., 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Qué observan los estudiantes de 4to y 5to de secundaria en internet, televisión y celular que genera crisis de identidad?
- ¿Cuánto tiempo dedican los estudiantes de 4to y 5to de secundaria en acceder al internet, televisión y celular que afecta la identidad cultural?
- ¿Cuáles son los efectos de la influencia del internet, televisión y celular en la identidad cultural de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria?



1.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Hipótesis general

La influencia del internet, televisión y celular en la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria es negativa porque causa rechazo, negación y vergüenza de su propia cultura.

1.3.2. Hipótesis específicos

- Los estudiantes de 4to y 5to de secundaria observan en internet, televisión y el celular espectáculos, programas de reality, telenovelas que transmiten estilos de vida y hábitos que están fuera de la cultura originaria.
- Los estudiantes del 4to y 5to de secundaria acceden la mayor parte de su tiempo a internet, televisión y celular antes que sus actividades diarias.
- Los estudiantes del 4to y 5to de secundaria al acceder a internet, televisión y el celular crean dependencia y adicción que afecta la identidad cultural.

1.4. JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Juliaca se presencia la crisis de identidad cultural en los estudiantes, debido a la influencia de la tecnología moderna, ya que los estudiantes en la actualidad no se identifican con su cultura originaria como: el lenguaje (quechua o aimara), las costumbres, las tradiciones, etc. sino vienen asimilando otras culturas dominantes por medio de la tecnología moderna principalmente el internet, la televisión y el celular. Dicha tecnología permite a los estudiantes acceder a la información inmediata en cualquier parte del mundo y posibilita la fluida y constante comunicación entre personas, por lo que ha tomado un papel esencial en la vida cotidiana. Sin embargo,



esta misma tecnología transmite estilos de vida, hábitos, modos de hablar, modos de vestir, etc. que están fuera de la cultura originaria e influyen negativamente a los adolescentes y jóvenes que terminan asimilando y practicando lo que perciben y como consecuencia rechazan, niegan y se avergüenzan de su cultura originaria.

La presente investigación busca explicar el problema de identidad cultural que presentan los estudiantes de 4to y 5to de secundaria, quienes al no tener identidad propia están adoptando otras identidades culturales, debido a la influencia de internet, la televisión y el celular que hoy en día viene a ser parte de la tecnología moderna. Por lo que esta investigación permitirá estudiar y conocer el tema a un nivel más amplio.

Finalmente, la investigación sirve como punto partida para reforzar y generar nuevos espacios para abordar el tema de identidad cultural con la finalidad de recuperar, preservar, valorizar y difundir la identidad originaria en la sociedad estudiantil, que servirán para profundizar nuevas investigaciones vinculadas al tema.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Explicar la influencia del internet, televisión y celular en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C., 2019.

1.5.2. Objetivos específicos

- Analizar lo que observan los estudiantes del 4to y 5to de secundaria en el internet, televisión y celular que afecta la identidad cultural.



- Describir el tiempo que dedican los estudiantes del 4to y 5to de secundaria al internet, televisión y celular que genera crisis de identidad cultural.
- Explicar los efectos de la influencia del internet, televisión y celular en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria que afecta la identidad cultural.



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se consideró resultados de estudios relacionados al problema como: artículos científicos, artículos de revista, tesis, entre otros. Los cuales están organizados en tres ámbitos internacional, nacional y local que son los siguientes:

La complejidad de las sociedades latinoamericanas y la diversidad de sus tradiciones implican serios problemas sobre la crisis de identidad cultural. Según Turpo (11 de Octubre del 2009) en su estudio *“El trauma colonial y la identidad cultural pérdida”*, sostiene que la identidad perdida se manifiesta en la imposición de otra identidad, sobre todo, en la identificación con el otro, que puede ser la cultura anglosajona, por ejemplo: la lengua, el vestido, la moda, la música y otros elementos culturales son asimilados por una buena parte de la sociedad citadina indígena y no indígena, que en más de una ocasión provoca violencias traumáticas propias de una sociedad colonial sea esta capitalista o socialista.

Según Barquero y Calderón (2016) en su estudio *“influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo adolescente y posibles desajustes”*, tuvo como objetivo analizar la influencia de nuevas tecnologías tales como el internet, telefonía móvil y video juegos en el desarrollo de los adolescentes. En la que concluye que, los adolescentes acceden en un alto porcentaje al uso de nuevas tecnologías con fines informáticos, de comunicación, en la que han experimentado cambios en las costumbres, hábitos y actitudes; pero también provoca una sensación de no saciedad en los que lo utilizan y



genera una pérdida de costumbres, tradiciones, religión; incluso se presencia pérdida del control de los impulsos al competir en videojuegos y juegos en línea. Toda la tecnología nueva crea necesidades y no soluciones.

De igual manera García, López y Jiménez (2014) en su estudio *“los riesgos de los adolescentes en internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de internet”*, cuyo propósito es describir los riesgos de los adolescentes (12 a 17 años) en internet y en las redes sociales dentro del contexto español. La metodología es de carácter descriptivo y con una muestra estratificado. Concluye que, las redes sociales se han convertido en las plataformas de promoción de producto y servicios, con una clara relevancia de publicidad sobre bares y discotecas (49.1%); páginas de belleza y moda (37.7%) seguido por concursos con premios económicos (30.5%) también están los juegos de horóscopos y videntes (24.8%).

Según Pérez (2013) en su investigación *“propuesta de un programa educativo de identidad cultural, para la institución educativa nacional “Jaén Bracamoros”, en la provincia de Jaen, región Cajamarca”*, cuyo propósito es diseñar un programa educativo para contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural, en los estudiantes del 3° de E.S., de la I.E.N. Jaen de Bracamoros. La metodología es de tipo cuantitativo de carácter descriptiva y la población muestral fue 175 estudiantes. Concluye que el 2.86% de los estudiantes no tiene conocimiento o interés en identificarse con su cultura natural y un 0.57% se identifica con su comunidad y por ende tienen conocimiento al respecto de identidad cultural.

En ese mismo sentido, Berrospi (2014) en su investigación *“el entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos en la ciudad de Huánuco, 2012”*, cuyo propósito es describir el impacto de dichos programas de entretenimiento de



televisión en la formación y desarrollo de la identidad cultural en los alumnos de secundaria en los colegios emblemáticos. El diseño que se empleó fue descriptivo correlacional y la población muestral es 539 alumnos. Concluye que los medios de comunicación como la televisión cuyos programas de entretenimiento a nivel nacional ejercen un impacto negativo en la identidad cultural de los alumnos. Dichos programas no contribuyen en los valores de su identidad cultural, provocando el desconocimiento de la cultura peruana, por lo tanto, la pérdida de identidad cultural se manifiesta cuando el alumno rechaza y siente vergüenza de los suyos, su idioma, su cultura; la pérdida de la identidad cultural se produce cuando los valores de otra realidad sustituyen a los elementos culturales locales.

Según Yanarico (2008) en su investigación *“la televisión y su influencia en la pérdida de la identidad cultural en los alumnos de tercer grado de la I.E.S. comercio 32 “MHC” de Juliaca, 2007”*, cuyo propósito fue determinar el nivel de influencia de la televisión en la pérdida de identidad cultural en alumnos de tercer grado de la Institución Educativa Secundaria comercio 32 “Mariano Hilario Cornejo” de Juliaca, 2007; la metodología de la investigación es descriptivo simple a partir de las encuestas y entrevistas a los estudiantes conoceremos las causas sobre la influencia de la televisión en la pérdida de la identidad cultural teniendo como población de 455 estudiantes; se concluye que: la televisión es un factor condicionante de alto nivel ya que influye con gran intensidad en la pérdida de la identidad cultural; los programas televisivos son determinantes en el comportamiento de alumnos, ya que al observarlos, estos tienden a familiarizarse con dichos programas, poniéndolos dentro de su preferencia y admiración, llegando así a imitar todo tipo de vestimenta, comportamiento incluso hasta la forma de pensar.



Según Gordillo (1997) en su investigación *“factores que motivan la pérdida de la identidad cultural en los alumnos del cuarto grado del CES. Unidad San Carlos”*, cuyo propósito es determinar la actitud de los alumnos del CES Unidad San Carlos de Puno, frente las principales manifestaciones culturales propias de la región, producto de la influencia de factores como: la educación, medios de comunicación, la familia, la sociedad, etc. El diseño metodológico de la investigación es de tipo descriptivo, causal, explicativo, tiene la finalidad de proporcionar motivadores en la actitud de los alumnos frente a la identidad cultural, a fin de proporcionar datos que serán analizados, y la población de estudio que se obtuvo a través del tamaño de muestra es de 172, en la que concluye que, los factores que más influyen en la pérdida de la identidad cultural son: la educación, que no está de acuerdo con una programación curricular adecuada para la sub región y de tal forma no está acorde a la realidad de los diferentes pueblos andinos, los medios de comunicación principalmente la TV que con sus programas fomentan imágenes como novelas, dibujos animados, y otros, pero no así programas culturales, de igual forma las radios-emisoras, estos factores que orientan la pérdida de la identidad cultural es de 65%. Por otra parte, tienen actitudes negativas frente a los productos alimenticios andinos y la música, la danza autóctona, las costumbres y la lengua quechua y aimara tiene un rechazado de 70%.

Quispe (2013) en su investigación *“influencia del alcoholismo en la pérdida de la identidad cultural en la población urbana del distrito de Ayaviri”*, tiene como propósito determinar el nivel de influencia del alcoholismo en la pérdida de la identidad cultural de los pobladores de Ayaviri, la investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo aplicando la etnometodología para describir e interpretar la influencia del alcoholismo de la población de 30 habitantes del distrito de Ayaviri, en la que concluye que, se ha identificado que el distrito de Ayaviri, posee una diversidad de tradiciones históricas



sociales y culturales, sin embargo, los elementos que originan la pérdida de la identidad cultural son: el consumo excesivo del alcohol y la interpretación errónea de las festividades, la venta desmesurada de bebidas alcohólicas y la educación deficiente.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teoría de la identidad cultural de Stuart Hall

Hall y Gay (2003) en sus propias palabras la formación de la identidad tiene que ver con cuestiones de la historia, la lengua y la cultura, la identidad se forma a través de la vida, de las experiencias de su manera de interactuar y comunicarse con los otros, la cultura viene de la materia prima, que esta sólo se entiende al ser vivida.

Las identidades nunca se unifican, nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes. “La identidad cultural es definida como expresión de una cultura compartida, una historia y ancestralidad comun, que remite a un sí mismo, a una unicidad verdadera y colectiva” (Restrepo, 2014, p. 86).

Entonces, toda identidad tiene un contenido intrínseco y esencial definido por una cultura compartida, a través de un origen común o unas experiencias comunes, y que se presenta como una identidad plenamente constituida e independiente y “que todo ser humano vive en la esfera de su cultura” (Sartori, 1998, p. 38).

Respecto a la tecnología moderna como el celular, internet y televisión son medios de información y comunicación han demostrado innovación en aspectos como la transmisión de la información y del conocimiento o hacia la comunicación entre las personas. Entonces, los medios modifican las claves de percepción, el pensamiento, la efectividad y las relaciones sociales, es decir, la influencia de estos



medios puede verse fácilmente en la transformación de aspectos cotidianos de nuestra vida. En este sentido Hall (citado por Restrepo, 2014) afirma que:

No hay duda que los medios han destacado como canales para la producción y distribución de la cultura absorbiendo las esferas de la comunicación pública, ha colonizado la esfera cultural e ideológica siendo, cada vez más, responsables suministrar la base a partir de la cual se construye una imagen de las vidas, significados, prácticas y valores de los otros grupos y clases, pero también se suministra imágenes, representaciones e ideas de alrededor de las que las fragmentaciones; hablamos de la construcción de la imagen social que nos hace percibir un mundo global inteligible integrando los mundos de otro y los nuestros en una sociedad vivida. (p. 67)

Nadie duda que las nuevas tecnologías y sobre todo sus constantes y sorprendentes novedades nos lleva al mundo de la enseñanza como medio o bien como medios de otros campos. Por lo tanto, la tecnología no suele ser el problema, sino, más bien es la falta de formación que se tiene en su uso en la vida, ya que se trata de tecnologías fuertemente atrincheradas en nuestra sociedad, de este modo, no parecen escapar a nuestra capacidad de elección y control que ocasiona efectos negativos en la vida.

2.2.2. Teoría de la construcción social de la identidad cultural

La identidad cultural está alcanzando dimensiones más dilatadas no solo en las sociedades complejas, sino también en las sociedades simples. En la actualidad la identidad cultural atraviesa una crisis profunda por efecto del proceso tecnológico de los medios de comunicación que ocasionan el creciente desapego de la tradición (memoria histórica escrita y oral), como del proceso de desarraigo debido a la



emigración y a la movilidad territorial por buscar trabajo. Por tanto, la identidad es considerada como el conjunto de lazos y descubrimientos que se van construyendo en sí mismos a partir de las experiencias internas y externas en las relaciones sociales con otros individuos y que se manifiestan a través del lenguaje.

En este mismo horizonte cabe mencionar a Ansion et al. (2007) para él la identidad son, “construcciones sociales que tienden a definirse como lo propio dentro de un conjunto social y en la medida que van señalando las fronteras de algo o alguien y de este modo van marcando la diferencia respecto de los otros” (p.13). Por ello las identidades son construcciones sociales; de esta manera, ser indígena puede ser considerado, culturalmente, como elemento anodino; pues cada persona que dice ser parte de una comunidad en visiones de costumbre, reglas de comportamiento, gustos artísticos y culinarios, creencias y formas de vivir. Todos estos elementos cambian con el tiempo y con las relaciones sociales que se establecen. Maalouf (1999) por su parte, establece un acercamiento importante y considera que:

La identidad de una persona está constituida por una infinidad de elementos, la gran mayoría de la gente, pertenece a una tradición religiosa; a una nación y en ocasiones a las dos; y podemos sentirnos pertenecientes, con más o menos fuerza a una provincia, a un pueblo, a un barrio, a un clan, a un equipo deportivo o profesional, a o una pandilla de amigos, a un sindicato, etc. (pp.7-8)

Por lo tanto, la formación de la identidad es una experiencia que se va construyendo en permanente tensión desde afuera y condicionadas en la que intervienen diversos factores. La teoría de construcción de la identidad:

Contiene una base ontológica, además de una base social o cultural. La base ontológica de la identidad es donde los seres humanos somos animales que se



auto interpretan y la base social o cultural de la identidad corresponde a la participación innegable de los otros y del contexto de la comunidad que cada uno es. Es decir, que los marcos de referencia culturales son los que permiten la inteligibilidad de qué y quiénes somos. Ambas bases, la ontológica y la social o cultural están determinadas y articulados en el lenguaje. (Taylor citado por Zárate, 2015, pp. 120 -121)

Desde la perspectiva de Taylor nos quiere decir, que la identidad se construye en base de lenguaje y la relación social en el marco de la comunidad, en la que el sujeto no decide o no elige las fuentes de su identidad, ya que la comunidad es una fuente para construir la identidad.

En contraposición a la postura de Taylor, Sen (citado por Zárate, 2015) considera que la “identidad es una elección que se deriva solo de la libertad individual del sujeto, es decir, que la identidad de las personas debe ser producto solo de la elección racional” (p. 121). Entonces para Sen, la visión de Taylor es entendida a encasillar a los individuos en identidades únicas; dejando a fuera el entorno que solo empobrece a los individuos en cambio la libertad es un elemento esencial para construir la identidad cultural.

En este sentido opuesto, Taylor tiene una postura distinta pero no necesariamente contraria a la de Sen. Para Taylor la “libertad positiva es una capacidad del sujeto, pero la libertad plena no puede ser fuente de identidad” (Zarate, 2015, p. 124); ya que esta libertad es solo una reducción de la identidad. Porque, concebir una libertad plena sin contexto social no tienen sentido, es una libertad vacía que se puede ejercer.

Para Taylor el marco de inteligibilidad o significado se basa en el lenguaje, la comunidad o grupo es entendida como una comunidad lingüística en el sentido de



comunicación, entendimiento, sentido y significado. Por lo tanto, el lenguaje le es dado a la persona a través de la comunidad a la que pertenece y no surge de la propia persona, por lo tanto, el “lenguaje nos sirve para identificarnos unos con otros, y para la narración que hago para mí mismo y para los demás de lo que soy y de quién soy” (Zárate, 2015, p. 126).

“La perspectiva constructivista, señala que la identidad no es algo que se hereda sino algo que se construye. Por lo tanto, no es algo estático, sólido o inmutable, sino que es dinámico” (Pérez, 2011, p. 1).

La socialización en las sociedades más tradicionales puede crear unas identidades socialmente definidas de antemano; por lo contrario, en las sociedades complejas, los procesos de sociabilización convierten en un laberinto las trayectorias individuales para los que pretenden aprehender la realidad social, estas trayectorias individuales en una sociedad van perfilando la construcción de la identidad. En cuanto a la construcción de identidad, Berger y Luckman (2003) afirma que:

El niño acepta los roles y actitudes de los otros significantes, ósea que la internaliza y se apropia de ello y por esta identificación con los otros significantes el niño se vuelve capaz de identificarse él mismo, de adquirir una identidad subjetiva coherente y plausible. (p.165)

En otras palabras, el yo es una entidad reflejada, porque las actitudes que primeramente adoptan otros significantes; el individuo llega a ser lo que otros significados lo consideran; en esta misma medida, Ansion, et al. (2007) afirma que “La identidad, por ello, es aquello que cada cual considera como lo propio y que cumple la función de delimitar al individuo y, al mismo tiempo, de expresar su diferenciación plena ante los otros y el mundo” (p. 15).



Cultura e identidad van de la mano, pero no es lo mismo, la identidad es un efecto de la cultura, según Mercado y Hernández (2010) indica que:

La identidad no sólo es efecto de la cultura, también es condición necesaria para que exista, precisamente a partir de las representaciones culturales, normas, valores, creencias y símbolos que los individuos van interiorizando a lo largo de su vida; es posible la reproducción y transformación de la cultura.
(p. 246)

Esto implica que la identidad no surge en forma espontánea, por el contrario, se trata de una construcción de los miembros de la comunidad que realizan a partir de la cultura que poseen en un contexto social determinado. El hecho que las identidades estén en proceso de construcción no quiere decir que no muestren una cierta regularidad en la dispersión que opera por los efectos que las sedimentaciones inscriben en los sentidos y prácticas. Por lo tanto, “la identidad cultural se trata de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es juzgado, valorado y apreciado” (Cepeda, 2018, p. 254); en esta misma línea para, Molano (2007) afirma que “la identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual comparte rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (p. 73).

Las personas son construcciones sociales en la medida en que dependen de la interpretación que de sus rasgos característicos que hagan la diferencia a las otras personas, con quienes interactúan significativamente. Las personas son una cuestión de interpretación y no simplemente algo que se descubre; es decir, las personas dependen del contexto social, de las interpretaciones y las prácticas. Cada persona en



su obrar actúa según una identidad cultural que adquiere, define, modifica y vuelve a definir a lo largo de un proceso que dura toda su existencia. Para Castell (2001) afirma que:

La identidad es el proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado en virtud sobre todo de un atributo o conjunto de atributos culturales determinados, con la exclusión de una referencia más amplia de otras estructuras sociales. (p. 15)

Los estudiantes del comercio 32 M.H.C. están en un proceso de adolescencia donde se asientan las bases para la construcción de su identidad, teniendo como influencia a diversos aspectos de su entorno; sabemos que hoy en día se observa que los estudiantes están siendo consumidos por la innovación de las tecnologías modernas de los medios de comunicación ha transformado a los seres humanos a semejanza que ella quiere. Los estudiantes en el proceso de adolescencia van construyendo su identidad, les van interesando las opiniones de su alrededor que esperan del él y cómo creen que sea en su futuro. En este sentido los estudiantes deben construir una identidad no fundada en los deseos o imaginarios de la apariencia, sino de acciones reales, efectivas en las que aprender sea un gusto y una necesidad para hacer personas como base en la relación con los otros y con el mundo.

2.2.3. Teoría de homo videns la sociedad teledirigida

Estamos en una era de las tecnologías modernas en la que la evolución de los medios de comunicación es rápida, sin embargo, solo está definido por un denominador que es tele-ver, la televisión es el que lleva a que todo sea posible y es la que más se consume. Para Sartori (1998) en sus propias palabras la televisión nos permite verlo todo sin tener que movernos, lo visible llega a la casa, prácticamente



gratis, desde cualquier lugar en la que muestra imágenes de cosas reales, es fotografía y cinematografía de lo que existe; puesto que la televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideía*, un instrumento antropogenético, un médium que genera un nuevo *anthropos*, un nuevo tipo de ser humano.

Entonces la televisión es utilizada para manipular a la sociedad a través de la imagen. porque la imagen está transformando al *homo sapiens* que es producto de la cultura escrita en un *homo videns* para el cual la palabra esta destronada por la imagen, el acto continuo de ver la televisión está transformando la naturaleza de los seres humanos y una de las maneras en que lo hace es que la imagen se vuelve más importante que las palabras, se supone que deberíamos ser *homo sapiens*, es decir, seres humanos pensantes, sin embargo, para pensar se quiere que los seres humanos desarrollen su capacidad simbólica la cual se despliega en el lenguaje en la capacidad de comunicar mediante una articulación de sonidos y signos significantes, signos provisto o cargados de significado. El lenguaje caracteriza al *homo sapiens* como animal simbólico es lenguaje palabra, el lenguaje de nuestra habla, el leguaje no es solo un instrumento del comunicar, sino también del pensar y el pensar no necesita del ver los pensamientos son invisibles no los podemos ver y gran parte que pensamos no pueden ser representadas a través de imágenes. En este sentido Sartori (1998), afirma que “el hecho de ver la televisión prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundario, está en función de la imagen” (p. 8).

La televisión condiciona o puede condicionar fuertemente, ya que la televisión cambia radicalmente el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones; Por tanto, la fuerza de la televisión habla por imágenes esto



representa un problema en la medida que podemos ver en la televisión, es lo que mueve los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencias, disparos, terremotos, etc.; en este sentido la televisión supera la información escrita porque la imagen es la que es y, por así decirlo, habla por sí sola. Por lo tanto, Sartori (1998) describió que la televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación, la diferencia es que la de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz, más peligrosa.

Por lo tanto, para una persona que se desarrolla viendo la televisión las cosas representadas en las imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras y esto es un cambio radical de dirección, ya que la televisión en realidad no nos muestra los hechos sino solo parte de los hechos y encima lo hace a partir de una perspectiva a veces exagerada, alterada, amarillista o se inventan algo para subir el rating entre otras cosas.

La Televisión es la que modifica primero, y el problema es que el niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve. Por otro lado, el niño formado en la imagen se reduce a ser un hombre que no lee, y, por tanto, la mayoría de las veces, es un ser, reblandecido por la televisión, adicto de por vida a los videos juegos. (Sartori, 1998, pp. 35-37)

En este sentido, si desde niños estamos frente al televisor y entendemos al mundo a través de las imágenes, ello va causar una transformación en el sistema cognitivo que va impedir pensar con claridad cuando llegue a la adolescencia, porque no desarrollaron su capacidades cognitivas que se basan en los símbolos y las palabras para pensar, sino que ahora piensan con imágenes y ese pensar con imágenes aunque parece atractivo visualmente en diferentes momentos en realidad es un pensar



bastante limitado, es pensar que tienes unos límites muy claros y no es capaz de la abstracción ni de crear largas secuencias lógicas que lleguen a una comprensión y síntesis de los problemas, escenarios, estructuras o narrativas más amplias. Al respecto para Sartori (1998) el “conocimiento mediante imágenes no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo” (p. 52).

Sartori hace un juicio en contra de la imagen y no por la crítica significa deberíamos de evitar todas las imágenes, toda la televisión y todas las películas, lo más sensato sería sencillamente tomar conciencia de que existe este problema y de saber distinguir las diferentes trampas en las que pudiéramos caer si creyéramos totalmente en la información que nos da la televisión sin un filtro cognitivo. La cultura para Sartori (1998):

Posee dos significados, en su aspecto antropológico y sociológico quiere decir que todo ser humano vive en la esfera de su cultura. Pero cultura es además sino de saber, una persona culta es una persona que sabe, que ha hecho buenas lecturas o que, en todo caso, está bien informado. (pp. 38-39)

“La cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes candentes que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentimientos, excitan nuestros sentidos y en definitiva nos apasiona” (Sartori, 1998, p. 115). Por lo tanto, la influencia de la televisión a través de la imagen es decisiva en la construcción de la identidad cultural de los adolescentes.

El uso de las pantallas ha generado cambios en los estilos de vida de las personas en la que están desarrollando nuevas formas de comunicación, interacción, aprendizaje y búsqueda de información. Según Sartori (1998) “se caracteriza por un



común denominador: tele-ver, y, como consecuencia, nuestro vídeo-vivir” (p.11). Lo que está claro es que internet y celular ha pasado a ocupar un lugar central en la vida de los adolescentes como un medio de comunicación e información accesibles en cualquier momento, por lo que los estudiantes son capaces de realizar tareas de forma simultánea.

Internet está totalmente integrado en la vida diaria, en todos los ámbitos que proporciona productos a medida de diferentes intereses pero a su vez es entretenimiento, en este sentido para Sartori (1998) “las posibilidades del internet son infinitas, para bien y para mal. Son y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimiento” (p. 57). Por lo tanto, internet como instrumento de trabajo es utilísima que simplifica los problemas de la vida cotidiana, pero a la vez está cambiando la naturaleza y también el significado de la identidad cultural porque transmite imágenes y abre dialogo entre los usuarios que buscan interactuar entre ellos

En la actualidad para muchos niños acceder al internet en el celular es tan natural como respirar, crecer en entorno digital ha tenido un impacto profundo en la manera en que esta generación piensa y se comporta, por eso con el tiempo los adolescentes poseen características que los diferencia completamente de sus padres y de otras generaciones.

Según Vidales (2012) señala que “vivimos en un mundo hiperconectado como resultado de la expansión de internet, la proliferación de dispositivos móviles y accesos inalámbricos, el dominio de los medios sociales en la vida diaria” (p. 2). El uso de las pantallas como móviles, videojuegos e internet ha generado cambios en el estilo de vida de las personas. Hoy en día los jóvenes acceden al internet por diversos



motivos y permanecen conectados al mismo tiempo ven la televisión o atienden una clase.

Aunque las tecnologías han traído muchos aspectos positivos como el acceso ilimitado a un sinnúmero de información, su uso excesivo pueden resultar problemático, afectando al desarrollo y adaptación al medio. Por lo que, “internet es sobre todo un terrific way to waste time, un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndoles en futilidades” (Sartori, p.57).

Según Rojas (2020) indica que “la adicción a internet está considerada como una adicción comportamental que provoca una serie de consecuencias de diversas índole e intensidad de acuerdo con el nivel de compromiso que la persona tenga con la conducta problemática” (p.2).

En cambio, Balaguer (2008) manifiesta que “la adicción a internet no existe, pues lo que genera adicción no es la red sí misma sino los distintos entornos que la conforman. Potencialmente, se puede establecer con diversos entornos del internet una adictiva relación de dependencia” (p. 4). Por lo que, algunas adicciones esta relacionadas con necesidades sociales mientras que otros están orientadas al video juego o diversos juegos en línea como las competiciones.

En cuanto al uso de las tecnologías como el teléfono móvil (celular)

Ha facilitado la comunicación entre las personas de todo el mundo, pero también ha producido cambios en todos los niveles de convivencia en la sociedad. En este sentido, se observa [...] que los jóvenes hacen un uso excesivo del celular y hasta de manera dependiente, ya sea por el uso de servicio de telefonía, el



whatsApp, mensaje de texto, internet, funciones multimedia, etc. (Flores y Gamero, 2015, p. 14).

Es por esta razón los adolescentes hacen uso desmedido de sus celulares con la finalidad de mantener contacto con otras personas o para entretenerse con las aplicaciones atractivas que estos cuentan, por lo tanto, lo que lleva a una conducta adictiva, pues inicia como placer y en adelante ya no pueden controlar su uso.

Entre los aspectos positivos que favorecen el uso del celular como herramienta educativa se fomenta la creatividad, la personalización, la interacción social que permite potenciar el aprendizaje colaborativo y significativo, mejorando la interacción didáctica de forma sincrónica y asincrónica; también facilita el acceso a los multimedia relacionados con el aprendizaje y permite la comunicación entre el alumno y la institución. (Mendoza, 2014, p.19)

Dentro de esta perspectiva estos aspectos coadyuvan potencialmente al desarrollo de las sesiones de aprendizaje haciendo de estas un medio que despertará la participación y el interés de los estudiantes sobre los temas a desarrollar. Sin embargo, las herramientas sociales de comunicación permiten compartir información y experiencias, pone en contacto con las personas de manera inmediata y sin fronteras.

Sin embargo, las nuevas tecnologías presentan para los adolescentes una posibilidad de perderse en un mundo de fantasía para huir de la rutina cotidiana. De esta forma, se produce una paradoja: a través de las redes sociales y de internet, los adolescentes no se muestran tal y como son en realidad, sino que muestran una imagen artificial de sí mismos. Según el Plan Nacional de Adicciones 2018- 2020



(PNA citado por Nicuesa, 2020) afirma que “cerca de 21 % de los adolescentes entre 14 y 18 realizan uso compulsivo de las nuevas tecnologías” (p.1).

2.2.4. Modelo constructivista con las nuevas tecnologías

El avance tecnológico no es algo que se puede frenar, está en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Negarse al cambio, es negar que la sociedad es atravesada a diario por la tecnología y estas han modificado todo a nuestro alrededor. La tecnología ofrece cosas buenas y malas; todo depende de la utilización que se le dé. Por un lado, puedes generar y promover la pérdida de tiempo, puede ser una constante distracción que desenfoca al individuo de lo que realmente es importante; por otro lado, puede generar beneficios para comunicarse de manera inmediata y retroalimentar los conocimientos sobre cualquier tema deseado.

Para entender el proceso de la identidad cultural es fundamental la interacción existente entre construcción de la identidad y el uso de las tecnologías.

Las tecnologías han jugado un papel importante en la construcción identitaria, ya que a través de tecnologías como el cine, la televisión, internet, celular se hacía presente, desde la producción cultural como películas, novelas. Los vínculos entre las tecnologías y la construcción de la identidad solo pueden ser entendidos en la relación entre los usos que se hacen de estas tecnologías desde el poder junto con los símbolos y discursos que se transmiten a través de ellas desde la cultura dominante.

La televisión, internet y la telefonía móvil (celular) sirvieron como herramientas organizativas de manera positiva para las personas, pero con respecto a la identidad se da de manera negativa, ya que estas tecnologías son los medios donde se transmiten estilos de vida de la cultura dominante, hábitos, costumbres, modos de hablar y vestir, que permiten establecer diferencias entre una sociedad de otra. Sin,



embargo, las culturas Latinoamericanas son capaces de incorporar los mensajes y símbolos de la cultura dominante a través de un complejo proceso de apropiación, en donde se combina lo ajeno con lo propio que vendría ser la cultura originaria. A partir de la integración de estas tecnologías en la cultura a través de sus usos, han permitido incorporar ciertos elementos de la cultura dominante que rompen con las relaciones de las culturas tradicionales. Así la construcción de la identidad comienza alejarse de lo originario.

De esta manera, los símbolos e imágenes que predominan en la televisión, internet y en las redes sociales son los que penetran directamente en la mente de las personas; como dice Sartori, la imagen se vuelve más importante que las palabras; esto significa un giro en los referentes de construcción de la identidad.

El constructivismo ofrece un nuevo paradigma para esta nueva era de información motivado por las tecnologías. Con la llegada de estas tecnologías (wikis, redes sociales, etc.), los estudiantes no solo tienen a su alcance el acceso a un mundo de información ilimitada de manera instantánea, sino que también se les ofrece la posibilidad de controlar ellos mismos la dirección de su aprendizaje.

Las nuevas tecnologías ofrecen la capacidad de interacción entre los estudiantes, donde no sólo elaboran mensajes, sino que además pueden decidir la secuencia de información por seguir, establecer el ritmo, cantidad y profundización de la información que desea, y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información. (Hernández, 2008, p. 29)

Por otro lado, “las redes sociales como herramientas constructivistas funcionan como una continuación de aula escolar, pero de carácter virtual, ampliando el espacio interaccional de los estudiantes, permitiendo el contacto continuo con los integrantes



y proporcionando nuevos materiales para la comunicación entre ellos” (Hernández, 2008, p.30). En esta medida las tecnologías han generado un cambio radical en las personas y sobre todo en los jóvenes, a través de las cuales las personas influyen sobre los demás sin tener que establecer un contacto social directo, sino por medio de una pantalla del ordenador.

Las nuevas tecnologías, al ser utilizadas como herramientas constructivas tanto en su formación académica como en su identidad ejercen una influencia muy directa y significativo, pues modifican fundamentalmente las relaciones interpersonales, esto puede llegar a ser positiva y la vez negativa, todo depende como los estudiantes del comercio 32 M.H.C. les den uso a las nuevas tecnologías como la televisión, el internet y el celular.

2.3.MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. Tecnología

Tecnología se ha vuelto algo completo y sujeto a un conjunto de relaciones y de puntos de vista diversos. La tecnología como el conjunto ordenado de conocimientos y los correspondientes procesos, que tienen como objetivo la producción de bienes y servicios, que deben responder a necesidades o deseos de la sociedad y como ambición, contribuir a mejorar la calidad de vida.

La tecnología se ha introducido en todos los aspectos de nuestra vida diaria de tal forma que no existe, actualmente, espacio libre de su influencia, en este sentido:

La tecnología desempeña un papel importante como medio de “transformación del espacio; y la dominación de la identidad cultura por los flujos globales y abstractos de riqueza, poder e información, que construye la virtualidad real mediante



las redes de medio de comunicación” (Castells, 2001, p.147), y cada es más influyente en las mentes y puede localizarse en diferentes lugares del mundo y seguir enlazados en las redes.

Por lo tanto, cualquier innovación molesta porque cambia los órdenes constituidos en la sociedad y por el hecho de ser inevitable no debe aceptarse a ciegas.

2.3.2. Televisión

La llegada de la tecnología moderna como la televisión, celular e internet es absolutamente inevitable y es aceptado porque, “La televisión tiene potencialidades globales en el sentido que anula las distancias visuales nos hace ver, en tiempo real, acontecimientos de cualquier parte del mundo” (Sartori, 1998, p. 117).

2.3.3. Internet

Es un instrumento estrictamente práctico, se utiliza para el entretenimiento y educativo cultural, pero a la vez internet “transmite imágenes, pero también texto escrito; abre dialogo entre los usuarios que se buscan entre ellos e interactúan; y permite una profundización prácticamente ilimitada en cualquier curiosidad” (Sartori, 1998, p.54).

2.3.4. Identidad

La identidad es la fuente de sentido y experiencia para la gente y es “el proceso de construcción del sentido atendiendo un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que da prioridad sobre el resto de las fuentes del sentido” (Castells, 2001, p. 28).



La identidad es un “conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás, y conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a los demás” (RAE, s.f., p. 3376).

La identidad son rasgos propios, conciencia de ser el mismo y distinto, y ser el mismo en búsqueda. Sin duda, estas ideas sirven de base para presentar aquellos aspectos que permitirían a los individuos definirse y diferenciarse en contextos sociales y políticos específicos (Ansi3n, et. al, 2007, p. 12).

2.3.5. Cultura

La cultura es hecha por el hombre por un conjunto de elementos como los conocimientos, actitudes y modelos habituales de comportamientos que transmiten los miembros de una sociedad en particular (García, 2007).

“La cultura incluye conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos que el hombre adquiere como miembro de la sociedad” (Podestá, 2006, p.26).

Cultura es todo aquello que los seres humanos hemos sido capaces de crear y que no estaba en la estructura misma de la naturaleza y que comprende el conjunto de representaciones, regla de conducta, ideas, valores, formas de comunicaci3n y pautas de comportamiento aprendidas (no innatas) que caracterizan a un grupo social. Por lo tanto, la cultura est3 orientada y mantenida socialmente, se hereda mediante un sistema de transmisi3n con formas simb3licas y forma parte en la vida de las personas donde se desarrollan bajo su influencia. “La cultura es el modo de relacionarse con los dem3s seres humanos, con los seres naturales, con los seres sagrados y con uno mismo” (Ansi3n, et. al, 2007, p.39).

La cultura, en sentido objetivo, supone la existencia de un conjunto de ideas, valores y modos de comportamiento, relacionados din3micamente entre s3, a



través de los cuales un grupo social expresa su situación histórica, su modo de responder al desafío del medio que se halla instalado. La cultura es un sistema de comunicación a la vez que una imagen del grupo, su fisonomía histórica. (Bondy, 1974, p. 124)

2.3.6. Identidad cultural

El tema de la identidad cultural ha cobrado notoria presencia en el debate sobre el futuro de los pueblos de tradición cultural no occidental. “La identidad cultural es el sentido de pertenencia a un grupo social con el cual comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (Molano, 2007, p. 73). Tales características de la identidad cultural permiten coexistir en paz y armonía, además recuperar aportes culturales originales.

También se debe considerar que “la identidad cultural es entendida como un proceso dinámico a partir del cual las personas que comparten una cultura se autodefinen y auto valoran como pertenecientes a ella; además, actúan de acuerdo a las pautas culturales que de ella emanan” (Grimaldo, 2006, p. 43). En ese entender, la identidad cultural es una necesidad urgente, para ello precisa educar a los adolescentes desde niños, en las escuelas y en espacios para que respeten y se identifiquen con su cultura sin restricciones debido a que la identidad cultural se va construyendo a lo largo del desarrollo del individuo.

Las identidades culturales están sujetas a modificaciones no solo por la presencia de nuevas generaciones, que presentan inquietudes diferentes y motivan las transformaciones, sino también por la acción de las relaciones con otras culturas con las que se intercambian bienes, conocimientos, tecnologías, creencias y valores culturales. (Ansión, et. al, 2007, p. 16)



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

Los materiales y métodos para el logro de los objetivos están relacionados con la ubicación de estudio, el diseño y tipo de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de información, la muestra y la determinación de la población.

3.1. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL ESTUDIO

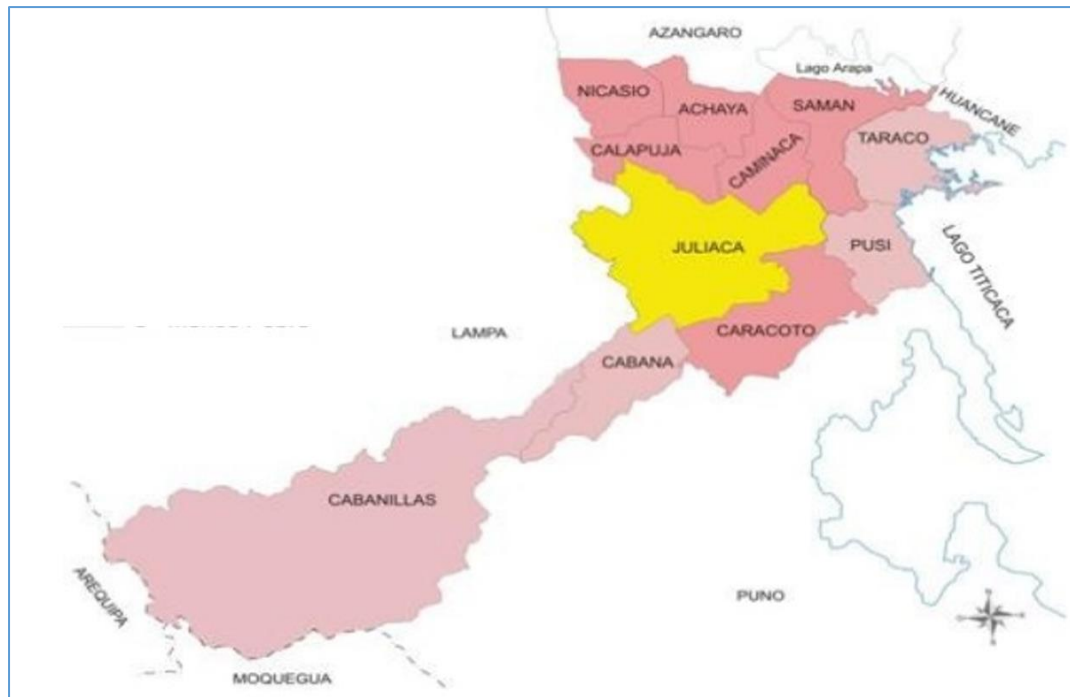
a) Datos generales

El distrito de Juliaca es la capital provincial de San Roman, ubicada en la jurisdicción de la región de Puno, situada a 3024 m.s.n.m. en la parte céntrica de la meseta del collao al Nor-Oeste del Lago Titicaca. Entre las coordenadas: 15°30'15" de latitud Sur y 70°08'00" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich.

El distrito de Juliaca es una de las ciudades con mayor beneficio con su ubicación estratégica en el altiplano peruano, pues se considera en un eje geográfico, comercial de comunicaciones un punto neurálgico para el desarrollo de la región de Puno.

Figura 1

Mapa del distrito de San Román



b) Límites

Tabla 1

Límites del distrito de Juliaca

Norte **Provincia de Azángaro**

Sur Distrito de Cabana y distrito de Caracoto

Este Distrito de Pusi (prov.de Huanacán) y distrito de Samán (prov. de Azángaro)

Oeste Distrito de Lampa y distrito de cabanillas (Prov. de Lampa)

Fuente: Recuperado de <https://es.slideshare.net/redymamani/historia-de-juliaca>



c) Clima

La ciudad de Juliaca cuenta con un clima variado entre frío y cálido, determinado por una amplia oscilación entre el día y la noche; aunque predomina el frío, siendo este más fuerte en el invierno.

En cuanto a su temperatura media está entre 4 a 10 °C, la temperatura máxima se mantiene durante el año con un periodo de 18,08 °C, mientras que la temperatura mínima tiene como promedio de -7,5 °C durante el mes de Julio.

La dominación de la ciudad de los vientos, se debe que durante gran parte del año hay presencia de vientos por estar ubicada dentro de la meseta collao.

d) Estructura económica- productiva

Existente diferentes actividades económicas en la ciudad de Juliaca como el comercio, la industria manufacturera, artesanía, transporte, alimentación y hospedaje y agropecuaria. Sin embargo, el comercio es la principal actividad económica de la ciudad de Juliaca ocupando alrededor de 26% de la población económicamente activa (PEA). También se debe principalmente a la instalación de diferentes entidades financieras así como cadenas transnacionales con sus respectivos centros de comercio.

e) Población demográfica

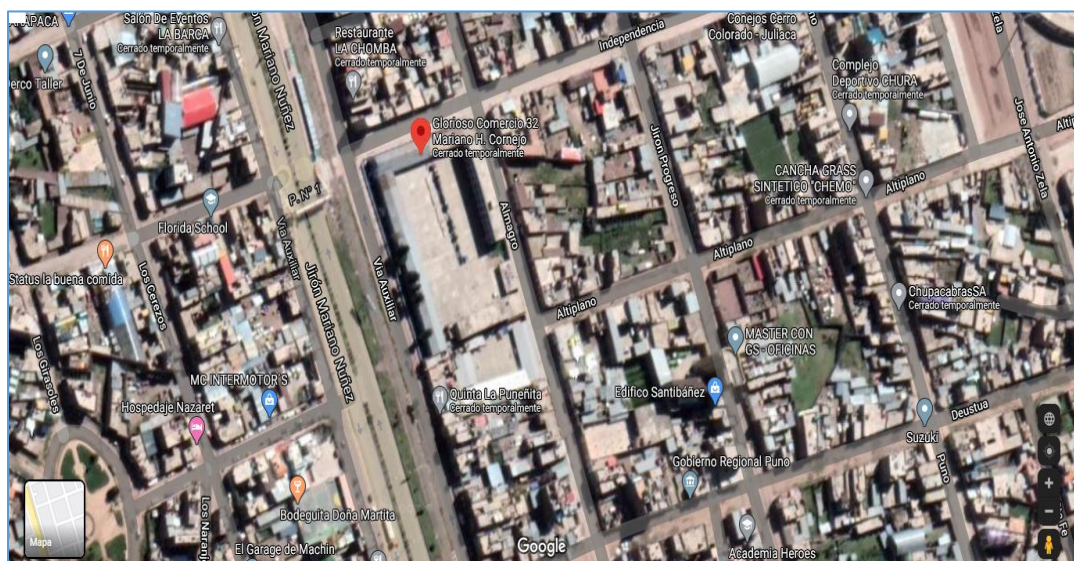
Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) es la decimotercera ciudad más poblada del Perú y albergaba en el año 2017 a una población de 228 726 habitantes.

f) **Ámbito de estudio**

El área de estudio de la investigación es la Institución Educativa pública Comercio 32 Mariano Hilario Cornejo (M.H.C.) de nivel secundaria que forma escolares y está ubicada en el centro poblado de cerro colorado del distrito de Juliaca, provincia de San Roman, región de Puno.

Figura 2.

Mapa del colegio Comercio 32 M.H.C.



Sección del trabajo de tesis donde se citan las referencias teóricas y antecedentes que sustentan el trabajo de investigación para cada uno de los objetivos propuestos de una forma crítica, explicando su importancia y relevancia con el trabajo realizado. Evitar la información irrelevante que no contribuya al logro de los objetivos planteados.

3.2. PERIODO DE DURACIÓN DEL ESTUDIO

La duración del periodo de investigación será máximo de dos años desde la admisión del perfil hasta la aprobación de la tesis.



3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

El material utilizado en la presente investigación es proporcionado por los investigadores.

3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación, la metodología que se emplea es de tipo cuantitativo, según Cea D' Ancona (1998) en sus propias palabras la perspectiva cuantitativa defiende la existencia de un único método el de las ciencias naturales y exactas, general a todas las ciencias; al igual que el principio de causalidad y la formulación de leyes generales en el análisis de la realidad social. El énfasis pone la explicación, en la contrastación empírica y la medición objetiva de los fenómenos sociales.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación busca explicar la influencia de la tecnología moderna en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 de la ciudad de Juliaca del 2019, por lo tanto, el diseño de investigación del presente trabajo es de carácter explicativo. Según Cea D' Ancona, (1998) sostiene que “el diseño explicativo busca las posibles causas o razones de los hechos, acciones, opiniones o cualquier fenómeno que se analice” (p.109).

3.6. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El nivel de análisis de la investigación está enmarcado en un nivel micro, en la medida que el estudio del problema se realizará en la ciudad de Juliaca.



3.7. UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

La unidad de análisis del presente estudio es la influencia de la tecnología moderna y la crisis de la identidad cultural.

3.8. UNIDAD DE OBSERVACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La unidad de observación del presente estudio son los estudiantes del 4to y 5to de secundaria de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C.

3.9. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

La población de la investigación está constituida por 287 estudiantes del 4to y 5to de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C. de la ciudad de Juliaca, correspondiente al año escolar 2019.

Tabla 2

Población de estudiantes de I.E.S.Comercio 32 M.H.C.

GRADOS	NÚMERO DE ESTUDIANTES					TOTAL
	Sección A	Sección B	Sección C	Sección D	Sección E	
Cuarto	30	29	30	30	25	144
Quinto	30	28	30	26	29	143
Total						287

Fuente: Nómina de matriculados en el año escolar 2019.

Muestra

En la investigación se aplicará el muestreo aleatorio simple porque la población encuestada se tomará al azar según el tamaño de la muestra. Según Cea D'Ancona, (1998)



sostiene que “la selección muestra sea totalmente aleatoria hasta alcanzar el tamaño muestral fijado” (p.181). Por lo tanto, el tamaño de muestra es de 165 estudiantes de la Institución Educativa Secundaria del Comercio 32 M.H.C., siendo utilizada la fórmula del cálculo de muestra.

Fórmula para el cálculo del tamaño de muestra

$$n = \frac{Nz^2p * q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * p * q}$$

Leyenda

n = tamaño de muestra

N = población total 287

Z = nivel de confianza 1.96

p = probabilidad a favor 0.5

q = probabilidad en contra 0.5

e = margen de error 0.05

$$n = \frac{287 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (287 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{275.9505}{1.6754}$$

$$n = 164.7072340934$$

$$n = 165$$



3.10. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Crisis de la identidad cultural	Internet	- Búsqueda de información	Cuestionario
		- Video juegos en línea	
	Televisión	- Películas	Cuestionario
		- Novelas	
		- Programas de entretenimiento	
	Celular	- Facebook	Cuestionario
- Whatsapp			

3.11. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica que se va utilizar en la presente investigación para la recolección de información referente a la tecnología moderna que influye en la crisis de identidad cultural en los estudiantes de las Institución Educativa Secundaria comercio 32 M.H.C. es la encuesta. Debido que la encuesta es una técnica de recopilación de información sobre una parte de la población dominada tomando la modalidad del cuestionario. Según Ancona, M. (1998) sostiene que “la encuesta es una estrategia de investigación que se basa en las declaraciones verbales de la población concreta” (pp. 239- 240).

El instrumento que se aplicara en la encuesta es el cuestionario a los estudiantes del Comercio 32 M.H.C. con el propósito de obtener información para efectuar el diagnostico de cada uno de los aspectos.



3.12. DISEÑO ESTADÍSTICO

El procesamiento de información se trabajará a través del programa estadístico SPSS 25, con la prueba de correlación de Pearson. Considerando que esta es una prueba de hipótesis que busca relacionar o asociación de dos variables. La correlación de Pearson es una medida lineal en dos variables aleatorias cuantitativas, que se utiliza para medir el grado de relación de dos variables.

Tabla 3.

Valores de correlación R de Pearson

Valor cuantitativo	Significado literal
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada



0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presenta los resultados obtenidos de la presente investigación a través del análisis e interpretación de las tablas y gráficos estadísticos, es decir, datos obtenidos mediante la aplicación de instrumentos, referente a la influencia de la tecnología moderna en la identidad cultural de los estudiantes del 4to y 5to de la institución educativa secundaria comercio 32 M.H.C. Juliaca, 2019.

4.1. ASPECTOS GENERALES

Tabla 4

Aspecto general de los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32 M.H.C. Juliaca

Variable	Categoría	Total	Porcentaje
Genero	Hombre	79	47.9 %
	Mujer	86	52.1%
	Total	165	100%
Edad	14 años	19	11.5 %
	15 años	63	38.2 %
	16 años	80	48.5 %
	17 años	3	1.8 %
	Total	165	100%
Ocupación	Solo estudio	119	72.1 %
	Estudio y trabajo	46	27.9 %
	Total	165	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Según la tabla 04 se muestra los aspectos generales de los estudiantes de 4to y 5to de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C., en el variable “Genero” se observa del total de la muestra el 52.1% son mujeres y 47.9% son hombres; ambos géneros tienen diferentes edades con un porcentaje mayor de 48.5% de 16 años y con un porcentaje menor 1.8% con 17 años; la ocupación principal es solo estudiar que registra un 72.1%, seguido de la ocupación estudio y trabajo con un 27.9%.

En resumen, la población de estudio del colegio comercio 32 de la ciudad de Juliaca registra en gran porcentaje de una población de mujeres, asimismo, con un promedio de edad entre los 15 y 16 años, cabe resaltar que la mayoría de la población se dedica solamente a estudiar.

4.2. NIVEL DE IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES

Tabla 5

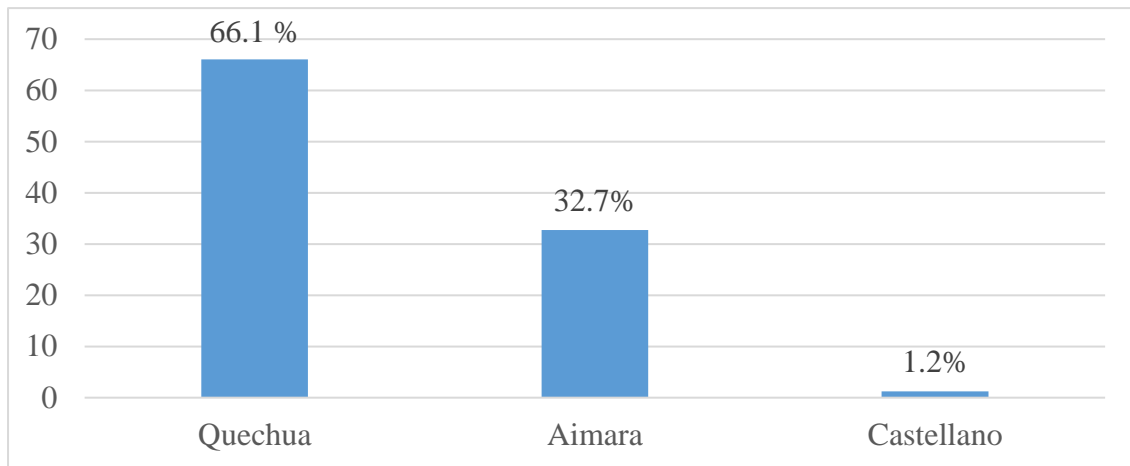
Cuál es su idioma materno

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Quechua	109	66.1%
	Aimara	54	32.7%
	Castellano	2	1.2%
	Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 3

Idioma materna



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Como se puede apreciar en la tabla 05 y la figura 03, de los 165 los estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 66.1% de los estudiantes indican que su idioma materna es el quechua, siendo esta con mayor porcentaje seguido de 32.7% de los estudiantes su idioma materna es aimara, mientras que solo el 1.2% de los estudiantes su idioma materna es castellano.

Por consiguiente, la menor cantidad de estudiantes habla solamente castellano, mientras que la mayoría de los estudiantes con 98.8 % se identifican con su idioma materna ya sea quechua o aimara esto significa que; de la gran mayoría de los estudiantes su formación proviene de una cultura originaria.

Tabla 6

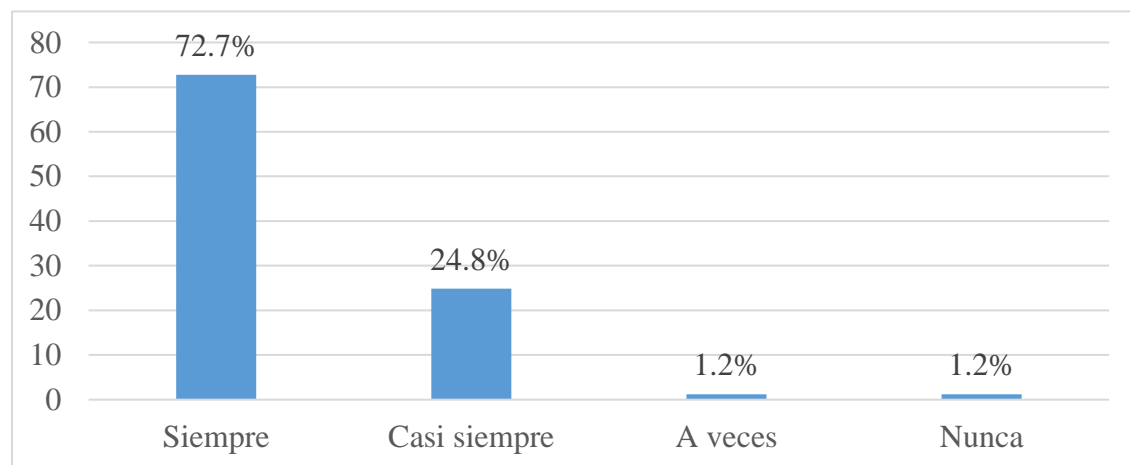
Se avergüenza de hablar su idioma materno con los demás

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	120	72.7%
	Casi siempre	41	24.8%
	A veces	2	1.2%
	Nunca	2	1.2%
	Total		165

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 4

Vergüenza al hablar el idioma materna con los demás



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019

La tabla 06 y la figura 04, presenta los resultados obtenido acerca de la vergüenza que sienten los estudiantes al momento de hablar en su idioma materna con los demás; de 165 estudiantes encuestados que corresponde al 100%, el 72.7% de los estudiantes indican que siempre se avergüenzan de hablar en su idioma materna, seguido de 24.8% casi siempre se avergüenzan, mientras que el 1.2% a veces se avergüenzan y por último



el 1.2% de los estudiantes nunca se avergüenzan de hablar su idioma materna con los demás, siendo esta en menor porcentaje.

Como se aprecia en la anterior tabla 05 y figura 03 se observa que los estudiantes se identifican con su idioma materno ya sea quechua, aimara y castellano, sin embargo, en la tabla 06 y la figura 04 se observa claramente que la gran mayoría de los estudiantes sienten vergüenza de hablar en su idioma natal con las demás personas, es decir, que al momento de interrelacionarse con las demás personas ya no se identifican con su cultura, porque sienten que van a ser rechazados por la sociedad en la que viven y al avergonzarse niegan sus orígenes.

En este sentido Turpo, (2009) señala que “la identidad cultural se pierde en el tiempo y el espacio histórico, debido a que las distintas manifestaciones culturales alienantes y aculturantes que niegan la identidad cultural de los quechuas, aimaras (p.2). En esta misma línea Garrido (1998) afirma que los jóvenes “no tienen apego a sus raíces culturales, se sienten desarraigados, no tienen pertenencia, sus intereses los llevan hacia otros campos, se escabullen, se diluyen, no tienen horizontes claros, no les gusta hablar en su lengua de origen, se avergüenzan de hacerlo” (p. 18). Por lo tanto, los estudiantes tienen una identificación negativa con su cultura originaria ya que se encuentran radicando en una sociedad donde existe la diversidad cultural y para no ser rechazados por lo demás prefieren no identificarse con la cultura de su tierra natal.

Tabla 7

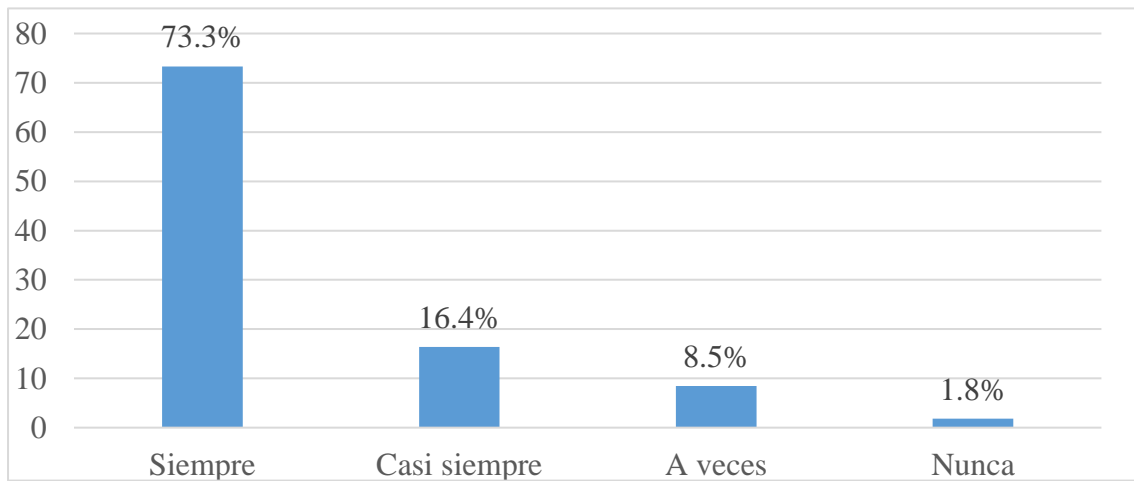
Tus padres se identifican con la cultura de su tierra natal

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	121	73.3%
	Casi siempre	27	16.4%
Válido	A veces	14	8.5%
	Nunca	3	1.8%
	Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 5

Padres que se identifican con la cultura de su tierra natal



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Del total de los estudiantes encuestados el 73.3% indican que sus padres se identifican con la cultura de su tierra natal, seguido de 16.4% casi siempre se identifican mientras que el 8.5% a veces se identifican y 1.8% de los estudiantes indican que sus padres nunca se identifican con la cultura de su tierra natal.

Tabla 8

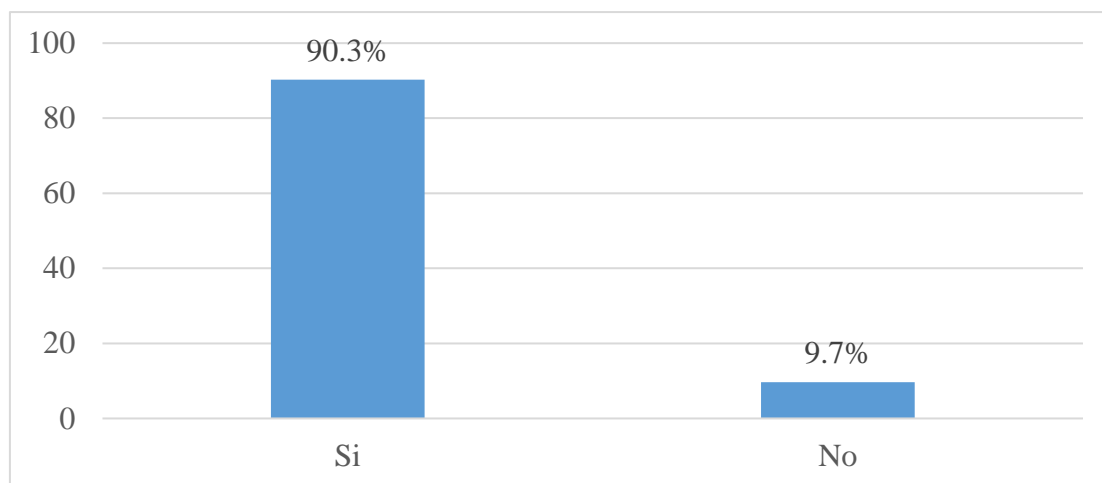
Conoce las tradiciones, costumbres y ritos de tu tierra natal

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Si	149	90.3%
Válido	No	16	9.7%
	Total	100	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 6

Conocimiento de las tradiciones, costumbres y ritos de su tierra natal



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

En la tabla 08 y la figura 06 podemos observar que 90.3% de los estudiantes encuestados si conocen las tradiciones, costumbres y ritos de su tierra natal, mientras que el 9.7 % de los estudiantes no conocen. Entonces, los estudiantes si conocen las tradiciones de su cultura originara, sin embargo no lo ponen en práctica debido a diversos factores que influyen en su formación de su identidad cultural como las tecnologías modernas a través de sus contenidos.

Tabla 9

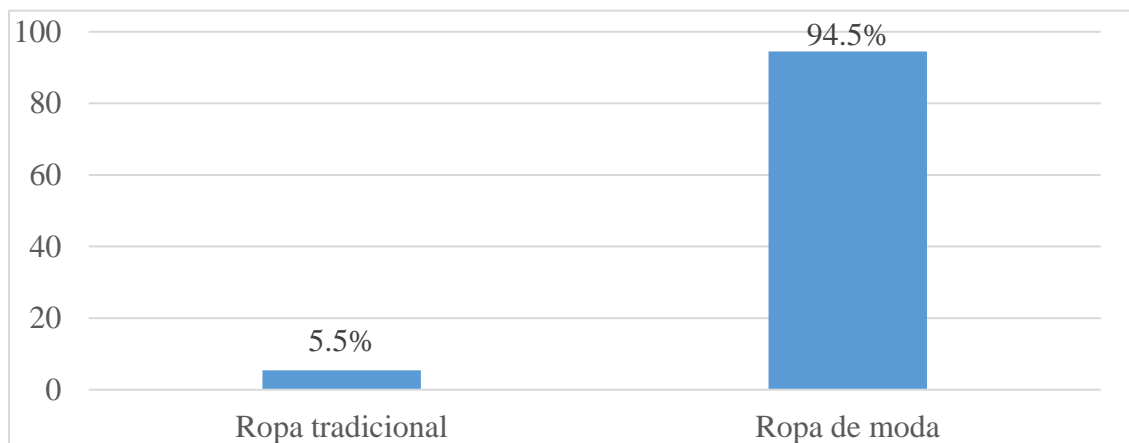
Preferes vestirte con ropa tradicional de tu tierra o con la ropa a la moda

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Ropa tradicional	9	5.5%
Válido	Ropa a la moda	156	94.5%
	Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 7

Vestimenta tradicional y a la moda



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según la tabla 09 y la figura 07 se puede apreciar que, el 94.5% de los estudiantes encuestados prefieren vestirse con ropa a la moda, mientras que solo el 5.5 % de los estudiantes prefieren vestirse con ropa tradicional de su tierra natal.

Paradójicamente, en la tabla 07 y figura 05, se observa que la gran mayoría de los estudiantes encuestados indican que sus padres se identifican con la cultura de su tierra natal, de igual manera, en la tabla 08, figura 06 se muestra que gran mayoría de los estudiantes si conocen las tradiciones, costumbres y ritos de tu tierra natal. Sin embargo, en la tabla 09 y la figura 07 se aprecia que en su mayoría los estudiantes al momento de



vestirse rechazan la vestimenta de su cultura y prefieren vestirse con la ropa a la moda de la ciudad en la cual radican. Por lo tanto, en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria existe una crisis de identificación con su identidad cultural de su tierra de origen, ya que, los estudiantes conocen la identidad cultural de sus padres en la cual ellos nacieron, sin embargo, no ponen en práctica dicha cultura en la ciudad en la que radican, debido a que están rodeados por una cultura dominante y eso debilita a los estudiantes en la construcción de su identidad cultural al momento de tomar como base la cultura de su tierra natal.

En relación a la problemática expuesta, Castells (2001) reconoce que:

La identidad es el proceso mediante el cual un actor social se reconoce a sí mismo y construye el significado correspondiente a la identidad (individual) como un atributo o conjunto de atributos culturales determinados que por su especificidad y por encontrarse enmarcado en un lugar y tiempo definido que excluye las referencias de otras culturas. (p.15)

En esta misma línea para Pérez (2011) “la identidad no es algo que se hereda sino algo que se construye. Por lo tanto, no es algo estático, sólido o inmutable, sino que es dinámico” (p. 1). En otras palabras, la cultura e identidad van de la mano, pero no es lo mismo, la identidad es un efecto de la cultura; “La identidad no sólo es efecto de la cultura, también es condición necesaria para que exista, precisamente a partir de las representaciones culturales, normas, valores, creencias y símbolos que los individuos van interiorizando a lo largo de su vida; es posible la reproducción y transformación de la cultura.” (Mercado y Hernández, 2010, p.246). En este sentido, la identidad no solo es efecto de la cultura, también es condición necesaria para que exista, precisamente a partir de las representaciones culturales, normas, valores, creencias y símbolos que los individuos van interiorizando a lo largo de su vida.

Tabla 10

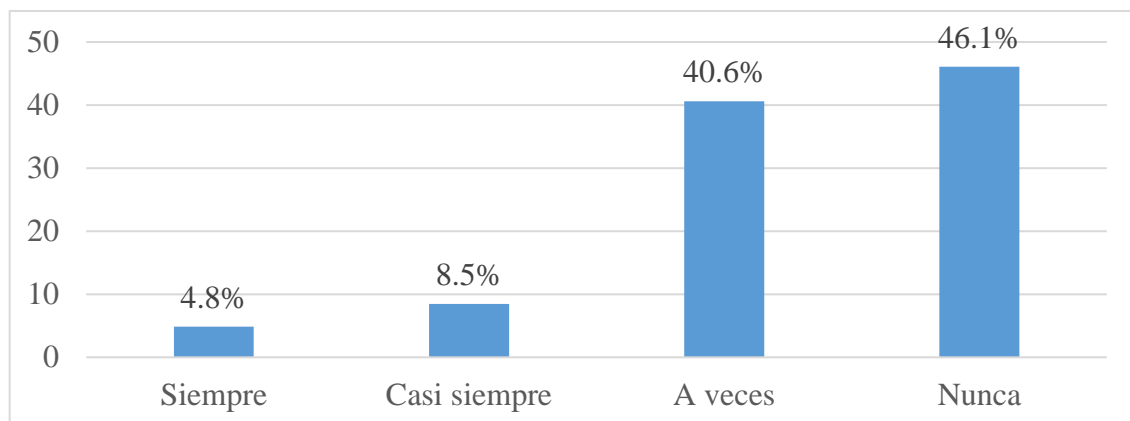
Con que frecuencia sales a la calle con tus padres

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	8	4.8%
	Casi siempre	14	8.5%
Válido	A veces	67	40.6%
	Nunca	76	46.1%
	Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 8

Estudiantes que salen con frecuencia a la calle con sus padres



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

En la Tabla 10 y la figura 08 se observa que, el 46.1% de los estudiantes encuestados indican que nunca salen a la calle con sus padres, siendo esta un mayor porcentaje, seguido de 40.6% de los estudiantes a veces sale, mientras que el 8.5% casi siempre salen con sus padres y el 4.5% de los estudiantes siempre salen con sus padres a la calle.



Hoy en día los adolescentes y jóvenes no tienen apego a sus padres, no tienden a interactuar con sus padres porque sus intereses los llevan hacia otros campos, se escabullen, se diluyen, no tienen horizontes claros, no les gusta hablar en su lengua de origen, se avergüenzan de hacerlo incluso con sus padres. En este sentido Hall y Gay (2003) afirma que la identidad tiene que ver con cuestiones de la historia, la lengua y la cultura, la identidad se forma a través de la vida, de las experiencias de su manera de interactuar y comunicarse con los otros, la cultura viene de la materia prima, que esta sólo se entiende al ser vivida. Entonces, los estudiantes en la etapa de la adolescencia donde se inicia el proceso de construcción de sus identidades culturales, que no tienen apego a sus padres y no tienen el interés en conocer sobre la identidad cultural de su tierra natal, con el tiempo esto les llevara a generar rechazo, vergüenza y negación de su cultura originaria en el proceso de la construcción de sus identidades culturales.

Tabla 11

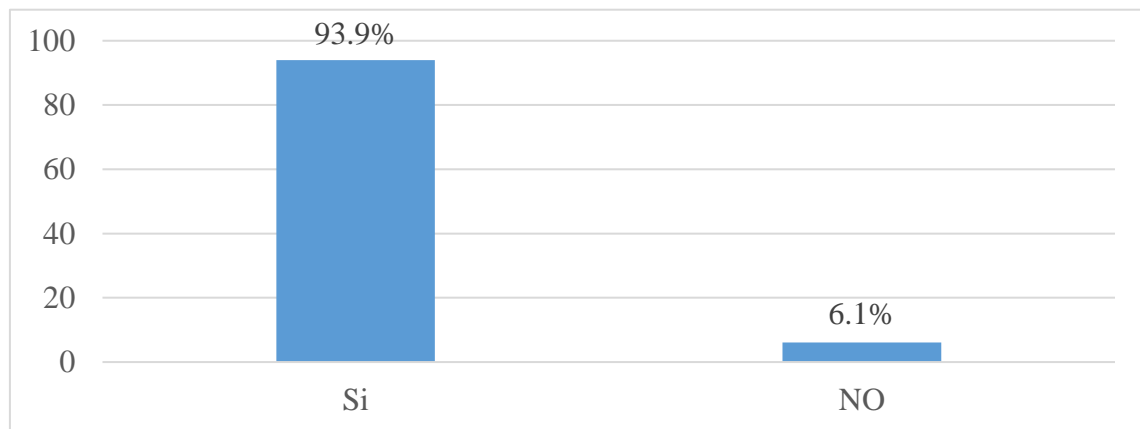
Te identificas con lo que ves en la televisión, internet y celular

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Si	155	93.9%
Válido	No	10	6.1%
	Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 9

Te identificas con lo que ves en la televisión, internet y celular



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

De acuerdo a la tabla 11 y la figura 09 se puede apreciar que, el 93.9% de los estudiantes encuestados se identifican con lo que ve en la televisión, internet y celular, por otro lado, el 6.1% de los estudiantes no se identifican.

La mayoría de los estudiantes del 4to y 5to de secundaria indican que tienen una identificación con lo que observan en las nuevas tecnologías y aceptan los roles y actitudes de los otros significantes, la internaliza y se apropian de ello.

La televisión como instrumento tiene un gran poder de persuasión que puede llegar a ser un arma de doble filo si no se controla adecuadamente porque ejerce una gran influencia que bien puede ser positiva o negativa en la conducta de los estudiantes.

4.3. NIVEL DE USO DE LA TECNOLOGÍA MODERNA, TELEVISIÓN, INTERNET Y CELULAR

Tabla 12

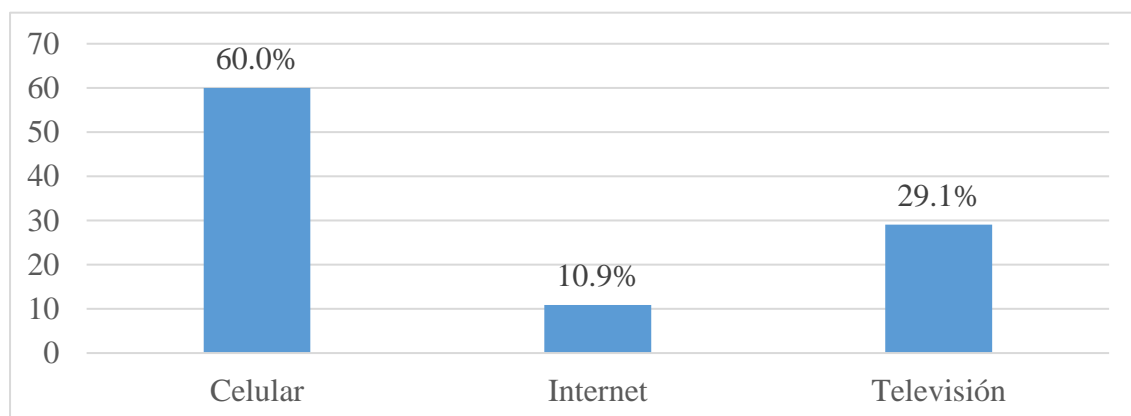
Cuál de las tecnologías utilizas con más frecuencia

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Celular	99	60.0%
	Internet	18	10.9%
	Televisión	48	29.1%
	Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 10

El uso de tecnologías con más frecuencia



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

En relación a la frecuencia de uso de las tecnologías modernas como el celular, internet y televisión en los estudiantes a quienes se aplicó la encuesta, se aprecia en la tabla 12 y figura 10 que, el 60 % de los estudiantes utilizan con más frecuencia el celular, seguido de 29.1% de los estudiantes utiliza televisión y el 10.9% de los estudiantes utiliza con más frecuencia el internet.



El avance tecnológico no es algo que se puede frenar, está en todos los ámbitos de la vida cotidiana, es evidente que los estudiantes utilizan los medios digitales para el establecimiento de relaciones sociales y para ocupar su tiempo de ocio. Por lo tanto, el uso de las pantallas como la televisión, telefonía móvil, videojuegos e internet ha generado cambios en el estilo de vida de las personas.

En este sentido Hernández (2008) manifiesta que:

Las nuevas tecnologías ofrecen la capacidad de interacción entre los estudiantes, donde no sólo elaboran mensajes, sino que además pueden decidir la secuencia de información por seguir, establecer el ritmo, cantidad y profundización de la información que desea, y elegir el tipo de código con el que quiere establecer relaciones con la información. (p. 29)

Sin embargo, el uso y abuso de las nuevas tecnologías influye negativamente ocasionando adicción a los estudiantes.

La influencia que tiene las tecnologías modernas en los estudiantes ya sea debido a la cantidad de horas al día que la dedican, la imitación de conductas aprendidas por medio de los que perciben y lo procesan, falta de relación con los demás miembros de la familia por estar conectados ya sea en la televisión, internet o celular, tal hecho es evidentemente el causante en la crisis de identidad cultural de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria del colegio comercio 32.

Tabla 13

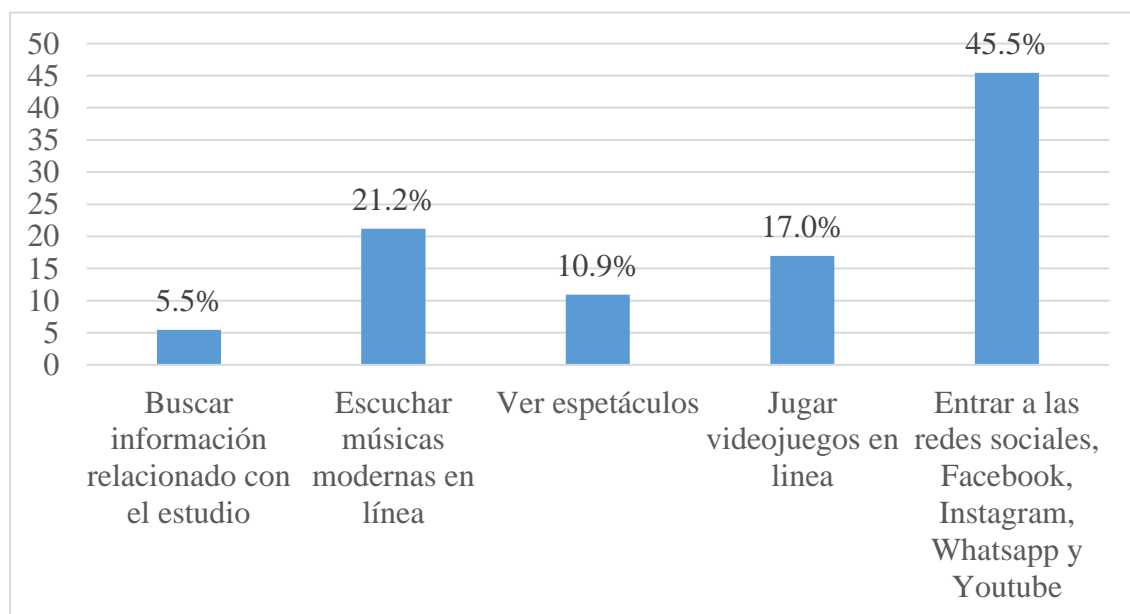
Para que utilizas el internet

Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Buscar información relacionado con el estudio	9	5.5%
Escuchar músicas modernas en línea	35	21.2%
Ver espectáculos	18	10.9%
Válido Jugar video juegos en línea	28	17.0%
Entrar a las redes sociales, Facebook, Instagram, Whatsapp, etc.	75	45.5%
Total	165	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 11

Utilización del internet



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

La tabla 13 y la figura 11, se observa que la utilización del internet de los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria “Comercio 32 M.H.C.” de Juliaca, que



el 45.5 % de los estudiantes entran a las redes sociales, siendo esta con mayor utilización que predomina sobre el 21.2 % de los estudiantes que escuchan músicas modernas en línea, seguido de 17.0% juegan video juegos en línea, mientras que el 10.9% ve espectáculos y con 5.5% de los estudiantes buscan información relacionado con el estudio.

La mayoría de los estudiantes encuestados del 4to y 5to de secundaria indican, que utilizan el internet para acceder a las redes sociales como el Facebook, Instagram, Whatsapp y Youtube. Porque en estas redes sociales los estudiantes no se muestran tal como son en realidad, sino que muestran una imagen artificial de sí mismos y están en constante seguimiento a otras cuentas. Se sabe que el internet ha traído muchos aspectos positivos como el acceso ilimitado a un sinnúmero de información y su uso excesivo pueden resultar problemático.

En este sentido, para Sartori (1998) “las posibilidades del internet son infinitas, para bien y para mal. Son y serán positivas cuando el usuario utilice el instrumento para adquirir información y conocimiento” (p. 57).

Tabla 14

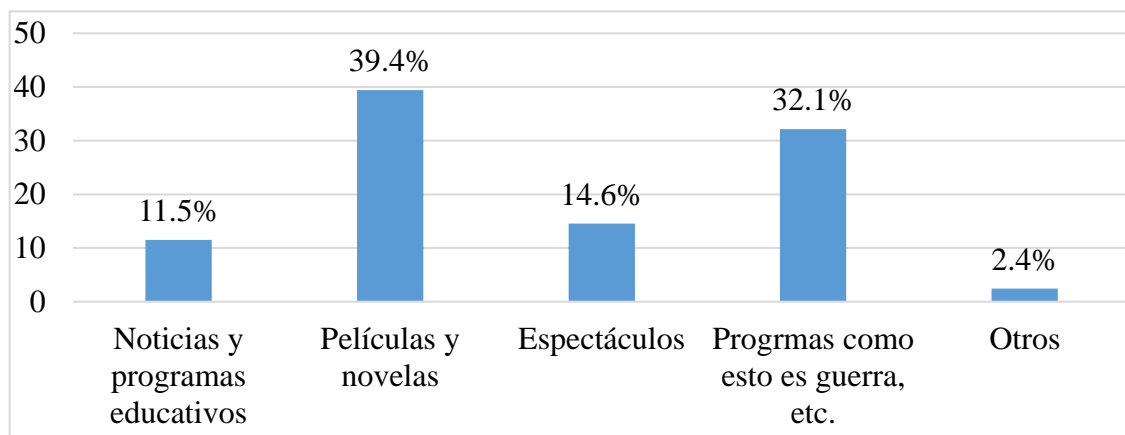
Qué programa ve en la televisión

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Noticias y programas educativos	19	11.5%
	Películas y novelas	65	39.4%
	Espectáculos	24	14.5%
	Programas como esto es guerra, etc.	53	32.1%
	Otros	4	2.4%
	Total		165

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 12

Programa que ven en la televisión



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32 del 100% de estudiantes encuestados, se muestra que 39.4% ve las películas y novelas en la televisión, seguido de 32.1% ve programas como esto es guerra, etc. y con 14.6% ve espectáculos mientras que

el 11.5% ve noticias y programas educativos y el 2.4% de los estudiantes ve otros programas que da en la televisión siendo esta en menor porcentaje.

La televisión nos permite verlo todo y gratis desde cualquier lugar del mundo porque muestra imágenes de cosas reales y no reales, también, la televisión transmite estilos de vida, hábitos, modos de hablar, modo de vestir que están fuera de la cultura originaria y los estudiantes terminan asimilando lo que perciben y lo ponen en práctica; Por lo tanto, la televisión es utilizada para manipular a la sociedad a través de la imagen, el estar viendo la televisión constantemente ha transformado la naturaleza de los seres humanos y una de las maneras en que lo hace es que la imagen se vuelve más importante que las palabras. Para Sartori (1998) “el hecho de ver la televisión prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundario, está en función de la imagen” (p. 8). Por lo tanto, la televisión condiciona o puede condicionar fuertemente cambiado el criterio de la selección de las informaciones ya que la televisión habla por imágenes y esto presenta un problema en la medida en que mueve los sentimientos y las emociones de los estudiantes.

Tabla 15

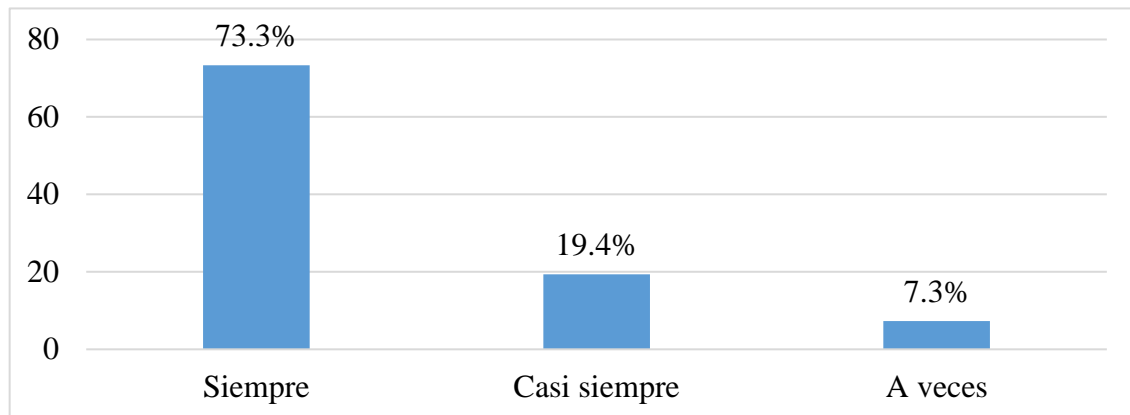
Te gusta estar a la moda que muestra la televisión

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	121	73.3%
	Casi siempre	32	19.4%
	A veces	12	7.3%
	Total	165	100,0 %

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 13

Te gusta estar a la moda que ves en la televisión



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según la tabla 15 y figura 13, se muestra que el 73.3% de los estudiantes siempre le gusta estar a la moda que muestra la televisión, seguido de 19.4% casi siempre le gusta estar a la moda y el 7.30% considera que a veces le gusta estar a la moda que muestra la televisión.

En los resultados nos muestra que la gran mayoría de los estudiantes prefieren vestirse a la moda que ven en la televisión ya sean películas y novelas como se aprecia en la tabla 15 y figura 13; estos programas han ocasionado cambios en el comportamiento y creando dependencia, así mismo los estudiantes al ver culturas distintas al suyo prefieren adoptarlas y poner en práctica, lo cual genera cambios culturales en los estudiantes, al mismo tiempo se puede decir, que existe el uso frecuente de la tecnología y los medios de comunicación.

Al respecto Sartori (1998), indica que la televisión condiciona o puede condicionar fuertemente, ya que la televisión cambia radicalmente el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones porque la televisión habla por imágenes por lo que la imagen se vuelve más importante que la palabra es por eso que los adolescentes se vuelven dependientes y no tienen capacidad de decisión.

Tabla 16

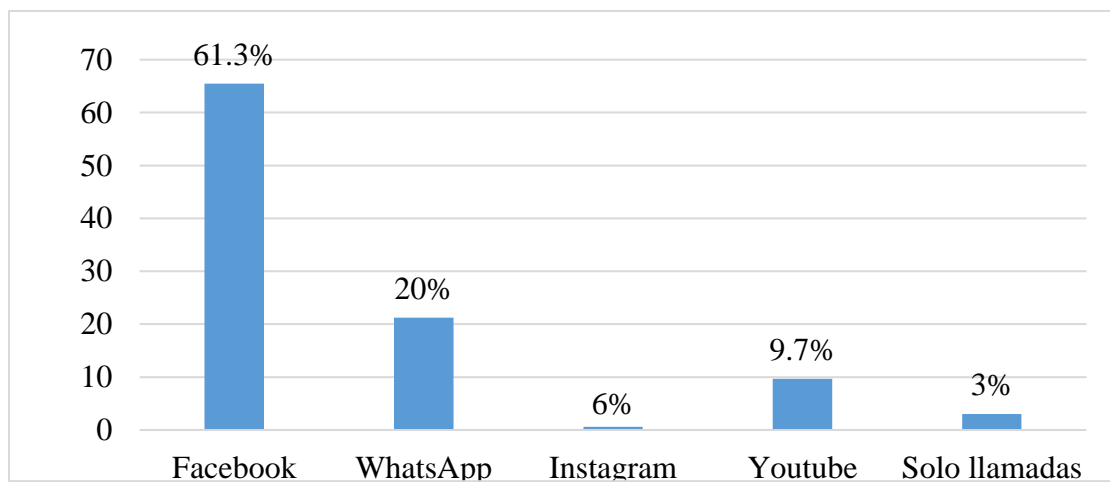
Cuál de las aplicaciones utiliza con mayor frecuencia en el celular

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Facebook	108	61.3%
	WhatsApp	35	20%
	Instagram	1	6%
	Youtube	16	9.7%
	Solo llamadas	5	3%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 14

Cuál de las aplicaciones utiliza con mayor frecuencia en el celular



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, del 100% de estudiantes encuestados, se muestra que el 65.5% utilizan la aplicación del Facebook en el celular, siguiendo de 21.2% de los estudiantes hacen el uso de la aplicación WhatsApp y el 9.7% utiliza la aplicación de YouTube, mientras que el 6% utiliza la aplicación de Instagram y el 3% de estudiantes utiliza el celular solo para realizar llamadas.



Los resultados muestran que existe el uso frecuente de las redes sociales en el celular por parte de los estudiantes, estas aplicaciones, así como el Facebook, WhatsApp, Instagram, YouTube tiene mayor importancia para los adolescentes es por ello que dedican más horas al uso de las redes sociales y muy pocos solo utilizan para realizar llamadas como se indica en la tabla 16, figura 14. En las redes sociales los estudiantes se encuentran sumergidos en un mundo interno adquiriendo un estilo de comunicación a través de imágenes. De acuerdo con Sartori (1998) en sus propias palabras la imagen está transformando al homo sapiens que es producto de la cultura escrita en un homo videns para el cual la palabra está destronada por la imagen y una de las maneras en que lo hace es que la imagen se vuelve más importante que las palabras.

Mediante de las redes sociales se transmite una diversidad cultural de países nacionales e internacionales a través de imágenes que son percibidos por los estudiantes.

Por lo tanto, el uso de las redes sociales por parte de los estudiantes se ha generalizado, pero no se ha desarrollado para colaborar en las tareas escolares o como una herramienta educativa. Estas redes son muy utilizadas, conectándose varias veces al día con la finalidad de estar en contacto con los amigos y enviar mensajes, comentar fotos y estar al día con la moda y con lo que pasa a nivel internacional. Por otro lado, estas redes sociales transmiten estilos de vida, hábitos costumbres, tradiciones de otras culturas. Por lo tanto, los estudiantes están fascinados con lo que se encuentran en la pantalla al momento de acceder a las redes sociales y como consecuencia disminuye el interés de interactuar con su alrededor, principalmente con sus familiares, al momento que existe las interrelaciones entre padres e hijos se transmite las diferentes costumbres, tradiciones y hábitos de la cultura en la que nacieron los estudiantes, lo cual, no se ve hoy en la

actualidad y el apego a las nuevas tecnologías por parte de los estudiantes ocasiona una crisis de identificación de su cultural natal.

Tabla 17

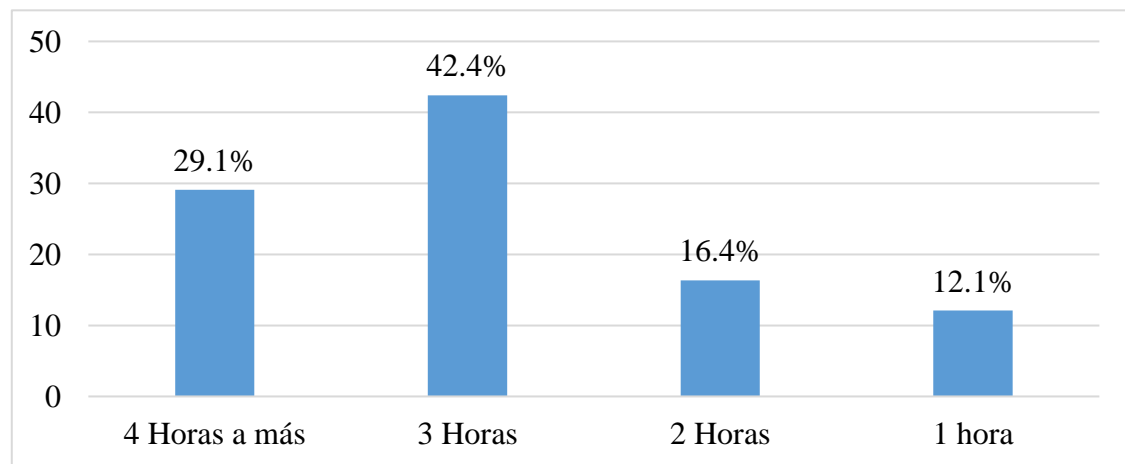
Cuanto tiempo ve la televisión durante el día

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	4 Horas a más	48	29.1%
	3 Horas	70	42.4%
Válido	2 Horas	27	16.4%
	1 hora	20	12.1%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 15

Cuanto tiempo ve la televisión durante el día



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, de los 100% de estudiantes encuestados, el 42.4% ve la televisión por 3 horas al día, siguiendo con el 29.1% ve la

televisión por más de 4 horas al día y el 16.4% ve la televisión por 2 hora al día, por último, el 12.1% de estudiantes ve solo por una hora al día.

Tabla 18

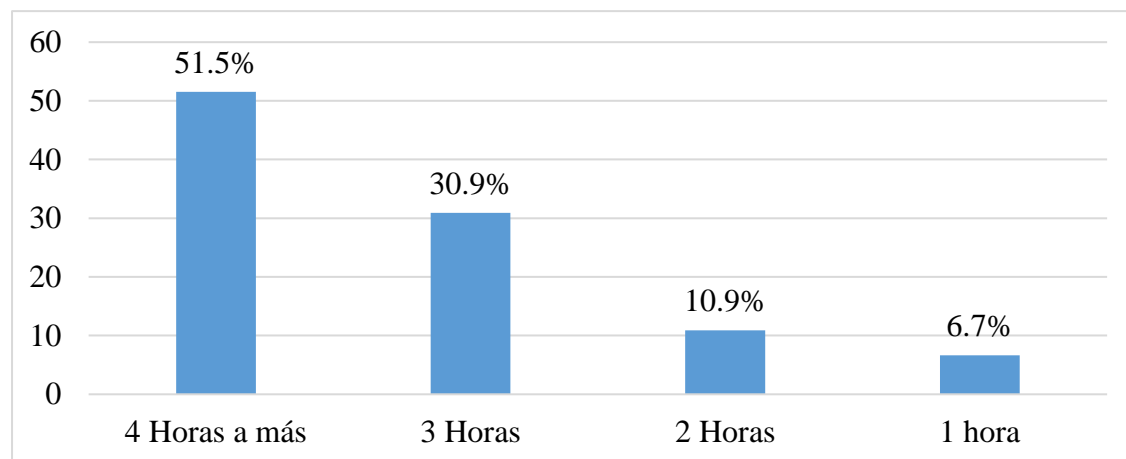
Cuanto tiempo utiliza el celular durante el día

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	4 Horas a más	85	51.5%
	3 Horas	51	30.9%
Válido	2 Horas	18	10.9%
	1 hora	11	6.7%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 16

Cuanto tiempo utiliza el celular durante el día



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, del 100% de estudiantes encuestados, el 51.5% utiliza el celular por más de 4 horas al día, siguiendo con el 30.9%

de estudiantes utiliza el celular por 3 horas al día, mientras que el 10.9% utiliza el celular por 2 horas al día y finalmente el 6.7% de estudiantes utiliza el celular solo por 1 hora al día.

Tabla 19

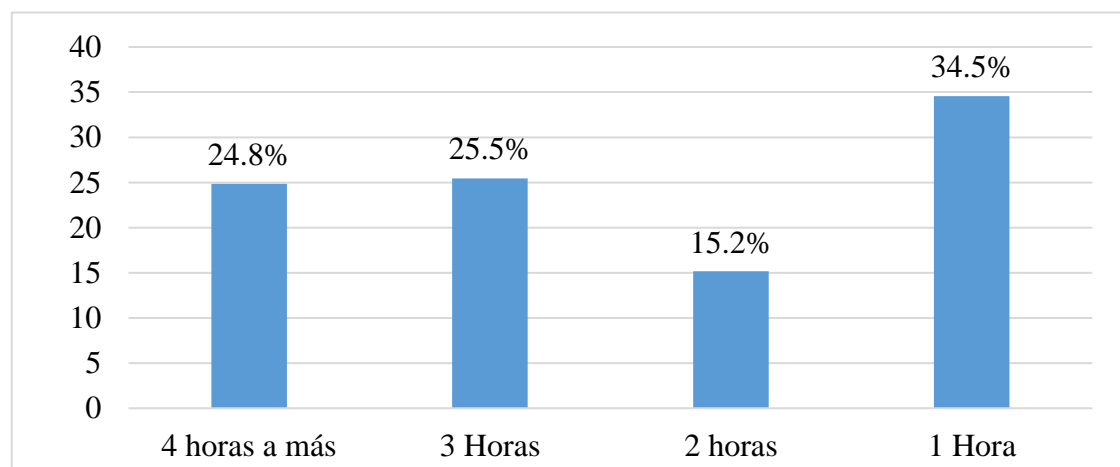
Cuanto tiempo utiliza el internet durante el día

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	4 horas a más	41	24.8%
	3 Horas	42	25.5%
	2 horas	25	15.2%
	1 Hora	57	34.5%
	Total		165

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 17

Cuanto tiempo utiliza el internet durante el día



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, del 100% de estudiantes encuestados el 34.5% utiliza el internet solo por 1 hora al día, mientras que el 25.5%



utiliza el internet por 3 horas al día, seguido con el 24.8% utiliza el internet por más de 4 horas al día y el 15.2% de estudiantes utiliza el internet por 2 horas al día.

Como se aprecia en las tablas 17 y 18 más del 50% de los estudiantes ven la televisión y utilizan el celular entre 3 a 4 horas a mas a diario, por otro lado, en la tabla 19 se aprecia que el 34.5 % de los estudiantes solo utiliza 1 hora el internet a diario, con los datos obtenidos se aprecia que los estudiantes la mayor parte de su tiempo acceden a estas tecnologías modernas ya sea en clases o fuera de clases. Sabemos que la tecnología moderna ha transformado la vida cotidiana de los adolescentes en este caso a los estudiantes del colegio comercio 32, porque dichas tecnologías son más accesibles y visualmente atractivos, dinámicos volviéndose un elemento vital para la vida diaria de los estudiantes y convirtiéndolos en un ser dependiente y desplazando la convivencia interpersonal, por lo tanto, se les hace difícil entablar conversaciones con los demás, en los resultados se observa que la mayoría de los estudiantes disponen su mayor tiempo para ver y utilizar, disfrutan de variedad de programas que facilitan el conocimiento de diversas culturas y reemplazando a otras actividades como compartir tiempo con sus padres, entre otros.

El progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética en efecto estamos en una edad «multimedia» que modifica nuestro modo de pensar. De acuerdo con Sartori (1998) en sus propias palabras tanto la televisión y otros instrumentos de comunicación pueden mentir y falsear la verdad porque la imagen hace la mentira más eficaz y más peligrosa.

El alumno que se desarrolla viendo y pasando mayor tiempo en las tecnologías modernas, las cosas representadas en las imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras y esto es un cambio radical de dirección que afecta la formación de



la identidad cultural de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria. Dedicar mucho tiempo puede perjudicar en el ámbito del estudio y otros ámbitos que provocan desinterés en diferentes actividades (deporte, lectura reuniones con amigos o familiares, etc.) Que se realizan frente a frente con las demás personas.

Los estudiantes pasan aproximadamente entre 3 y 4 horas a más conectados en las tecnologías. Algunos de los adolescentes muestran síntomas de adicción de las tecnologías modernas (aislamiento, ansiedad, problemas en la capacidad de control, etc.) Debido al uso excesivo del internet, las redes sociales o el hecho de ver la televisión a la que tienen una permanente accesibilidad y disponibilidad. Por lo tanto, el excesivo abuso de las tecnologías afecta en el desarrollo social, educativo y sobre todo en el aspecto personal de los estudiantes.

Según Sartori (1998) el internet es un “terrific way to waste time” un espléndido modo de perder el tiempo, invirtiéndoles en futilidades. y la televisión para el autor es la que modifica primero y el problema es que el niño en este caso los alumnos son una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que percibe.

Hoy en día según flores y Gamero (2015) en sus propias palabras los jóvenes hacen uso excesivo del celular ya sea por el uso de servicio de telefónico, el whtsaApp, mensaje de texto o entre otras. Por esta razón los alumnos del 4to y 5to hacen uso desmedido de las tecnologías con la finalidad de mantenerse en contacto con otras personas y estar al día con el entretenimiento de las aplicaciones que cuentan.

Según Plan Nacional de Adicciones entre el 2018 y 2020 cerca de 21% de los adolescentes entre 14 y 18 años realizan uso compulsivo de las nuevas tecnologías.

Tabla 20

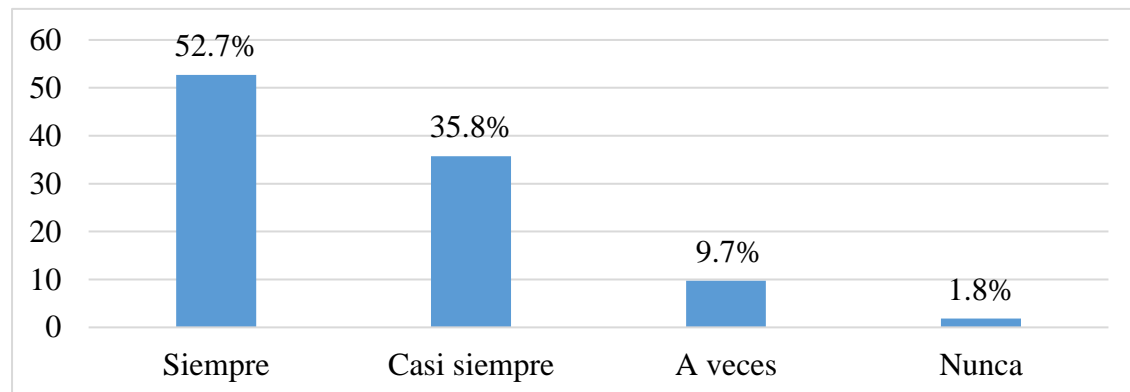
Con qué frecuencia utilizas el internet y celular en casa

	Criterios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Siempre	87	52.7%
	Casi siempre	59	35.8%
Válido	A veces	16	9.7%
	Nunca	3	1.8%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32, 2019.

Figura 18

Con qué frecuencia utilizas el internet y celular en casa



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, se muestra que el 52.7% de estudiantes encuestados consideran que siempre utilizan el internet y celular en casa, seguido con el 35.8% hacen uso del internet y celular en casa casi siempre, mientras que el 9.7% a veces utiliza el internet y celular en casa y el 1.8% de estudiantes considera que nunca utiliza el internet y celular en casa.

Tabla 21

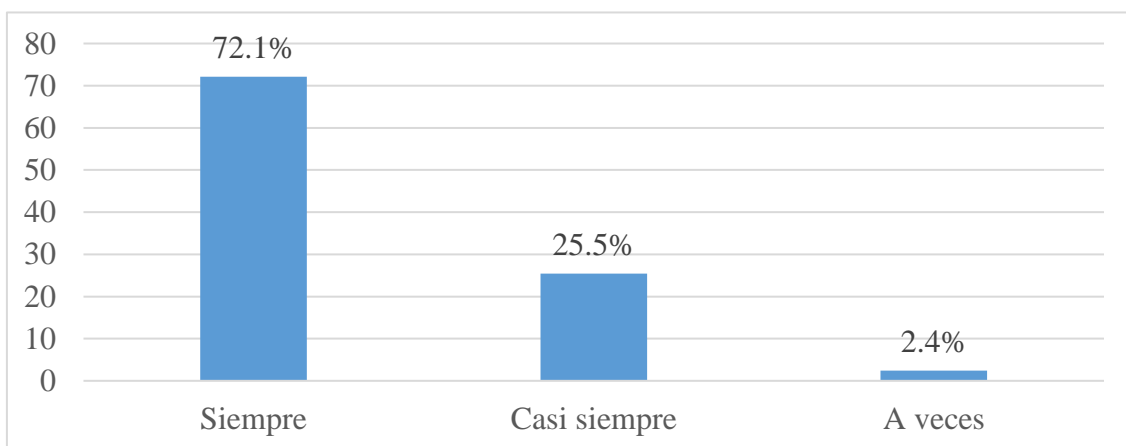
Con qué frecuencia ves la televisión en casa

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Siempre	119	72.1%
	Casi siempre	42	25.5%
	A veces	4	2.4%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 19

Con qué frecuencia ves la televisión en casa



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, se muestra que el 72.1% de estudiantes siempre ven la televisión en casa, seguido con el 25.5% casi siempre ven la televisión en casa y el 2.4% considera que a veces ven la televisión en casa.

En la tabla 20 y 21 se aprecia que los estudiantes, pasan largas horas en la página de internet y viendo la televisión, por lo que el adolescente está constantemente pendiente de los medios de comunicación ya que se benefician de la innovación tecnológica. El uso descontrolado por parte de los estudiantes ocasiona la pérdida de la sensibilidad social.

Como indica Sartori (1998) que un “conocimiento mediante imágenes» no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo” (p. 52).

Tabla 22

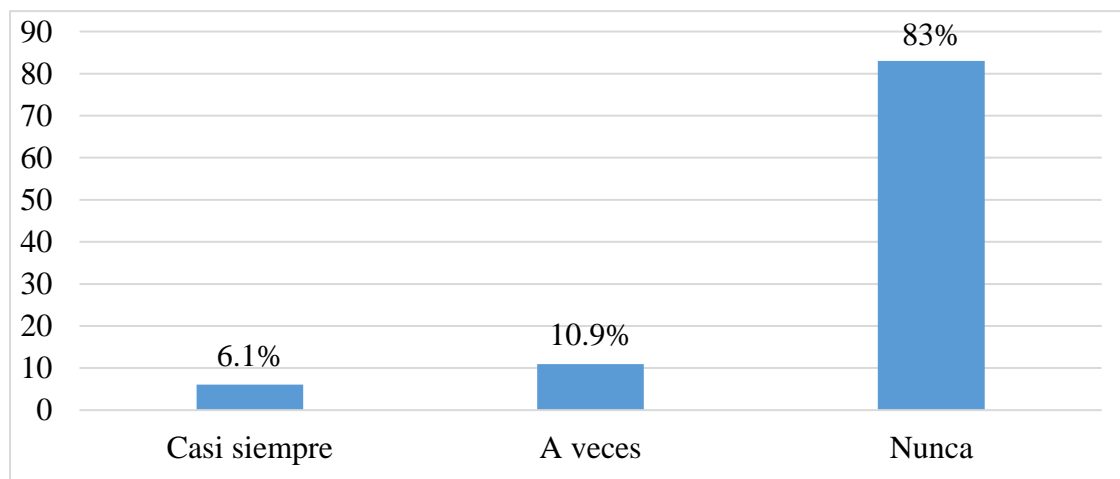
Dejarías de ver y utilizar la televisión, internet y celular

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
Válido	Casi siempre	10	6.1%
	A veces	18	10.9%
	Nunca	137	83%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 20

Dejarías de ver y utilizar la televisión, internet y celular



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.

Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, del 100% de estudiantes encuestados el 83% consideran que nunca dejaría de ver y utilizar la televisión, internet y celular, seguido con el 10.9% a veces dejaría de ver y utilizar la televisión, internet y

celular y el 6.1% consideran que casi siempre dejaría de ver y utilizar la televisión, internet y celular.

Se observa que los estudiantes de 4to y 5to grado de secundaria no dejarían de utilizar la televisión, internet y celular, esto indica que los estudiantes son dependientes a la tecnología moderna llevando a un grado de que el hombre se convierte en un ser sin lenguaje (el habla) por lo que estos medios de comunicación se convierte en trampa y manipulación y todo puede ser manipulado y falseado. Pero como las realidades virtuales son juegos que no tienen probabilidades de convertirse en realidades materiales según Sartori (1998).

Tabla 23

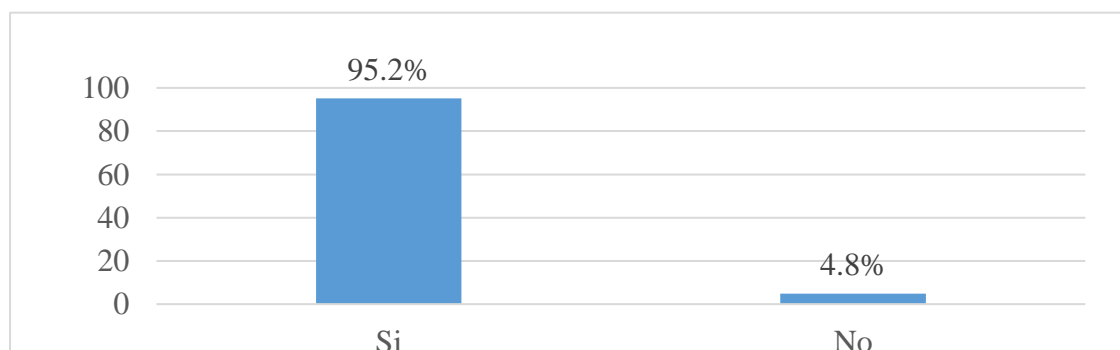
Es importante la televisión, internet y celular

	critérios de medición	Frecuencia	Porcentaje
	Si	157	95.2%
Válido	No	8	4.8%
	Total	165	100,0%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32,2019.

Figura 21

La importancia de la televisión, internet y celular



Fuente: Elaboración propia con base a los datos de las entrevistas realizadas 2019.



Según el estudio realizado en la I.E.S. Comercio 32, se muestra que el 95.2% de estudiantes consideran que, si es importante la televisión, internet y celular, en cambio el 4.8% indican que no es importante la televisión, internet y celular, siendo esta, un porcentaje muy bajo.

La tecnología moderna como la televisión, celular e internet son medios de comunicas más importantes que existe en la actualidad porque permite a los usuarios a acceder información inmediata y a la ves una comunicación inmediata; con esto se pierde las relaciones personales o simplemente hablar cara a cara. En la actualidad los estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria no pueden aislarse de las tecnologías debido a que viven sumergidos en una sociedad TIC.

4.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS

En base al estudio de los resultados obtenidos se pone a prueba las hipótesis con el análisis estadístico de la correlación de Pearson entre las variables de la influencia de la tecnología moderna y la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria del colegio comercio 32 M.H.C.

Hipótesis General

La influencia del internet, televisión y celular en la identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria es negativa porque causa rechazo, negación y vergüenza de su propia cultura.

a) Formulación de hipótesis estadística

H₀: No existe relación entre la influencia del internet, televisión y celular en la identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria.

H_a: Si existe relación entre la influencia del internet, televisión y celular en la identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria.

Tabla 24

Prueba de hipótesis general

		Identidad cultural	Tecnología moderna
Identidad cultural	Correlación de Pearson	1	,421**
	Sig. (bilateral)		0.000
	n	165	165
Tecnología moderna	Correlación de Pearson	,421**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	n	165	165

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral)

Según la tabla 24 se observa que el coeficiente de correlación R de Pearson entre estas dos variables es de 0.421. Como los valores de R de Pearson van de -1 a + 1, siendo el 0 el indicador de que no existe correlación, entonces se ve que entre estas dos variables existe una correlación moderada, ya que no es 0. La dirección de la correlación es positiva y directa, por lo tanto, al aumentar la influencia de la tecnología moderna, aumenta la crisis de identidad cultural de los estudiantes.

A partir de la encuesta realizada a los estudiantes, el procesamiento de la información es realizada con un 5% de margen de error y 95% de nivel de confianza, del cual en la prueba de hipótesis, si el nivel de significancia es menor a 0.05, significa que existe correlación entre las dos variables, sin embargo, si la significancia es mayor al nivel de significancia establecido entonces no existe correlación entre las dos variables. En cuanto a la tabla 24 el nivel de significancia es 0,000 menor que 0,05 nivel de significancia establecida y está marcada con dos asteriscos por estar de bajo de 0,01, indica que, existe



una correlación fuerte y verdadera. Por lo tanto, se acepta la H_a : Si existe relación entre la influencia del internet, televisión y celular en la identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria y se rechaza la hipótesis nula.

Hipótesis Específica 1

Los estudiantes de 4to y 5to de secundaria observan en internet, televisión y el celular espectáculos, programas reality, telenovelas que transmiten estilos de vida y hábitos que están fuera de la cultura originaria.

a) Formulación de hipótesis estadística

H_0 : No existe relación entre lo que observan en internet, televisión y el celular espectáculos, programas reality, telenovelas que transmiten estilos de vida y hábitos en la crisis de la identidad cultural de los estudiantes.

H_a : Si existe relación entre lo que observan en internet, televisión y el celular espectáculos, programas reality, telenovelas que transmiten estilos de vida y hábitos en la crisis de la identidad cultural de los estudiantes.

Tabla 25*Prueba de hipótesis específica 1*

		Que ves en la televisión	Te identificas con lo que ves en la televisión
Que ves en la televisión	Correlación de Pearson	1	,274*
	Sig. (bilateral)		0.025
	n		165
Te identificas con lo que ves en la televisión	Correlación de Pearson	,274*	1
	Sig. (bilateral)	0.025	
	n	165	165

Nota: * La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

Al realizar el análisis estadístico de estas dos variables por medio del coeficiente de correlación de Pearson, se obtuvo un nivel de significancia menor que 0.05 establecido, por tal motivo se rechaza H_0 . No existe relación entre lo que observan en internet, televisión y el celular espectáculos, programas reality, telenovelas que transmiten estilos de vida y hábitos en la crisis de la identidad cultural de los estudiantes. Por lo que sí existe una correlación de .274 la dirección de la correlación es positiva y directa, es decir, al incrementar con mayor frecuencia lo que observan en la televisión, internet, y celular los programas como espectáculos, programas reality, telenovelas, etc; también incrementa la crisis de identidad cultural, cambiando su estilo de vida y hábitos de los estudiantes.

Según Sartori (1998) “se caracteriza por un común denominador: tele-ver, y, como consecuencia, nuestro vídeo-vivir” (p.11). Por lo que, el uso de tecnología de la comunicación es tan generalizado que han llevado a los adolescentes a estar sumergidos



en los programas que muestra la televisión y en la variedad de información que pueden obtener mediante el internet utilizado el celular, ya que el celular cumple varias funciones, en el puedes acceder a la televisión y a muchas otras cosas utilizando el internet. En esta misma línea Hall (citado por Restrepo, 2014) manifiesta que:

No hay duda que los medios han destacado como canales para la producción y distribución de la cultura absorbiendo las esferas de la comunicación pública, ha colonizado la esfera cultural e ideológica siendo, cada vez más, responsables suministrar la base a partir de la cual se construye una imagen de las vidas, significados, prácticas y valores de los otros grupos y clases, pero también se suministra imágenes, representaciones e ideas alrededor de las fragmentaciones; hablamos de la construcción de la imagen social que nos hace percibir un mundo global inteligible integrando los mundos de otro y los nuestros en una sociedad vivida. (p.67)

Cualquiera que sea la cultura que se muestra a través de las tecnologías los estudiantes lo perciben, procesan, e interpretan la información social, forman sus puntos de vistas de ellos mismos, aman y odian se enfrentan a los conflictos y se dejan influencias por otros y por lo que perciben en la televisión, internet y celular.

La cultura dominante que se muestra a través de la imágenes tiene una influencia penetrante en los estudiantes sobre las actitudes, valores, percepciones y conductas. Para Sartori (1998) todo ser humano vive en la esfera de su cultura.

Los estilos de vida y hábitos fueron cambiados por la tecnología moderna, los más afectados de la sociedad actual fueron los adolescentes porque ha posibilitado a que se pierdan en un mundo de fantasía para huir de la rutina cotidiana y debido a la influencia que tienen los contenidos de las tecnologías genera la crisis de identidad cultural por



ejemplo en los resultados indica que 86.1% de estudiantes adolescentes ven películas, novelas, espectáculos y programas de reality en la televisión todo ello a que 93.9 % se identifica con lo que perciben en la televisión, en internet y el celular, por tal motivo existe relación entre lo que ven y con lo que se identifican, por lo tanto, la tecnología de la comunicación genera cambios en la vida cotidiana de los estudiantes y genera una crisis en la identidad cultural de los estudiantes. Porque la identidad cultural de los estudiantes se construye por sus experiencias, está en permanente tensión y condicionada por diversos factores que se transmite en los contenidos de las tecnologías modernas como indica Hall y Gay (2003) la identidad se forma a través de la vida, de las experiencias de su manera de interactuar y comunicarse con los demás.

Hipótesis Específica 2

Los estudiantes del 4to y 5to de secundaria acceden la mayor parte de su tiempo a internet, televisión y celular antes que sus actividades diarias.

a) Formulación de hipótesis estadística

H₀: No existe relación entre acceder la mayor parte de su tiempo a internet, televisión y celular y la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria.

H_a: Si existe relación entre acceder la mayor parte de su tiempo a internet, televisión y celular y la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria.

Tabla 26

Prueba de hipótesis específica 2

		Frecuencia que ven la televisión y utilizan el internet y celular	Te gusta estar a la moda que muestra la televisión
Frecuencia que ven la televisión y utilizan el internet y celular	Correlación de Pearson	1	,230**
	Sig. (bilateral)		0.003
	n		165
Te gusta estar a la moda que muestra la televisión	Correlación de Pearson	,230**	1
	Sig. (bilateral)	0.003	
	n	165	165

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Según el análisis estadístico de estas dos variables por medio del coeficiente de correlación R de Pearson se obtuvo un nivel de significancia 0.003 que viene a ser menor que 0.05 establecido, y también está por debajo 0,01, por lo que indica que existe una fuerte correlación y que es verdadera, por tal motivo, se rechaza H_0 : No existe relación entre acceder la mayor parte de su tiempo a internet, televisión y celular y la crisis de identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de secundaria. La dirección de la correlación es positiva y es directa.

Se sabe que el uso de las tecnologías mencionadas ofrece indudables beneficios que van de la mano con riesgos que son consecuencias generalmente de una inadecuada



utilización, pero, el contacto precoz y el uso generalizado han disminuido la manera de relacionarse con el entorno familiar y social y es muy diferente al de las generaciones anteriores. Sin embargo, estas tecnologías para Flores y Gamero (2015) han facilitado la comunicación de todo el mundo, pero también ha producido cambios en todos los niveles de convivencia en la sociedad debido por el uso de los servicios de la telefonía, mensaje de texto, el whatsApp, internet, etc. El impacto del uso de las tecnologías podría ocasionar en los estudiantes a sumergirse en las pantallas y preferir accederlas antes de realizar sus actividades diarias ya sea en la escuela o en la casa; incluso los adolescentes pueden estar atentos en forma simultánea a diversas pantallas a las que tiene acceso, debido a ello ha cambiado la forma de pensar en relación con las anteriores generaciones.

Sartori (1998) describió que la televisión como los otros medios de comunicación e información pueden mentir y falsear la verdad mediante la imagen ya que la imagen hace la mentira más eficaz y más peligrosa.

En los resultados obtenidos más del 50% de los estudiantes pasan mayor tiempo entre 3 y 4 horas a más en acceder a las tecnologías, es decir, quien controla el tiempo y acceso a las tecnologías ya sea televisión, internet o celular son los propios estudiantes ya que dichas tecnología son accesibles en cualquier momento y en cualquier hora del día para los estudiantes, por lo tanto, el uso excesivo se caracteriza por tener elevadas horas de conexión y desentendiendo a sus otras actividades como estudiantes y como hijos.

La identidad cultural de los estudiantes está siendo afectada por el desarrollo de la tecnología la cual ha jugado un papel muy importante en la construcción de la identidad cultural, porque los estudiantes cuando ven más tiempo los contenidos de las tecnologías modernas y están en esa rutina, adoptan y se identifican con lo que perciben. La tecnología está expuesta y ha alcanzado a todos los niveles de la sociedad actual, es decir, todos están



sumergidos en un mundo de la tecnología de la comunicación ya que todos los hogares poseen un televisor o un celular e internet, por ende, se identifican con lo que ven en estas tecnologías modernas.

Hipótesis Específica 3

Los estudiantes del 4to y 5to de secundaria al acceder al internet, televisión y el celular creando dependencia y adicción que afecta la identidad cultural.

a) Formulación de hipótesis estadística

H₀: No existe relación entre acceder al internet, televisión y el celular que crea dependencia y adicción con la crisis de la identidad cultural de los estudiantes.

H_a: Si existe relación entre acceder al internet, televisión y el celular que crea dependencia y adicción con la crisis de la identidad cultural de los estudiantes.

Tabla 27*Prueba de hipótesis específica 3*

		Vergüenza al hablar el idioma materna con los demás	Tiempo que pasan en la televisión, internet y celular
Vergüenza al hablar el idioma materna con los demás	Correlación de Pearson	1	,209**
	Sig. (bilateral)		0.007
	n	165	165
Tiempo que pasan en la televisión, internet y celular	Correlación de Pearson	,209**	1
	Sig. (bilateral)	0.007	
	n	165	165

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al realizar el análisis estadístico de estas dos variables por medio del coeficiente de correlación de Pearson, se obtuvo un nivel de significancia menor que 0.05 establecido, por tal motivo se rechaza H_0 : No existe relación entre acceder al internet, televisión y el celular que crea dependencia y adicción con la crisis de la identidad cultural de los estudiantes. Por lo tanto, sí existe una correlación de .209, la dirección de la correlación es positiva y directa, ya que la correlación es significativa 0,01 por lo que indica que existe una fuerte correlación y que es verdadera.

Los estudiantes destinan cada día un número importante de horas al uso de las pantallas que disponen. Entre las tecnologías que más acceden es el celular con 82.4% de



los estudiantes utiliza entre 3 a 4 horas a más que son diarios (ver tabla 18), seguido muy cerca del televisor con 71.5% de los estudiantes utiliza entre 3 a 4 horas a más (ver tabla 17) y por último, el internet con 50.3% de los estudiantes utiliza entre 3 a 4 horas a más (ver tabla 19); haciendo una aproximada suma de 49 horas semanales de cada uno de las tecnologías mencionadas.

En este sentido, el uso de las nuevas tecnologías se ha vuelto una adicción en algunos de los estudiantes, la adicción del uso del internet, teléfono móvil y video juegos e incluso se ha de tomar en cuenta que la gran mayoría de los adultos y sobre todos los adolescentes pasan tiempo atendiendo el celular y leyendo publicaciones en las redes sociales, antes de prestar atención a las personas que los rodea. En ese sentido, la televisión es utilizada para manipular a la sociedad a través de la imagen, lo mismo ocurre con el celular y el internet ya que transmiten en sus contenidos estilos de vida de otras culturas a través de las imágenes, al respecto para Sartori (1998) la imagen está transformando al homo sapiens que es producto de la cultura escrita en un homo videns para el cual la palabra esta destronada por la imagen.

La televisión condiciona o puede condicionar fuertemente, ya que cambia radicalmente el criterio de selección de las diferentes informaciones; Por lo tanto, la fuerza de la televisión habla por imágenes esto representa un problema en la medida que podemos ver porque mueve los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencias, disparos, etc.; en este sentido la televisión supera la información escrita porque la imagen es la que es y, por así decirlo, habla por sí sola (Sartori, 1998). Entonces, las cosas representadas en las imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras y esto es un cambio radical de dirección, ya que la televisión, celular e internet a través de las imágenes en realidad no nos muestra los hechos sino solo parte de los



hechos y encima lo hace a partir de una perspectiva a veces exagerada, alterada, amarillista o se inventan algo para subir el rating entre otras cosas, todo esto influye de manera negativa en la construcción de la identidad de los estudiantes de la I.E.S. Comercio 32.

El consumo abusivo de las tecnologías ocasiona a que los adolescentes entren en desconcentración completa y que sus vidas dependen de esta tecnología, porque si un día dejan de utilizar estas tecnologías puede verse conductas de ansiedad y en muchos casos la agresividad ya que sienten que se están desactualizado del mundo por lo que se vuelve una necesidad y parte de su vida, por lo tanto, son ya seres humano de imágenes como lo indica Sartori (1998) “el acto continuo de ver la televisión está transformando la naturaleza de los seres humanos y una de las maneras en que lo hace es que la imagen se vuelve más importante que las palabras” (p.8)

Con respecto a la adicción del internet existe dos versiones por un lado esta Rojas (2020) manifiesta que “la adicción a internet está considerada como una adicción comportamental que provoca una serie de consecuencias de diversas índoles e intensidad de acuerdo con el nivel de compromiso que la persona tenga con la conducta problemática” (p.2). Por otro lado, se encuentra Balaguer (2008) para él “la adicción a internet no existe, pues lo que genera adicción no es la red sí misma sino los distintos entornos que la conforman. Potencialmente, se puede establecer con diversos entornos del internet una adictiva relación de dependencia” (p. 4). Esto quiere decir que internet como tecnología no es adicción sino es el requerimiento de pasar mayor tiempo en internet para conseguir la satisfacción, también es el uso compulsivo y patológico del internet y todas sus posibilidades tecnológicas: juegos en línea, chats, mensajes de texto,



compras, correo electrónico, redes sociales, programas televisivos, entre otros, por lo tanto, el uso abusivo de las tecnologías modernas se configura como adicción.



V. CONCLUSIONES

Primero: La influencia de la tecnología moderna (internet, televisión y celular) en la crisis de identidad cultural de los estudiantes es negativa porque existe una correlación positiva y directa entre estas dos variables, es evidente que estas tecnologías a través de los programas nacionales e internacionales y las redes sociales emiten valores, costumbres y hábitos fuera de la cultura originaria que ejercen un impacto negativo en la construcción de la identidad de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria del colegio comercio 32.

Segundo: Los estudiantes observan en internet y televisión como programas de reality, comedias, telenovelas, mientras que en el celular ingresan a las redes sociales y perciben los estilos de vida y hábitos fuera de la cultura originaria que distorsionan los valores y deforman la construcción de identidad cultural de los estudiantes, por lo tanto, el impacto es negativo y genera crisis en la construcción de la identidad cultural en los estudiante lo cual se manifiesta al momento en que rechazan y siente vergüenza por los suyos, su idioma, su cultura; es decir, los valores de otras realidades sustituyen a los valores de su cultura originaria.

Tercero: Más del 50% de los estudiantes utilizan las tecnologías modernas entre 3 a 4 horas a más en su vida cotidiana, dedicándole la mayor parte de su tiempo libre en acceder al internet, televisión y celular antes de realizar otras actividades fuera de clases, porque estas tecnologías modernas brindan ilimitadas posibilidades de entretenimiento, informaciones, diversión entre otras, que son asimilados por parte de los estudiantes y se introducen en su vida diaria y que están fuera su cultura originaria.

Cuarto: La identidad cultural es un proceso en continua construcción y redefinición, siendo más del 50% de los estudiantes acceden con mayor frecuencia a las tecnologías



modernas; el uso excesivo a las pantallas digitales, estar conectados muchas horas en todo momento y en cualquier lugar durante el día influye de manera negativa en el proceso de construcción de una identidad cultural propio de un estudiante de 4to y 5to de secundaria porque comienza alejarse de lo originario, incluso este hecho conlleva a una dependencia y adicción.



VI. RECOMENDACIONES

La identidad cultural se debe considerar como un tema muy importante dentro de la programación anual de los docentes para enseñar a los estudiantes la valorización de la cultura viva que existe todavía y que se puede recuperar.

A través del curso de tutoría se debe impulsar el tema de identidad cultural, para lograr la reflexión y la valorización en cada uno de los estudiantes de cuarto y quinto grado de la Institución Educativa Secundaria Glorioso Comercio 32 Mariano H Cornejo.

Los padres deben crear un clima de comunicación dentro del hogar para que sus hijos puedan acceder en menor tiempo la tecnología moderna (televisión, internet y el celular) ello puede generar la integración en su cultura originaria de sus padres.

Se recomienda que la Institución Educativa Secundaria promueva programas para controlar el uso del internet. Estos programas deben alinearse con los padres de familia, dado que es necesario establecer condiciones para que los estudiantes puedan organizar su tiempo en el uso de internet, televisión y celular y así evitar su dependencia y adicción.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ansion, J., Tubino, F., Alfaro, S., Gonzales, M., Mujica, L., Segato, R., & Villasante, M. (2007). *Educación en ciudadanía interculturalidad*. Lima: Fondo Editorial Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Balaguer, R. (2008). ¿Adicción a internet o adicción a la existencia? *Revista digital universitaria*, 9(8), 5-12.
<http://www.revista.unam.mx/vol.9/num8/art55/art55.pdf>.
- Barquero, A., & Calderón, F. (2016). Influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo adolescente y posibles desajustes. *Revista Cúpula*, 30(2), 11-25.
<https://www.binasss.sa.cr/bibliotecas/bhp/cupula/v30n2/art02.pdf>.
- Berger, P., & Luckman, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu. <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>.
- Berrosipi, V. (2014). *El entretenimiento televisivo y la identidad cultural en los colegios emblemáticos en la ciudad de Huánuco, 2012*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/3740/Berrosipi_cv.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Bondy, A. (1974). *La cultura de la dominación en Perú Problema*. Lima: Fondo editorial de la facultad de letras UNMSM. <http://revistasolar.org/wp-content/uploads/2017/12/ASB-Dominaci%C3%B3n-y-liberaci%C3%B3n.pdf>.
- Castells, M. (2001). *La era de la información, economía, sociedad y cultura El poder de la identidad, volumen II*. México: Alianza editorial,S.A.



<https://trabajosocialucen.files.wordpress.com/2012/05/castells-manuel-la-era-de-la-informacic3b3n-el-poder-de-la-identidad-v-ii.pdf>.

Cea D' Ancona, M. (1998). *Metodología cuantitativa estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia_cuantitativa__es_trategias_y_tecnicas_de_investigacion_social__cea_d_ancona.pdf.

Cepeda, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque*(31), 244-262.
<https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>.

Flores, C., & Gamero, K. (2015). Adicción al celular en estudiantes de la Universidad Nacional de San Agustín y la Universidad Católica San Pablo. *Revista psicología*, 5(2), 13-25.
<https://revistas.ucsp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/141/137>.

García, C., López, M., & Jiménez, G. (2014). Los riesgos de los adolescentes en internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de internet. *Revista Latina de Comunicación Social*(69), 462-485. doi:10.4185/RLCS-2014-1020

García, O. (2007). La cultura humana y su interpretación desde la perspectiva de la cultura organizacional. *Pensamiento & gestión*(22), 143 - 167.
<https://www.redalyc.org/pdf/646/64602204.pdf>.

Garretón, M., & Rojo, G. (2006). *Identidades culturales, redes tecnológicas y acción colectiva. El movimiento zapatista y el movimiento de los foros sociales en América Latina*. [Tesis de grado, Universidad de Chile].
<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108894/Identidades-culturales-redes-tecnologicas-y-accion-colectiva.pdf?sequence=4>.



- Garrido, O. (1998). Influencia de la escuela en la pérdida de la identidad cultural el caso de la educación indígena en la región de la araucaria. *Revista de investigación e innovación educativa*, 32(19), 7-29.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4785007>.
- Gordillo, C. (1997). *Factores que motivan la pérdida de la identidad cultural en los alumnos del cuarto grado del CES. Unidad San Carlos*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional del Altiplano.
- Grimaldo, M. (2006). Identidad y política cultural en el Perú. *Revista scielo*, (12), 41-48.
<http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v12n12/a03v12n12.pdf>.
- Hall, S., & Gay, P. (2003). *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos aires: Amorrortu.
<https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/hall-s-du-gay-p-1996-cuestiones-de-identidad-cultural.pdf>.
- Hernández, S. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicando en el proceso de aprendizaje. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 5(2), 26-35. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78011201008>.
- Llopis, I., & Bartomeu, T. (2014). *Consecuencias de las nuevas tecnologías en las relaciones familiares en el hogar*. [Tesis pregrado, Universitat de les Illes Belears].
https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/1520/LLOPIS_LLABRES_I.pdf?sequence=.
- Maalouf, A. (1999). *Identidades asesinas*. España: Alianza editorial.
https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/s_identidades_Asesinas.pdf.



- Mendoza, M. (2014). El teléfono celular como mediador en el proceso de enseñanza aprendizaje. *Omnia*, 20(3), 9-22.
<https://www.redalyc.org/pdf/737/73737091002.pdf>.
- Mercado, A., & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Scielo*, 17(53), 229 - 251.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352010000200010.
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera*, (7), 69-68. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>.
- Nicuesa, M. (2020). Adicción a Internet y las tecnologías. *Revista de salud y bienestar*, <https://www.webconsultas.com/mente-y-emociones/adicciones/por-que-somos-adictos-a-internet#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20Mundial%20de%20la,vinculados%20con%20las%20nuevas%20tecnolog%C3%ADas.&text=Seg%C3%BAn%20el%20Plan%20Nacional%20de,>.
- Pérez, N. (2013). *Propuesta de un programa educativo de identidad cultural, para la Institución Educativa Nacional Jaen de Bracamoros, en la provincia de Jaen, región Cajamarca*. [Tesis Pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. <https://es.slideshare.net/Nimiaperez/tesis-identidad-cultural-jaena>.
- Pérez, O. (Octubre de 2011). *Perspectiva esencialista y perspectiva constructivista* . Identidad. <http://oscar-anibal.blogspot.com/2011/10/perspectiva-esencialista-y-perspectiva.html>.



- Podestá, P. (2006). Un acercamiento al concepto de cultura. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(21), 25-39.
<https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733601002.pdf>.
- Quispe, S. (2013). *Influencia del alcoholismo en la pérdida de la identidad cultural en la población urbana del distrito de Ayaviri*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano]. .
- RAE. (s.f.). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 20 de Diciembre del 2020
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36422894/Diccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf?1422427855=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf&Expires=1613851793&Signature=A-](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36422894/Diccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf?1422427855=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf&Expires=1613851793&Signature=A-.). Obtenido de
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36422894/Diccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf?1422427855=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiccionario_de_la_Lengua_Espanola.pdf&Expires=1613851793&Signature=A-em052TUSp-yoLVqf084rirtuW6SzHI-gYA0ynMt
- Restrepo, E. (2014). *Stuart Hall desde el sur: legados y apropiaciones*. Buenos Aires: Clacso.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/posgrados/20140821043428/StuartHallDesdeElSur.pdf>.
- Rojas, J. (2020). *Adicción al internet en estudiantes de nivel secundario de las instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Huancayo*. [Tesis pregrado, Universidad Continental].



https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7538/1/IV_FHU_501_TE_Rojas_Cardenas_2020.pdf.

Sartori, G. (1998). *Homo videns la sociedad teledirigida*. Lima, Perú: Santillanas S.A.

Soler, V. (octubre,2008). *El uso de las TIC (Tecnología de la Información y la Comunicación) como herramienta didáctica en la escuela*. Contribuciones a las ciencias sociales. www.eumed.net/rev/cccss/02/vsp.htm.

Tenorio, M. (2011). Escolaridad Generalizada: ¿inclusión social de la identidad cultural? *Revista de Estudios Sociales*, 23(40), 57-71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81522330006>.

Terrón, J., Moragas, M., & Rincón, O. (2017). *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después*. InCom-UAB Publicacions, Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. ISBN 978-84-947521-5-5.

Turpo, A. (11 de Octubre 2009). El trauma colonial y la identidad cultural pérdida. *Diario los Andes*, <http://www.losandes.com.pe/oweb/Cultural/20091011/28315.html>.

Vidales, M. (noviembre, 2012). La relación entre jóvenes y tic en la investigación en comunicación en el salvador. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/10_Vidales_V81.pdf.

Yanarico, V. (2008). *La televisión y su influencia en la pérdida de identidad cultural en alumnos de tercer grado de la I.E.S. Comercio 32 "MHC" de Juliaca 2007*. [Tesis de pregrado]: Universidad Nacional del Altiplano. Puno.

Zárate, J. (2015). La identidad como construcción social desde la propuesta de Charles Taylor. *Revista Scielo*, (23) ,117-134. <http://dx.doi.org/10.14482/eidos.23.189>.



ANEXOS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA**

CUESTIONARIO

Estimado (a), reciba un cordial saludo, esperamos contar con el apoyo de usted; la información obtenida del cuestionario será tratada únicamente con fines académicos y con estricta confidencialidad, que serán indispensables para la realización de dicha investigación.

Objetivo: La presente encuesta pretende establecer la influencia del internet, televisión y celular en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Comercio 32 M.H.C., 2019.

I. Datos generales

1.1. Género

- a) Hombre ()
b) Mujer ()

1.2. Edad

- a) 14 años ()
b) 15 años ()
c) 16 años ()
d) 17 años ()

1.3. Ocupación

- a) Solo estudio ()
b) Estudio y trabajo ()

II. Identidad cultural y tecnología moderna

2.1. ¿Cuál es su idioma materna?

- a) Quechua ()
b) Aimara ()
c) Castellano ()

2.2. Usted siente vergüenza al hablar en su idioma materna (quechua o aimara)

- a) Siempre ()
b) Casi siempre ()
c) A veces ()
d) Nunca ()

¿ Por qué? _____

2.3. ¿Tus padres se identifican con la cultura de su tierra natal (quechua y aimara)?

- a) Siempre ()
b) Casi siempre ()
c) A veces ()
d) Nunca ()



2.4.¿Conoce usted las tradiciones, costumbres y ritos de tierra natal?

- a) Si ()
- b) No ()

Menciones cuales son: _____

2.5.¿Usted cree que es necesario conservar el idioma nativo de tu tierra de origen?

- a) Casi siempre ()
- b) Siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

¿ Por qué? _____

2.6. Entre la ropa tradicional de tu tierra natal y la ropa a la moda de otro país

¿Usted con cuál de ellos prefiere vestirse?

- a) Ropa tradicional ()
- b) Ropa a la moda ()

¿ Por qué? _____

2.7.¿Usted con qué frecuencia sale a la calle con sus padres?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

2.8.¿Te identificas con lo que ves en la televisión, internet y celular?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

III. Acceso a la tecnología moderna

3.1. ¿Cuál de las tecnologías utilizas con más frecuencia?

- a) Televisión ()
- b) Internet ()
- c) Celular ()
- d) Otros ()

Si la respuesta es otros menciones cual o cuales son: _____



3.2. ¿Usted utiliza el internet para?

- a) buscar información relacionado con el estudio ()
- b) buscar músicas modernas para escuchar ()
- c) Ver espectáculos ()
- d) Jugar video juegos en línea ()
- e) Entrar a las redes sociales como Facebook, youtube, instagran, etc. ()
- f) otros ()

Si la respuesta es otros mencione cuál o cuáles son: _____

3.3. ¿Qué programa ve en la televisión?

- a) Noticias y programas educativos ()
- b) Películas y novelas ()
- c) Espectáculos ()
- d) Programas como esto es guerra, etc. ()
- e) Otros ()

Si la respuesta es otros mencione cuál o cuáles son: _____

3.4. ¿Te gusta estar a la moda que muestra la televisión?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

3.5. ¿Cuál de las aplicaciones utiliza con mayor frecuencia en el celular?

- a) Facebook ()
- b) WhatsaAp ()
- c) Instagran ()
- d) YouTube ()
- e) Solo llamada ()
- f) Todas las alternativas ()

IV. Tiempo de uso de la tecnología moderna

4.1. ¿Usted por cuanto tiempo utiliza el internet durante el día?

- a) 0 a 1 hora ()
- b) 2 a 3 horas ()
- c) 4 a 5 horas ()
- d) 6 a más horas ()

4.2. ¿Usted por cuanto tiempo ve la televisión durante el día?

- a) 0 a 1 hora ()
- b) 2 a 3 horas ()
- c) 4 a 5 horas ()
- d) 6 a más horas ()

4.3. ¿Usted por cuanto tiempo utiliza el celular durante el día?

- a) 0 a 1 hora ()
- e) 2 a 3 horas ()



- f) 4 a 5 horas ()
- g) 6 a más horas ()

V. Dependencia de la tecnología moderna

5.1. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el internet y celular en casa?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

5.2. ¿Con qué frecuencia usted ve la televisión en casa?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

5.3. ¿Usted dejaría de ver y utilizar la televisión, internet y celular?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) A veces ()
- d) Nunca ()

¿Por qué? _____

5.4. ¿Para usted es importante estas tecnologías modernas como la televisión, internet y celular?

- a) Si ()
- b) No ()

¿Por qué? _____
