



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
VICERRECTORADO ACADÉMICO
ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
Postgrado en Comunicación Social**

Trabajo Especial de Grado

**INCIDENCIA DE INTERNET COMO GENERADOR DE VALORES
CIUDADANOS EN ESTUDIANTES DE 12-19 AÑOS QUE HABITAN EN
COMUNIDADES POPULARES DE CARACAS**

**Presentado por Silvia M. Rincón Torres para optar al título de
Magister en Comunicación para el Desarrollo Social**

**Tutor
José Luis Da Silva**

Caracas, Julio 2011

*A las dos razones por lo cual soy lo que soy:
Manuel y Nelly, padres excepcionales*

Agradecimientos

A los jóvenes que colaboraron con la investigación, sin ellos simplemente este trabajo no existiera.

A los coordinadores de los liceos, quienes facilitaron mi visita a sus instituciones educativas.

A la UCAB, en especial al equipo de Proyección a la Comunidad y al equipo del Centro de Investigación y Formación Humanística, con especial atención a la Profesora Luisa Angelucci.

A mi tutor, José Luis... ¡qué paciencia!

A mi familia y a mi pareja por apoyarme y darme ánimo.

Gracias totales... a todos los que se me olvidan y de seguro luego me voy a acordar.

	Pág.
Resumen.....	ix
Introducción.....	1
CAPITULO I: FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.1. Área de investigación.....	4
1.2. Planteamiento del problema.....	4
1.3. Objetivos de investigación.....	7
1.4. Justificación de la investigación.....	7
1.5. Descripción de la hipótesis.....	10
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	11
2. Internet como medio generador de nuevas dinámicas comunicacionales y educativas.....	11
2.1. Los jóvenes frente a las nuevas tecnologías.....	13
2.2. Introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en la escuela.....	18
3. Valores ciudadanos: tendencias y manifestaciones.....	21
3.1. Aproximación a los conceptos: valores y creencias.....	21
3.2. Clasificación de valores.....	24
3.3. Los valores en la era de la tecnología.....	26
3.4. Definición de los conceptos.....	31
a. Tolerancia.....	31
b. Justicia Social.....	34
c. Diálogo.....	36
d. Cuido de los espacios públicos.....	37
e. Honestidad.....	39
f. Participación.....	39
4. Implicaciones pedagógicas de Internet para la educación en valores	41

5. Conformación social y estructural de los barrios y su evolución en el sistema de valores.....	42
6. Características sociodemográficas de las zonas populares escogidas en la investigación	45
7. Los medios de comunicación social tradicionales y la formación en valores	48
6.1. Los medios de comunicación social.....	49
6.2. Un nuevo modelo de hombre a partir de los medios de comunicación.....	50
6.3. La televisión como agente conformador de valores en adolescentes.....	51
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	
8. Tipo de investigación.....	55
9. Diseño de la investigación.....	56
10. Diseño muestral.....	57
10.1. Población o universo de estudios.....	57
10.2. La muestra.....	58
11. Técnica de recolección de datos.....	60
12. Técnica de análisis de datos.....	62
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE DATOS	
13. Nivel de medición.....	64
14. Análisis de variables sociodemográficas.....	66
15. Reconocimiento de valores ciudadanos en Internet.....	78
16. Prácticas ciudadanas de adolescentes que habitan en comunidades populares de Caracas.....	87
16. Incidencia de Internet en las prácticas ciudadanas.....	92
Conclusiones y recomendaciones.....	103

Bibliografía.....	107
Anexos.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla 1. Distribución de la Ubicación de Escuelas Escogidas para Responder el Instrumento de Recolección de Datos.....	53
Tabla 2. Distribución de Escuela de Acuerdo a Datos Estadísticos del Plantel	58
Tabla 3. Distribución de Preguntas de Acuerdo a las Variables de Análisis de la Investigación.....	60
Tabla 4. Cruce entre Lugar de Conexión y Frecuencia de Conexión.....	72
Tabla 5. Tabla Comparativa entre el Reconocimiento de Valores Ciudadanos en Internet y la Práctica de los mismos.....	87
Tabla 6. Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Sumatoria de Respuestas Afirmativas para el Valor Justicia Social.....	94
Tabla 7. Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Distribución de Promedios de Acuerdo a Todas las Combinaciones de Respuesta para las Variables Reconocimiento y Práctica de Valores Ciudadanos.....	95

Tabla 8.

Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Porcentaje de Promedios de Acuerdo a Todas las Combinaciones de Respuesta para las Variables Reconocimiento y Práctica de Valores Ciudadanos.....	96
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pag.
Gráfico 1. Distribución de la muestra de acuerdo al sexo.....	59
Gráfico 2. Estadísticas de Tendencia Digitales para la distribución por edad y sexo.....	67
Gráfico 3. Distribución por edades de los jóvenes encuestados en la investigación.....	68
Gráfico 4. Distribución por sexo de los jóvenes encuestados en la investigación.....	69
Gráfico 5. Distribución por Frecuencia de Conexión de los jóvenes encuestados en la investigación.....	70
Gráfico 6. Distribución por Lugar de Conexión de los jóvenes encuestados en la investigación.....	71

Gráfico 7.	
Usos de Internet por los jóvenes.....	75
Gráfico 8.	
Distribución de Páginas Web visitadas por los jóvenes.....	77
Gráfico 9.	
Cruce entre Sexo y Páginas Web visitadas.....	78
Gráfico 10.	
Promedio de valores ciudadanos reconocidos en Internet.....	79
Gráfico 11.	
Reconocimiento de valores ciudadanos en Internet.....	82
Gráfico 12.	
Índice de Internet en la formación de valores ciudadanos.....	97

RESUMEN

En esta investigación se realizó un estudio exploratorio para indagar en qué medida Internet incide en la formación de valores ciudadanos para un grupo de jóvenes estudiantes de zonas populares de la ciudad de Caracas. Para efectuar el análisis cuantitativo de los datos, se escogieron seis valores: hospitalidad, cuidado de los espacios públicos, tolerancia, participación, justicia social y diálogo; que fueron analizados a través de variables de reconocimiento del valor en Internet y de práctica de valores ciudadanos. A su vez estas variables fueron relacionadas con indicadores sociodemográficos obtenidos a través del instrumento de recolección de datos. Los resultados indicaron que el porcentaje de incidencia varía de acuerdo al valor medido; Internet influye en mayor proporción sobre el cuidado de los espacios públicos y con menor influencia en la justicia social.

INTRODUCCION

Los seres humanos somos entes con valores que actuamos socialmente en función de ellos, entendidos éstos como un conjunto de normas que regulan los comportamientos morales del hombre. Ahora bien, es sabido que existen instituciones por excelencia (como la familia, la escuela, la iglesia y los medios de comunicación tradicional) que han sido los responsables de formar a las personas en conceptos y prácticas éticas; sin embargo, recién se están iniciando las investigaciones sobre la incidencia de las nuevas formas de comunicación e información generadas en Internet para la formación en valores ciudadanos.

En esta investigación los valores ciudadanos son contemplados como el eje principal de análisis, tomando como referencia el estudio de seis (6) de ellos: cuidado de los espacios públicos, diálogo, tolerancia, hospitalidad, participación y justicia social.

Por otro lado, las tecnologías digitales han tomado mucho auge en la población desde hace aproximadamente diez años hasta nuestros días; convirtiéndose en fuente principal de información y de interrelación social con un progresivo acceso al uso de computadoras con conexión a Internet. Ahora bien, además de ser utilizada esta herramienta para la socialización y la búsqueda de contenidos, se hace necesario encontrar vías para aprovechar y potenciar el uso de Internet con fines humanísticos propios de una visión educativa y moral, con el fin de fomentar el desarrollo social y cultural de una localidad o nación.

Es por ello que esta investigación se plantea construir un cimiento teórico por medio de la exploración del uso de Internet como un canal que permita la formación en valores ciudadanos, que sirva de base para crear

proyectos comunicacionales y educativos orientados a contribuir con el fortalecimiento de este medio como una estrategia para la enseñanza de los mismos.

Por esta razón, este estudio más allá de contemplar variables sociodemográficas (como sexo, edad, lugar y frecuencia de conexión, páginas web visitadas, entre otras) que permiten realizar cruces estadísticos interesantes, incorpora dos variables que permiten medir la incidencia de Internet en la formación de valores ciudadanos en estudiantes que habitan en zonas populares de Caracas: *Reconocimiento de valores ciudadanos en Internet* y *Práctica de los valores ciudadanos*. Esto permite la profundización en el análisis del uso de Internet como una estrategia formativa compleja e integral, y no únicamente como una herramienta funcional, útil sólo para fines económicos.

Para hacer posible esta investigación, se utilizó una propuesta metodológica de índole cuantitativa, partiendo del paradigma emergente o postpositivista para poner énfasis en la comprensión del hombre, entendiéndolo como un ente que forma parte de un contexto y como un ser que habita dentro de un complejo sistema de mediaciones. Dada la innovación del tema de investigación, este trabajo se fundamenta en un tipo de investigación de carácter exploratorio.

El presente informe está organizado en cuatro (4) capítulos: planteamiento del problema, marco teórico, marco metodológico y análisis de datos, que a su vez se dividen en subcapítulos que los definen. En el índice de contenido se muestra en qué página se ubican cada uno de los nombrados capítulos que componen la investigación.

Entre los principales hallazgos encontrados luego de haber realizado a cabalidad todos los procedimientos necesarios para desarrollar la investigación, es que, efectivamente hay distintos grados de incidencia entre los valores ciudadanos analizados, determinado por la relación existente entre el reconocimiento y práctica de los mismos por parte de los jóvenes que respondieron el instrumento de recolección de datos.

CAPITULO I

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Área de investigación

Esta investigación está comprendida por tres áreas: la educación, la comunicación y las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC); estando articulados a través del análisis exploratorio de los valores ciudadanos en un grupo de estudiantes de zonas populares de la ciudad de Caracas.

1.2. Planteamiento del problema

En la actualidad, los adolescentes son los usuarios que se conectan con mayor frecuencia a Internet. Pasan más tiempo “en línea” que los adultos, utilizando esta herramienta sobretudo con fines de socialización a través de las redes sociales. Sin embargo no existe, al menos en el campo del conocimiento explorado, una investigación que analice cuál es el impacto de Internet en la formación de este grupo etario que navega casi diariamente en ella.

Las investigaciones realizadas por instituciones formales se han avocado a estudiar desde una perspectiva funcionalista cuál es el uso que le dan los adolescentes a Internet, qué páginas visitan, cuál es su tiempo de conexión y desde qué lugar se conecta. Sin embargo, poco se ha indagado

sobre el funcionamiento de Internet como una fuente educativa de formación integral para adolescentes.

Sin duda una de las principales funciones de esta “Red de Redes”, es que posee un carácter educativo *per se*, ya que permite la bidireccionalidad de la comunicación y la posibilidad de producción de contenidos desde cualquier emisor. A diferencia de medios masivos como la televisión que “educa en cuanto trasmite, de manera intencional o no, conocimientos, principios y valores. Pero su función no es primordialmente educativa” (Ferres, 1995, p. 37).

La complejidad y los usos de Internet son tan extensos que se dificulta jerarquizar cuál es su función principal. Según Pere Marqués (2000) las nuevas tecnologías tienen la posibilidad de aplicarse a los campos de la comunicación, educación, comercio, economía, teletrabajo, entretenimiento y aprendizaje. Ahora bien, esta investigación se centrará sobretodo en analizar Internet desde una visión educativa, intentando hacer un acercamiento para indagar qué valores son percibidos por los jóvenes en este medio masivo comunicacional.

Desde el ámbito de la educación, Internet se ha posicionado como una fuente de información en las escuelas, como sustituto de la biblioteca, siendo consultada únicamente en casos específicos por asignaciones enviadas por los maestros. Sin embargo, hay un acelerado incremento en el uso de Internet como medio de socialización juvenil, a través de sitios web como *Facebook*, *Twitter*, *My Space*, que han sido diseñados y acogidos en las poblaciones jóvenes como nuevas formas de interacción y participación colectiva.

Dentro de estas páginas, los usuarios pueden publicar imágenes, videos, comentarios; sin embargo lo más valioso es que se han logrado crear comunidades de amigos que se conocen y frecuentan físicamente en el presente y con personas conocidas del pasado. Esto, sin duda ha cambiado la forma como las personas se relacionan y aprenden.

Ahora bien, varias investigaciones (como la realizada por la Fundación española Primero de Mayo a través del Observatorio de Medios de Comunicación y Sociedad, 2009; o como el trabajo *Real Time Web* desarrollado por la Fundación Telefónica, 2011) e incluso relatos de quienes han utilizado estas nuevas herramientas 2.0, afirman que efectivamente ha habido alteraciones en las formas de comunicarse. Sin embargo, no parece haber un estudio o experiencia registrada que indique que las redes sociales virtuales fomentan o fortalecen el aprendizaje y la formación en valores en niños y adolescentes, quienes forman el grupo mayoritario de usuarios de Internet. Si bien, las escuelas hacen intentos para que sus alumnos tengan acceso a la red y además se esfuerzan en enseñarles a usarlo, no hay conocimiento que indique que desde Internet existan esfuerzos por educar a la población. Es decir, que este medio masivo esté orientado a educar desde los medios y para los medios.

Es por ello que se hace de vital importancia realizar un sondeo exploratorio para medir la incidencia de Internet sobre la formación de valores en jóvenes, teniendo en cuenta el grado de responsabilidad que tiene este medio de comunicación al publicar mensajes masivos.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la incidencia de Internet en valores ciudadanos de estudiantes entre 12-19 pertenecientes a estratos sociales D y E que habitan en la ciudad de Caracas.

Objetivos específicos

1. Describir las tendencias sociodemográficas de los usuarios de Internet escogidos para la investigación.
2. Determinar los valores ciudadanos, reconocidos por estudiantes de bachillerato, en páginas web de uso frecuente para la población de la investigación.
3. Evaluar la incidencia de Internet en las prácticas axiológicas ciudadanas de estudiantes entre 12-19 años de edad.

1.4. Justificación del problema

Observar una realidad social desde propuestas éticas supone el análisis a profundidad de preceptos morales que componen y hacen vida en las actitudes, comportamientos y pensamientos de individuos que habitan en un determinado lugar. Si se desea analizar los valores morales relacionados con la ciudadanía es primordial indagar dónde se originan, para luego ir definiendo cómo éstos son percibidos y manifestados en la población.

En la actualidad, los medios de comunicación se han posicionado como la más importante fuente generadora y modeladora de valores. Desde su origen, y con un ritmo acelerado, ha sido la televisión el principal medio trasmisor de valores.

Existen diversas corrientes de pensamiento que marcan posición con respecto al rol de la televisión hoy día; autores como el comunicador y educador Guillermo Orozco (2001) sostiene que la televisión “sigue siendo en el siglo XXI el fenómeno técnico mediático cultural más importante para las mayorías que habitan en Latinoamérica”(p.11). Mientras que, en opinión contraria, el profesor brasileño Oliveira (2008) afirma que “los valores morales tradicionales siguen siendo el factor motivador más significativo para campañas en contra de la televisión contemporánea, manejadas por políticos, sociólogos y psicólogos en general sin el conocimiento o la participación significativa del sistema formal de enseñanza”(p.79).

Pese a la indudable penetración de la televisión en las audiencias latinoamericanas, se conoce poco sobre el impacto que tienen las nuevas tecnologías en las personas. Las pesquisas realizadas han arrojado que estamos en un campo del conocimiento que requiere mayor atención por parte de los centros de investigación, en vista de los arcos de información y las búsquedas desarrolladas. Este medio, a diferencia de la televisión, posee un modelo comunicacional bidireccional que permite a sus usuarios pertenecer a una red donde tienen la posibilidad de ser emisores principales de sus ideas, sus noticias y sus hechos.

Esta significativa diferencia permite a las personas ser generadores de contenidos, de nuevas prácticas, de crear nuevas dinámicas en formatos digitales utilizando paralelamente recursos audiovisuales (imágenes, videos y audio) y recursos textuales. Mientras que las audiencias televisivas sólo reciben el mensaje sin poder convertirse en emisor activo dentro de ese mismo proceso de comunicación.

Internet se ha ido convirtiendo en la nueva tendencia comunicacional utilizada por las nuevas generaciones de jóvenes y niños. Este emergente medio masivo ha estado penetrando aceleradamente en estas poblaciones. Según Bisbal (2007) “se calcula que al día de hoy un 75% de la población venezolana tiene acceso a por lo menos un servicio de telecomunicaciones ya sea telefonía fija, móvil, internet o televisión por suscripción” (p.654). Pero ¿qué contenidos se comunican a través de la web? ¿Existe una regulación controlada del uso de Internet? ¿Qué mensaje transmiten este medio? ¿Internet forma parte de los medios que contempla la Educomunicación para complementar el proceso de enseñanza-aprendizaje de estudiantes? ¿Existe una incidencia directa o indirecta de Internet con la formación en valores? ¿Internet forma a un ser humano autónomo y responsable capaz de asumirse como un ciudadano conocedor y practicante de sus deberes y derechos?

A lo largo de la investigación argumentada desde perspectivas comunicacionales y educativas, se irán respondiendo estas preguntas a fin de construir nuevos conocimientos políticos y sociales para promover el sentido comunitario y de bien común que permita a organizaciones sociales tener un marco referencial sobre el que actuar y así desarrollar planes de acción estratégicos y pertinentes para la población.

En consecuencia, se pueden generar propuestas creativas que apunten hacia la aplicación de estrategias educomunicacionales que sirvan de plataforma legal, científica, académica con el fin de apoyar el desarrollo social en organizaciones públicas y privadas. A su vez, puede funcionar como sustento teórico de otras investigaciones para conocer el impacto social que puede tener Internet en comunidades de escasos recursos de Caracas, y así establecer semejanzas y diferencias con otras comunidades nacionales, e incluso, mundiales.

1.5. Descripción de la hipótesis

¿Existe una relación entre el uso de Internet y la constitución de valores ciudadanos en estudiantes que asisten a escuelas ubicadas en barrios caraqueños? Cabe pensar que la web, pueda integrar transmisión y formación de valores para los usuarios que respondan al instrumento de recolección de datos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. Internet como medio generador de nuevas dinámicas comunicacionales y educativas

Son variadas las definiciones que se han dado sobre Internet, de acuerdo a Del Brutto (2001), la mayor parte de los autores coinciden en hacer referencia a sus orígenes como autopista de la información o como la “red de redes”. En el año 1969 surge como una red experimental, que conectaba entre sí a los centros de información de tres universidades norteamericanas y un Instituto de Investigaciones Norteamericano. Continuando con la idea de Del Brutto, a fines de los años 80 la Fundación Americana de la ciencia puso en funcionamiento la red denominada NSFnet para que universidades y centros de investigación pudieran hacer uso de las grandes computadoras. El uso del correo electrónico, la transferencia de datos y archivos se constituyeron en piezas clave del funcionamiento de la Internet, convirtiéndose en el fundamento de la infraestructura global de la información.

En la actualidad, Internet es un medio que permite ir de las relaciones locales y físicas a las conexiones globales sin distinción de espacio geográfico que dificulte la comunicación entre personas. Incluso, para muchos el carácter innovador de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), se comienza a hacer redundante ya que muchas de estas herramientas se han convertido en rutinas cotidianas de sus usuarios;

especialmente de los jóvenes quienes invierten gran cantidad de su tiempo frente al computador. “La tendencia a usar las TIC se da en todas las edades. Sin embargo, en la adolescencia es donde se aprecia un mayor incremento, debido a que las han incorporado de manera habitual en su vida, utilizándolas como herramientas de interacción, información, comunicación y conocimiento” (Berrios y Buxarrais, 2005, para. 18).

Esta nueva realidad social se ha convertido para muchas instituciones académicas, religiosas y familiares en focos de oportunidades y ventajas; mientras que hay otro grupo de investigadores que encuentran la red como una estructura atacante y riesgosa. El Pontificio Consejo para la Comunicaciones Sociales (2002), representado por sus siglas en italiano PCCS, en un comunicado realizado sobre la *Ética en Internet*, indica que una de las cuestiones preocupantes de la red es la dominación cultural; representando un problema particularmente serio cuando la cultura dominante transmite falsos valores, que atentan contra el verdadero bien de las personas y grupos. Tal como están las cosas, Internet, junto con los otros medios de comunicación social, está transmitiendo mensajes cargados de valores de la cultura secular occidental a pueblos y sociedades en muchos casos mal preparados para valorarlos y confrontarlos.

Sin embargo también existen los defensores de Internet, quienes manifiestan que esta herramienta se ha convertido en parte vital para el conocimiento de cada ser humano. Castells (1999) indica que Internet en ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades (...). Internet es el corazón de un nuevo paradigma sociotécnico que constituye en realidad la base material de la vida y de las formas de relación, de trabajo y de comunicación.

Así pues, se hace cada vez más necesario la ampliación de los estudios sobre las implicaciones que conllevan estos nuevos cambios sociales en la población, sobre todo en los grupos más vulnerables y que aún están en proceso de formación: los adolescentes. Son variadas las investigaciones realizadas en función a la utilidad que le otorgan los jóvenes a las tecnologías; sin embargo, se dificulta encontrar una investigación que estudie la relación entre Internet y sus efectos sociales, entendiéndolo como una plataforma de formación, transmisión de cultura, valores y tradiciones.

La importancia de las TIC se desprende por medio del uso constante que le dan los jóvenes, al punto de convertirse en “herramientas que hacen posible el acceso a otras formas de ser, sentir, decir; otros mundos posibles que suponen, por sobre todo, la existencia de sujetos activos que tiene capacidad de agenciar las propuestas y mediaciones a las que tienen acceso” (Muñoz, 2006, p.70)

2.1. Los jóvenes frente a las nuevas tecnologías

A lo largo de la historia, las generaciones jóvenes son las primeras que adoptan las innovaciones tecnológicas vinculadas con la informática y las nuevas comunicaciones, convirtiéndose así en pioneros y difusores del uso de Internet. De acuerdo a Castells (1997) cuando estas herramientas comenzaron a desarrollarse aún como experimentos en laboratorios no disponibles al público, la gran mayoría de los que se encontraban dedicando sus mejores esfuerzos, eran los científicos más jóvenes que hacían sus primeras experiencias de trabajo. Estos primeros desarrolladores se caracterizan por su capacidad creativa, su rebeldía (como puede ser

representado por los “hackers”¹) respecto de las normas establecidas de presentación de sí mismos o de disciplina laboral.

Al día de hoy, los jóvenes son quienes han ido desarrollado las nuevas herramientas que conforman el Internet que tenemos actualmente. Proyectos como *Google*, *Ebay*, *Wikipedia*, son renovaciones en el software que han sido creados e impulsados por gente joven, innovadora y dinámica, que se atrevieron a hacer algo sin saber con precisión qué resultados obtendrían.

Nuevos sitios y servicios de Internet que revolucionan la comunicación en la actualidad, como *YouTube*, *Blogspot*, *Fotolog*, *My Space* y *Facebook*, son plataformas de comunicación, circulación de información y articulación de redes sociales masivamente utilizadas por públicos de las geografías y las edades más diversas, todos pensados y originados por personas muy jóvenes, luego sostenido y desarrollado en primera instancia por esa misma franja de la población y finalmente adoptados masivamente por grupos de mayor edad.

De acuerdo a una investigación argentina desarrollada por Urresti (2008), la computadora, el software y la conexión a Internet se volverán parte indisociable del entorno vital de los adolescentes, afectando sus modalidades de estudio y trabajo, la búsqueda de información y el entretenimiento, así como los modos de interacción y relacionamiento con los demás. Este modelo se irá aplicando en primer lugares entre pares, es decir, intrageneracionalmente; luego “hacia abajo”, es decir, de estas generaciones jóvenes hacia las menores, con la influencia de éstos hacia sus hermanos pequeños y de éstos a sus amigos; y finalmente “hacia arriba”, es decir

¹ Usuario de computadores especializado en penetrar en las bases de datos de sistemas informáticos estatales con el fin de obtener información secreta

impulsando a las generaciones mayores cercanas a conectarse con las nuevas tecnologías.

Por lo tanto, después del grupo de desarrolladores y pioneros, mayoritariamente jóvenes altamente motivados por las tecnologías, sigue el grupo de los primeros usuarios y difusores, también predominantemente adolescentes, aunque en este caso ya no motivados por la tecnología en sí, sino por lo que ésta les permite en términos de estudios y entretenimiento. Urresti (2008) indica que este modelo se ha ido desarrollando en distintas latitudes con diversos ritmos de acuerdo al nivel socioeconómico de la población y su posición lejana o cercana respecto de los centros de desarrollo de la innovación, esto es, desde los centros hacia las periferias.

Las nuevas tecnologías de la comunicación e información afectan los modos en que adolescentes estudian, se divierten, se comunican entre sí, se expresan, sostienen amistades. Esos diversos ámbitos de actividad y relacionamiento en los que los jóvenes se manifiestan, construyen su cotidianidad y fortalecen sus identidades. Conectarse, “encontrarse” en el mundo virtual y “conversar” a través de los distintos programas de mensajería instantánea, “bajar” música de los grupos musicales favoritos, “subir” fotos a sitios personales o “visitar” los sitios de otros adolescentes para publicar comentarios, jugar con otros participantes remotos diversos juegos en línea, así como entrar en algún diario conocido para informarse; son algunas de las actividades comunes de los jóvenes que se pueden hacer únicamente en el entorno de Internet, conectándose desde una computadora bien sea propia o ubicada en el cibercafé, escuela o infocentro².

² Centro de conexión a Internet planificado, administrado y sostenido por el Estado venezolano

Es un reto para profesionales de la comunicación y la educación, centrarse en analizar qué tipo de contenido se está publicando en Internet y en caso de ser necesario, generarlos nuevamente para convertirlos en motores de un aprendizaje significativo, integral, centrado en la enseñanza de valores y creencias que generen prácticas ciudadanas que beneficien el bien común dentro de las sociedades.

Por su lado, la educación juega un papel fundamental en la correcta inclusión de las tecnologías en la escuela. Se espera que Internet sea un mecanismo de motivación para los estudiantes, al tiempo que se convierte en una herramienta útil para la búsqueda de información, y que a su vez promueva el análisis y publicación de nuevos contenidos por parte de los jóvenes. Una investigación realizada por El Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y por la organización venezolana CECODAP, denominada *Internet: Ventajas y Riesgos* (2006) señala que por parte los Estados miembros de la UNESCO existe el compromiso (reunión Santo Domingo, Febrero del 2000) de la utilización de las tecnologías en la educación a través de:

Promover y apoyar el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el aula, procurando que el acceso a estos recursos de docentes, alumnos y la comunidad en general sea equitativa y permanente. Fortalecer tales tecnologías para mejorar la toma de decisiones políticas y la administración escolar. Revalorizar el libro como un irremplazable instrumento de acceso a la cultura y como medio principal para comprender y utilizar eficazmente las nuevas tecnologías (p.7)

Este compromiso es adquirido por cada vez más organismos públicos y privados quienes se han acercado a los jóvenes a través de las redes sociales. Utilizando programas de gran demanda juvenil como *Facebook* y *Twitter*, fomentan una comunicación directa con sus usuarios a través del intercambio de información con un lenguaje adecuado, intercambio de fotografías y videos, invitación e inclusión en eventos, participación activa y proactiva.

Internet es un medio de comunicación en el que se ofrecen múltiples informaciones abiertas, disponibles en todo momento y en constante actualización. Se trata de una “autopista por la que circulan a una velocidad creciente paquetes hipertextuales cada vez más pesados de información digitalizada” (Urresti, 2008, p. 28). En computadores fijos que se encuentran en los hogares, los cibercafés, las empresas, instituciones educativas, y en los dispositivos móviles, computadoras portátiles, y aparatos de telefonía móvil se puede decodificar el lenguaje informático para traducirlo en textos, imágenes, sonidos o animaciones comunes y conocidos para la gran mayoría de los usuarios.

Ahora bien, específicamente en Venezuela la penetración de Internet se ha ido expandiendo con diversos usos y desde diversos estratos sociales desde el año 2000 aproximadamente. Estudios realizados en el país por una institución privada: Tendencias Digitales (2010) y, por una compañía telefónica perteneciente al Estado venezolano: CANTV, establecen y concuerdan en que para el año 2010 el 33% de la población del país ya se conecta a Internet. De este porcentaje se deriva que el 43% de los usuarios son menores de edad, siendo el grupo etario mayormente predominante entre los 12 y 17 años de edad. Un 48% de los usuarios se conectan desde

cibercafés (bien sea independiente o pertenecientes a alguna telefonía privada).

De acuerdo al grupo de investigadores de Tendencias Digitales (2010), el estrato D³ de la población venezolana es el más numeroso en Internet, representando el 37% de los usuarios a la red. Mientras que el 65% de los usuarios venezolanos pertenecen a los estratos D y E⁴. Es decir, 65% de los usuarios venezolanos están conformados por las dos clases sociales más bajas.

2.2. Introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en la escuela

La escuela y los centros educativos han sido durante mucho tiempo instituciones que tenían el monopolio de la educación en la comunidad. Fuera de estas instituciones y de los ámbitos académicos y científicos, la producción y circulación del conocimiento eran muy escasos. Posteriormente, y más ahora, en la sociedad de la información actual donde ya no existe dicho monopolio. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) permiten acceder a la información y al conocimiento no sólo desde la escuela sino desde cualquier otro lugar donde se pueda conectar una computadora a una línea telefónica o a una red existente.

³ “Se tratan de personas que viven en hogares con ingresos que, en promedio, no alcanzan para cubrir las necesidades de alimentación. Viven en viviendas muy precarias que pueden tener piso de tierra, paredes y techos hechos de con materiales de desecho o muy frágiles” (España, 2009, p.37)

⁴ “Personas que viven en hogares con ingresos que, en promedio, sí alcanzan para cubrir las necesidades de alimentación, pero éstos no promedian hasta alcanzar dos veces la canasta de alimentos, lo que se conceptualiza como línea de pobreza. Viven en viviendas precarias, sin llegar a ser ‘ranchos’. La mayoría de las viviendas tienen piso de cemento” (España, 2009, p.37)

Durante el siglo XX el contexto social sufrió importantes cambios al pasar principalmente de una sociedad industrial a otra de la información. En este sentido, la escuela y centros educativos han sido protagonistas del reconocimiento del derecho a la educación como uno de los hechos sociales importantes del siglo XX. Con ello la labor de estas instituciones naturalmente ha variado. Se trata del paso de instituciones transmisoras de conocimientos a otra que tiene como principal misión la transformación de la información en conocimiento significativo para los jóvenes, así como la formación de personas autónomas capaces de aprender y tener las habilidades necesarias para recibir información, seleccionarla y tomar decisiones. Hoy más que nunca, la escuela sigue teniendo el gran reto de formar personas preparadas, con recursos para mover y desarrollarse en la sociedad de la información.

Varios autores que han utilizado los entornos digitales en el ámbito escolar, relacionan la sociedad de la información con la capacidad de tomar decisiones y la necesidad de potenciar esta capacidad. Entre ellos, Springer (1993) considera el pensamiento global como un medio para ayudar a los estudiantes a adaptarse a la rápida globalización del mundo, siendo conscientes de la interdependencia y del derecho a elegir y actuar en consecuencia.

De acuerdo con Giddens (1995) los estudiantes han de encarar la complejidad social existente, ya no hay una sola lectura de la realidad, existen varias verdades y la tecnología acelera y populariza esta complejidad; por lo que cada vez es más evidente que desde las instituciones educativas y comunicacionales se emprendan iniciativas que estimulen la formación de ciudadanos con personalidad fuerte, capaces de

transformar la realidad y adaptarse a los cambios que éstos conllevan, en función del desarrollo político-social de su localidad o nación.

La introducción de nuevos avances tecnológicos en la escuela no provoca automáticamente el cambio. Aunque se reconoce su absoluta importancia, es necesario que se haga acompañado de los recursos y la formación docente adecuada para facilitar la tarea del profesorado.

Desde hace algunos años, Maddux (1994) señalaba la falsedad en afirmar que las ventajas educativas de Internet vendrán únicamente cuando las escuelas tengan la posibilidad de conectarse; además de ello apuntaba que para producir un verdadero cambio se debe potenciar la manera como los profesores utilicen Internet una vez tengan la red a su disposición.

La educación no sólo debe orientarse a solucionar problemas técnicos de adquisición de computadoras y conexión a Internet, además deben garantizar que estos recursos se utilicen pedagógica y pertinentemente con miras de alcanzar objetivos educativos importantes. La herramienta existe, pero el reto está en utilizarla adecuadamente para mejorar las condiciones de enseñanza-aprendizaje y así, potenciar las dimensiones de la personalidad ciudadana, formando personas participativas, tolerantes, hospitalarias, empleadoras del diálogo como forma de solución de conflictos, cuidadoras de los espacios públicos y que practican la justicia social.

Así, los esfuerzos en introducir Internet en las escuelas y centros educativos pueden llevar a resultados negativos si los responsables de tomar las decisiones siguen concentrándose de forma casi exclusiva a acceder a Internet y no prestan atención a mejorar la manera de utilizar la red en clase.

Incorporar las TIC's en la escuela, no sólo consiste en integrar nuevos instrumentos y aparatos en el proceso educativo; hay que estudiar

cuidadosamente cuál es su sentido, sus objetivos y sus limitantes. Consiste en crear un nuevo contexto de comunicación y un nuevo soporte sobre el que descansar la actividad del aprendizaje escolar. Se trata de cambiar la cultura escolar, teniendo en cuenta como el impacto de estas nuevas tecnologías tiene incidencia a nivel social y cultural.

3. Valores ciudadanos: Tendencias y Manifestaciones

3.1. Aproximación a los conceptos: valores y creencias

Definir unívocamente un concepto de valores, se torna una tarea difícil. A pesar de que existen teorías que concuerdan entre sí, también se mantienen posturas que difieren debido a la alta subjetividad del tema. Sin embargo, como referencia se puede tomar el concepto del psicólogo social estadounidense Rokeach (1976), quien ampliamente ha trabajado sobre el concepto de valores; él explica que los valores son guías y determinantes de actitudes sociales e ideológicas consolidadas en creencias profundas o patrones de comportamiento, que a su vez conllevan un comportamiento social determinado.

Aunque diversos autores han esbozado definiciones sobre el concepto de valor, la gran mayoría de ellos coincide en afirmar que los valores son aproximaciones basadas en las creencias individuales que involucran rasgos de la existencia humana en función del intercambio con otras personas.

“Creencias o convicciones profundas sobre las cosas, los demás y nosotros mismos, que guían la existencia humana, en función de las cuales tomamos nuestras decisiones” (Ortega y Gasset, 1973).

“Cualidad o conjunto de cualidades que hacen que una persona o cosa sea apreciada” (González, 2000, p.61).

“Los valores son característicos de la acción humana, en cuanto que esta última presupone la elección de determinadas opciones entre un conjunto de dilemas que configuran la existencia humana” (Parsons, citado en Ortega y Minguéz, 2001, p.22).

Las creencias, por su lado, son aún más fuertes que los valores. “Están interiorizadas en el hombre”, afirman Ortega y Gasset (1995, p.86). Según su filosofía,

Las creencias constituyen la base de nuestra vida, el terreno sobre que acontece. Porque ellas nos ponen delante lo que para nosotros es la realidad misma. Toda nuestra conducta, incluso la intelectual, depende de cuál sea el sistema de nuestras creencias auténticas. En ellas vivimos, nos movemos y somos. Por lo mismo, no solemos tener conciencia expresa de ellas, no las pensamos, sino que actúan latentes, como implicaciones de cuanto expresamos hacemos o pensamos (p.87).

Si bien cada persona actúa sobre su sistema de creencias, indica que las prácticas para cada ser humano serían distintas, sin embargo, existen tanto divergencias como convergencias en este aspecto. Algunas personas se asemejan en la valoración a algunas creencias y de otras, naturalmente, se distancian.

Los seres humanos nos movemos constantemente sobre un sistema de valoraciones que hacemos de las cosas, mientras que a su vez las sociedades establecen parámetros ideales de comportamiento y de convivencia social, que se rigen por lo que esas sociedades consideran valioso.

Duplá, s.j. (2005), define la palabra “valor” en sí misma como un derivado de valer, es decir, tener capacidad de ser estimado, apetecido, deseado. Las personas, los objetos, las actitudes, las relaciones, las acciones humanas tienen valores. Para definir con mayor precisión el significado de la palabra valor, se distinguen entre sus componentes y sus dimensiones sobre los que se basa cada persona para tomar alguna decisión.

Existen dos tipos de componentes para los valores: el objetivo y el subjetivo. El componente objetivo indica que lo que se estima tiene en sí mismo un aspecto apetecible; mientras que en el componente subjetivo, necesariamente tiene que haber alguien externo que aprecie el objeto como valioso. Pensar en los distintos cánones de belleza en las distintas épocas es una forma de ejemplificar el componente subjetivo, donde dependerá de cada cultura el estereotipo de mujer hermosa que desee imponer.

A su vez, y continuando con las ideas de Duplá, s.j. (2005), los valores tienen una dimensión cognoscitiva y una afectiva. La dimensión cognoscitiva de los valores sirve para anunciarlos, para darles expresión verbal, para hacer una lista de ellos, para otorgarle un concepto relativamente universal que sea posible conversar sobre ellos y llegar a un entendimiento común entre las personas. La dimensión afectiva de los valores se refiere a la intensidad con la que se persigue determinado valor y a la satisfacción que esta produce durante el proceso de formación, práctica y análisis del mismo.

El aspecto afectivo del valor es capaz de producir contagio o motivación sobre los demás.

Los valores regulan nuestra relación con nosotros mismos, con los demás y con la naturaleza, dice Duplá s.j. (2005). Esto evidencia que los valores son una forma de mediación social a través de códigos o preceptos individuales que obedecen a la lógica de convivencia social. Así pues, cada persona puede sentir y accionar ante situaciones sociales con respuestas de indiferencia, de aceptación o de rechazo.

3.2. Clasificación de valores

Ahora bien, existen distintas clasificaciones de los valores de acuerdo a criterios que emplean expertos en filosofía, sociología o estudiosos en el área. De acuerdo a una investigación que llevó por tema el estudio de las *Dimensiones de los valores de los jóvenes de la Universidad Católica Andrés Bello*, realizada por el Centro de Investigaciones y Formación Humanística (2007) [CIFH] de esta casa de estudios, los valores se clasifican en cinco dimensiones: cosmopolitas, sociales, instrumentales, morales y conservadores.

Los valores cosmopolitas son definidos en esta investigación como característicos de la vida moderna, tales como poder, belleza, apariencia, ambición. *Los valores sociales* implican la interacción social, los otros y la colectividad, al denotar realidades que contribuyen a mejorar la convivencia dentro de la sociedad a los otros y a la colectividad, a saber: diversidad, equidad, igualdad.

Los valores instrumentales destacan por su carácter mediador en la vida social, haciendo referencia a lo pragmático u operativo, tales como: éxito, excelencia, progreso responsabilidad y trabajo. *Los valores morales*:

...perfeccionan al ser humano aunque tienden como los otros a conferir dicha capacidad (...). En su *Moral*, a Nicómaco, Aristóteles (1996) afirma que existen tres formas de acción humana, a saber: pensamiento –teoría-; el hacer -*to poiein*-, es decir, la actividad artística y técnica que permite transformar los objetos exteriores a la persona; y, por último, el obrar –praxis, es decir, la acción que queda ‘dentro’ del sujeto. Lo moral queda precisamente en el ámbito de la praxis, eso significa que lo moral se relaciona directamente con las acciones humanas, que no producen obras externas, sino que define la naturaleza humana y la perfecciona. (Angelucci et al., 2007, p.217)

Los valores conservadores se refieren a las actitudes que implican el mantenimiento del buen estado de las cosas, acatar lo que indican las normas y toda clase de obligatoriedad.

De igual forma Duplá s.j. (2005) también desarrolla una tipología que aunque dista un poco de la anteriormente explicada, tiene varios puntos en común, que se convertirán en el soporte desde donde se explicarán los valores ciudadanos. Para este sacerdote Ignaciano, los valores se clasifican en seis tipos: los trascendentales, los sociales, los estéticos, los económicos, los tecnológicos y los corporales.

Los valores trascendentales o religiosos hacen referencia a la fe y al sentido de la vida; éstos suelen ser de mayor jerarquía para las personas

que los posee. *Los valores relacionales, sociales y políticos*, son los que expresan la deseabilidad de la sociedad, la relación entre los ciudadanos y la organización social.

Los valores estéticos, artísticos y literarios, están muy conectados con el gusto personal y social sobre el arte. *Los valores económicos y funcionales*, tienden a enaltecer las cosas con un factor de utilidad para satisfacer las necesidades básicas. *Los valores tecnológicos*, son producto del incremento del uso de las computadoras y la tecnología *per se*, siendo en los jóvenes un valor más afianzado que en generaciones mayores. Y, por último, *los valores corporales*, que hacen mención a la conservación o recuperación de la salud corporal.

Para esta investigación se tomarán en cuenta las manifestaciones de valores que están presentes interna o externamente en la praxis de personas ante situaciones relacionadas con la ciudadanía. Es decir, se ubicarán los valores ciudadanos dentro de los valores sociales definidos tanto por el CIFH (2007), como por Duplá s.j. (2005).

Para Cortina (1997), los seres humanos somos inevitablemente morales “sea actuando de acuerdo a unos cánones morales determinados, sea obrando de forma inmoral en relación con esos mismos cánones (...), lo cierto es que no podemos escapar a ese ámbito de la moralidad que coincide con el de humanidad” (p.218).

3.3. Los valores en la era tecnológica

Ahora bien, si extrapolamos los conceptos éticos sociales hacia el ámbito de las nuevas comunicaciones producto de la era digital, se denota la

aparición de grandes cambios que suponen más que una simple revolución técnica, se trata de una completa transformación de aquello a través de lo cual la humanidad capta el mundo que le rodea. En la modernidad actual, caracterizada por el uso constante de computadoras con conexión a Internet, los seres humanos tienen constante exposición ante estímulos audiovisuales que se presentan con una velocidad casi instantánea de emisión-recepción del mensaje. El constante flujo de imágenes e ideas así como su rápida transmisión, realizada de un continente a otro, tienen consecuencias positivas y negativas, sobre el desarrollo psicológico, moral y social de las personas, la estructura y el funcionamiento de las sociedades, la apropiación y transmisión de los valores.

De acuerdo a una investigación desarrollada por Fundación Telefónica (2011) existe un flujo de información constante y en tiempo real sobre cada usuario de Internet, que tiene sus manifestaciones directas sobre el pensamiento, los sentimientos, las acciones, e incluso la creatividad; que a su vez contribuye a configurar la identidad de los seres humanos, sus formas de socialización y comunicación, altera el concepto de privacidad,

La verdad de estas palabras ha llegado a ser cada vez más evidente aproximadamente desde la década de los '90. No se requiere ahora un gran esfuerzo de imaginación para concebir la tierra como un globo interconectado, donde las personas leen, emiten y comparten la misma información, dentro de ciertas páginas web que son utilizadas a nivel mundial (como *Google*) o pueden estar comunicándose en tiempo real a través de programas de chat o programas de voz.

La cuestión ética consiste en saber si estas nuevas dinámicas, formas de comunicación, socialización y generación de mercados están contribuyendo al auténtico desarrollo humano, en el sentido de evaluar si

Internet contribuye a continuar formando el ideal de hombre manejado dentro de las dimensiones de valores que regulan la vida social; o si, por el contrario, existe una alteración en el comportamiento moral de los seres humanos.

Los nuevos medios de comunicación son poderosos instrumentos para la educación y el enriquecimiento cultural, para la actividad comercial y la participación política, para el diálogo y la comprensión intercultural.

El estudio sobre los valores ha cobrado gran importancia y notoriedad en los últimos años como consecuencia de la crisis ética que experimentan las generaciones jóvenes en la actualidad. Sin embargo, “la diversidad de culturas y en consecuencia, la diversidad de modos de vida, no permiten hacer generalizaciones aplicables a todos los contextos, aunque es difícil sostener razonablemente la negativa a una posible crisis de valores, sobre todo entre los jóvenes” (Angelucci et al., 2007, p.212).

En los últimos tiempos, el concepto de valores ha estado muy presente dentro de la opinión pública en la población, en los ámbitos académicos y en la sociedad en general. Generalmente la matriz de opiniones creadas alrededor del tema de los valores se orienta, predominantemente, hacia calificaciones negativas, asintiendo que las nuevas generaciones han alterado el orden moral en el que se vivía en los primeros dos tercios del siglo XX.

Diversos autores latinoamericanos y europeos señalan que actualmente estamos viviendo un profundo proceso de cambios culturales y que estos cambios afectan particularmente al mundo de los jóvenes. Otros más radicales

sostienen la idea de un cambio de época, fruto del agotamiento de determinados modelos de racionalidad, por nuevos paradigmas que nos predisponen a repensar nuestras prácticas sociales y nuestros supuestos de comprensión de los seres humanos y del mundo (Baeza y Sandoval, 2007, p.2).

Ciertamente las prácticas axiológicas han ido variando como producto de las dinámicas que han cobrado vida en la sociedad, sin embargo Marín (1976) opinaba que el cambio de los valores se viene realizando a lo largo de toda la historia de la humanidad y aún de la propia biografía personal. Digamos, por ejemplo que, la aparición del mercado de las drogas y su abrasiva penetración en las jóvenes generaciones de los barrios populares, específicamente en Latinoamérica, han hecho que los valores arraigados en la juventud (sin distinción de estrato social) haya tenido necesariamente que modificar sus prácticas sociales como producto de un declive en las múltiples variaciones de creencias individuales de cada ser humano.

Esta nueva dinámica ha traído como consecuencia la disminución de la seguridad social, expresada en el incremento de robos y secuestros en la ciudad. La conformación de bandas de jóvenes que habitan en las zonas populares, es expresión de las nuevas formas de organización desarrollada por la población en sí misma, bien sea dada por su dinámica actual o por la ausencia de seguridad inclusive para ellos mismos. Así lo confirma también el Observatorio Metropolitano de Seguridad Ciudadana (2011) en Caracas; quienes en su primer informe señalan que la principal causa de muerte en la ciudad son los asaltos realizados con armas de fuego.

Si tomamos la tecnología como posible causa de la alteración de los valores sociales podríamos encontrar diversas opiniones en relación al

mismo; pero sin duda, el uso inadecuado de la tecnología es considerado como una herramienta menos peligrosa que la negociación relacionada con violencia, atentado contra la vida, drogas y acciones directas que perjudiquen el bienestar social.

Sin embargo, aunque considerablemente menos abrasivo, las tecnologías, especialmente Internet, han generado grandes alteraciones en las formas de participación, socialización e identidad de los jóvenes. La expansión de las TIC y su aplicación práctica, están cambiando áreas significativas de la vida en sociedad. Los nuevos medios crean nuevos modos, tanto en lo profesional como en cualquier otro ámbito de las relaciones sociales, así como en la propia esfera de la intimidad de cada persona. De acuerdo con Baladrón (2003) “el cambio tiene tal trascendencia que junto a la hasta ahora base de las relaciones en sociedad, es decir, la comunicación entre personas (bien cara a cara o de manera mediática), aparecen nuevos mecanismos de integración del individuo en la colectividad y de construcción de la identidad personal, vinculados a la relación entre el hombre y el ordenador” (p.54).

A través del desarrollo de las nuevas tecnologías se han comenzado a adoptar nuevos mecanismos de integración y participación colectiva, representado por un complejo entramado de nuevas prácticas y nuevas formas de convivencia entre las personas. Estos cambios, marcados por una alteración de lo presencial y lo geográfico debido a la aparición y penetración de los medios digitales caracterizados por la inmediatez y la velocidad de transmisión de información, han hecho que tanto las generaciones jóvenes y las generaciones adultas (aunque en menor escala) consideren las relaciones entre las redes sociales tan reales como las relaciones establecidas físicamente.

En definitiva, se afirma que efectivamente ha habido una transformación en el transcurrir de los años, que modifica las valoraciones individuales que motivan las prácticas sociales colectivas. Para Suances (1986):

...el origen de la formación de ideales y sistemas de valor es que son contenidos de modelos formados personalmente los que condicionan y determinan naturalmente todas las demás formas de sistemas de valores, inclusive la formación de leyes y normas, y por tanto también la formación de instituciones pensadas como ideales de vida social y el ethos o sistema de preferencias de valores vigentes en la esfera moral. Es, en definitiva el modelo personal, entendido individualmente o en minorías influyentes, el que decide los cambios de sistemas de valoración (p. 109).

3.4. Definición de los conceptos

a. Tolerancia

El concepto de tolerancia es constantemente utilizado en discursos y consideraciones sociales actuales en la realidad multicultural. Pero, ¿qué se entiende realmente cuando se habla de tolerancia? ¿Es considerado como reconocimiento y respeto hacia las personas en el ejercicio de la convivencia y compartir?

De acuerdo a la Declaración de Principios sobre la Tolerancia realizada por la UNESCO (2005), la tolerancia “consiste en el respeto, la aceptación y el aprecio de la rica diversidad de las culturas de nuestro mundo, de nuestras formas de expresión y medios de ser humanos (...). La tolerancia consiste en la armonía en la diferencia. No sólo es un deber moral, sino además una exigencia política y jurídica”.

Tolerar “implica permitir, conscientemente, la constitución de los usos sociales o expresar opiniones y creencias que uno no aprueba, o inclusive que se consideran nocivas para el bienestar social, atendiendo al principio moral de que la libertad de expresión en tales cuestiones es menos perjudicial para la sociedad” (Limón, 1997, p.42)

La tolerancia es entendida como una actitud o proceso enmarcado en una situación de naturaleza social en donde se les reconoce a los demás el derecho a manifestar diferencias de condiciones y opiniones, sin que implique su aprobación, es decir consiste en el respeto a la ideología de los demás aunque no sea compartida.

Por otra parte, Walzer (1998) expone ciertas maneras de entender la tolerancia como una actitud: una primera es la aceptación resignada de la diferencia para intentar mantener la paz. Una posible segunda actitud es la indiferencia ante la diferencia. Una tercera es el resultado de cierto tipo de estoicismo moral: reconocer por principio que *los otros* tienen derechos, aunque éstos los practiquen de manera diferente a como los tiene cada ser humano aprendido. Una cuarta, expresa apertura hacia los demás que se puede manifestar como curiosidad, respeto y voluntad de escuchar y aprender. Y aún se puede ir más allá con una quinta actitud, que admite de forma entusiasta la diferencia.

Tal como se plantea, existen diversas definiciones y aproximaciones al término tolerancia, considerando sus posturas históricas, psicológicas o sociales. Pero, simplificando, podemos considerar dos acepciones del término: la primera, tal vez más etimológica, identificaría la tolerancia como un conjunto de actitudes o como una tendencia en el comportamiento que supone implícitamente o explícitamente acciones humanas y conductas próximas en soportar o aguantar. La segunda, y quizás, la más esperanzadora y deseable, identifica la tolerancia como la aceptación y la admisión del otro y/o de los otros. (Martínez, 1995),

Esta segunda acepción es, en ocasiones, incluso más radical y se refiere a la aceptación del otro y/o de los otros con sus presupuestos culturales, políticos y religiosos, e incluso, como podrían llegar a ser.

La tolerancia consiste ignorar las actitudes y comportamientos de los demás aunque vayan contra lo que una persona considere correcto e incluso verdadero. Quien tolera, permite y respeta aún creyendo que es erróneo lo que piensa, dice o hace otra persona; no sólo respeta una conducta diferente sino una conducta que entiende como equivocada.

Resumiendo, la tolerancia es la disposición o comportamiento de aceptar la pluralidad de opiniones, creencias y conductas, de personas y grupos sociales, diferentes a las nuestras, con la finalidad de construir un concepto de ciudadanía basado en la integración social y inclusión de diversidad. Es la acción fundada de que sólo el pluralismo y el respeto a la diferencia permiten una construcción social democrática.

b. Justicia Social

Es cierto que no existe un modo uniforme y homogéneo de entender la justicia; coexisten diversas interpretaciones de la misma, que se traducen en prácticas diferentes en los ciudadanos que componen la sociedad. En general, ¿qué significa la justicia?

Rawls (1971) sostiene que el concepto de justicia está estrechamente relacionado con el sentido de equidad en la libertad al afirmar que cada persona posee “una inviolabilidad fundada en la justicia que ni siquiera el bienestar de la sociedad en conjunto puede atropellar “ (p.17). Es por esto que, en palabras de este filósofo, la justicia niega que la pérdida de la libertad para algunos se vuelva justa por el hecho que un mayor bien es compartido por otros. “En una sociedad justa, las libertades de la igualdad de ciudadanía se dan por establecidas definitivamente” (p.17).

Por otro lado, una persona es considerada justa cuando actúa conforme a un orden que es considerado justo. Kelsen (2006) explica que “el orden es justo cuando regula la conducta de los hombres de manera tal que a todos satisface y a todos permite alcanzar la felicidad”(p.9). Sin embargo, la felicidad es un concepto difícil de resolver, existiendo multiplicidad de definiciones igualmente legítimas; sin embargo a fines de esta investigación se entenderá como “la prudente ponderación de lo que conviene a la persona en el conjunto de su vida” (Cortina, 1998, p.179).⁵

Hasta ahora este concepto está estrechamente ligado a la igualdad y a lo que hace feliz a las personas. Otras veces, la justicia es similar al orden o a la medida. Entonces, hay justicia cuando cada cosa ocupa su lugar. Sin embargo, cuando hay algo en exceso o en defecto, decimos que se produce

⁵ Para ampliar el concepto de felicidad leer Kelsen (2006), ubicado en la bibliografía.

una injusticia. Por tanto, hay diversas, y con frecuencia, opuestas concepciones de lo que es justo y de la justicia (Macntyre, 1994).

La visión aristotélica, concibe la justicia como el medio preferente para alcanzar la felicidad o el bien. Aristóteles atribuye al término “bueno” el significado de eficaz, útil o conveniente para la consecución del bienestar personal, por lo que las acciones son justas o buenas cuando contribuyen a satisfacer los deseos, preferencias o felicidad de cada hombre. Desde esta perspectiva, lo justo se limita al ámbito de lo privado y, por ello, resulta difícil discernir hasta donde llega el beneficio de cada uno respecto a los demás. La justicia aristotélica olvida la participación responsable del ciudadano que tiende a la consecución del bien común para todos, sólo atiende a lo que es conveniente para el individuo singular.

La visión kantiana explica lo justo desde una razón práctica interesada en descubrir las condiciones mínimas para obrar moralmente. Por ello, la acción moral no se mueve por deseo o inclinación moral sino por deber. Lo justo es hacer lo debido sólo por cumplimiento del deber. De este modo, Kant proclama la libertad de cada hombre para definirse a sí mismo con fidelidad a su propio fin, lo mismo que para tratar con fidelidad el fin que otro se ha propuesto (Villacañas, citado en Bárcena 1999). Y para que este trato sea justo debe existir un sistema externo de normas válidas y universales para todos, que sirvan para regular la acción entre personas libres.

Ahora bien, se vuelve ineludible retomar el carácter social de la justicia para el funcionamiento mínimo de la sociedad, con lo cual la justicia es todo un asunto social, público. Ésta siempre es una relación entre, al menos, dos partes, por lo que en su propia naturaleza implica la relación social. En tal sentido, la justicia no es algo que pertenece sólo al pensamiento individual de cada persona; sino que implica los intereses de todos, de una comunidad.

c. Diálogo

Para reconocer la existencia del otro (de los demás) es claro que se hace necesaria la voluntad para dialogar. La acción dialógica se mantiene en el centro de una ética ciudadana democrática (Seoane, 2001). Por otro lado, el diccionario de la Real Academia Española define el diálogo como una “plática entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos. Discusión o trato en busca de avenencia”.

En un sentido amplio, el diálogo es la conversación interpersonal que se da para transmitir las propias ideas, indagar la verdad del otro y llegar a un entendimiento conjunto. Para lograrlo, se debe partir del reconocimiento de la legitimidad de cada interlocutor, de sus argumentos, puntos de vistas y sistema de valores.

Es, por medio del diálogo, el canal para reconocer los valores políticos, morales, sociales, estéticos y religiosos, que componen la personalidad y el modo de actuar de cada ser humano en sí mismo. Para poder llegar a concesos y acuerdos, el mecanismo no es la violencia, sino utilizar la capacidad propia de la especie humana, aunado con el valor de la tolerancia y el respeto, para establecer criterios éticos razonablemente justos, como producto del trabajo entre miembros de un mismo grupo.

El diálogo es una vía civilizada para comunicar el mundo interno que forma a cada persona: sus tradiciones, sus costumbres, sus hábitos, sus gustos, sus intereses, y por supuesto, sus valores. En tal sentido, no puede haber diálogo si la comunicación personal transcurre en un solo sentido: exige intercambio y mutuo reconocimiento.

Muchos de los pensadores sociales y políticos más relevantes de las últimas décadas se han dedicado con firmeza a impulsar una ética de la acción comunicativa. Habermas es uno de ellos, quien dedicó gran parte de sus estudios científicos a definir la teoría de la acción comunicativa en las sociedades modernas e indagar de qué manera éstas manejan un complejo mecanismo socioeconómico que repercute en las teorías sociales.

Lamentablemente, la ética dialógica, hoy día interesa más a los académicos y a algunos grupos civiles que a aquellos que disponen del poder económico y político para emprender grandes cambios democratizadores (Seoane, 2001). Es así, como las instituciones sociales (bien sea escuela, familia, religión, medios de comunicación, universidades) han optado por asumir como propio la enseñanza de este valor como un asunto primario de formación ciudadana. Queda en manos de cada individuo y de la razón moral de cada institución qué justificación o qué límites se le adscriben a este valor, ya que no existen patrones culturales y políticos que lo establezcan.

d. Cuido de los espacios públicos

Este valor se refiere sobre todo a la acción comunitaria de cada localidad por salvaguardar, rescatar y conservar los espacios que son de dominio y responsabilidad pública y de libre acceso para la comunidad. El espacio público es aquel lugar donde se produce el encuentro con el otro, con los demás, donde se circula libremente: calles, veredas, plazas, edificios públicos, canchas deportivas, transportes públicos, etc. Si bien es cierto, existen otros valores sociales que tienen cercana relación con el cuidado de los espacios públicos como la cooperación, la participación, la tolerancia, la

armonía; sin embargo, éstos están incluidos como necesarios y derivados del cuidado de los espacios públicos.

Desde la antigüedad hasta nuestros días, el espacio público es el lugar de encuentro e intercambio personal que enriquece las prácticas urbanas, al tiempo que motiva la participación de los ciudadanos y su interés por temas comunitarios. Una ciudad sin plazas, ni parques, ni espacios para el encuentro casual, no solo sería pobre ambientalmente sino también en los aspectos sociales y urbanísticos.

El concepto de espacio público urbano ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Al inicio estaba ligado sobre todo a la existencia de espacios verdes. En los últimos años surgen otros enfoques que replantean el papel que desempeñan esos espacios en las ciudades ampliando el concepto de espacio verde por el de espacio libre.

“Históricamente, quienes se ocuparon de ese espacio fueron los gobiernos locales, especialmente a través de la regulación, la normativa y el mantenimiento. En general se solía atribuir al Estado los espacios exteriores y las grandes infraestructuras” (Perahia, 2007, para. 18). Pero desde hace algunas décadas hacia acá, sobre todo en los barrios de Caracas donde se aplicó el instrumento de recolección de datos, esta dinámica ha cambiado. Han sido los ciudadanos de la propia comunidad quienes se han encargado del cuidado de los espacios públicos.

e. Honestidad

La honestidad según Molina (2003), es una cualidad humana por la que la persona se determina a elegir actuar siempre con base a la verdad y en la auténtica justicia. Ser honesto es ser real, acorde con la evidencia que presenta el mundo con sus diversos fenómenos y elementos; es ser genuino, objetivo. La honestidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, quienes tienen sus propias características y sistema de creencias que hacen que nos distingamos unos de otros. Esta actitud, a su vez, crea confianza en cada individuo y en aquellos quienes están en contacto con la persona honesta.

La honestidad no sólo consiste en ser franco sino en asumir que la verdad es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real presenta como innegable e imprescindible de reconocer.

Dentro de la jerarquía de valores, la honestidad se considera dentro de nuestro estudio como uno de los más importantes, ya que de él se deriva muchos subvalores propios de la condición humana. Aunque este valor se adquiere sobretodo en el nicho familiar, es la esfera pública donde se demuestra que efectivamente este valor ha sido aprendido.

f. Participación

Son diversas las definiciones sobre la participación ciudadana. Sin embargo, a efectos de la investigación se tomará los conceptos desarrollados por dos autores; que aunque pertenecientes a realidades y contextos sociales, políticos y nacionales diferentes coinciden en diversos aspectos.

Cunill (1997), doctora en ciencias sociales, define la participación “como el proceso mediante el cual la ciudadanía interviene individual o colectivamente, en las instancias de toma de decisiones sobre asuntos públicos que le afecten en lo político, social o económico”.

Fermín (2004), representante del ministerio de planificación y desarrollo de Venezuela, argumenta que “la participación ciudadana es el proceso mediante el cual se integra al ciudadano en la toma de decisiones, fiscalización, control y ejecución de las acciones en los asuntos públicos y privados, para permitirle su pleno desarrollo como ser humano y el de la comunidad en la cual se desenvuelve”.

La participación social y ciudadana es necesaria porque representa un aporte, colectivo o individual, para exigir acciones de los entes públicos. Por eso demanda elementos de responsabilidad de la ciudadanía, pudiendo materializarse en convenios de gestión participativa, evaluación de resultados de acciones llevadas a cabo en la comunidad, planificación conjunta y participativa, informes a las comunidades, o bien incidencia comunitaria en la elaboración y ejecución del presupuesto necesario para ejecutar proyectos en la localidad.

Bien es cierto que dentro de la participación están incluido, constantemente, varios elementos que son vitales para el regular desenvolvimiento de este valor dentro de las comunidades. En primer lugar, implica absoluta intervención de los individuos en actividades públicas. En segundo lugar, permite articular el Estado con los sujetos sociales. En tercer lugar, permite la interacción directa entre la comunidad y el gobierno en la búsqueda de soluciones a problemas de índole pública.

4. Implicaciones pedagógicas de Internet para la Educación en Valores

Aprendemos los valores cuando los sentimos, argumenta Noguera (2004). Las personas son capaces de sentir y emocionarse cuando leen un libro, reciben la carta de un amigo o experimentan alguna grata situación de un compañero; pero de igual forma también existe la posibilidad de involucrar emociones en los espacios de ausencia física, es decir, los nuevos espacios que se crean a partir de la incorporación de las TIC's e Internet en la rutina diaria de los seres humanos, donde las sensaciones y las emociones generadas en la virtualidad corresponden a sentimientos personales. Ahora bien, si podemos sentir y emocionarnos a través de los entornos virtuales, entonces sin duda, podemos concluir que es posible aprender valores dentro de ella. (Duart, 2003).

En Internet se evidencian implicaciones pedagógicas para la educación moral y en valores. Tal y como argumenta Duart (2003), hay una presencia ética en la virtualidad, ya que ésta es formada por personas, seres humanos que se comunican, dialogan, interactúan y que comparten vivencias y emociones. Por ello, se puede afirmar que es posible educar en valores en Internet, porque es una forma de relación social diferente y nueva, que aloja un entramado axiológico producto del alto flujo de interrelaciones personales.

Roberts (1990) indica que Internet y su forma de relacionarse no debería sustituir nada, pero sí complementarlo. No se supone que Internet es la mejor forma para educar, o para educar en valores, pero sí se debe pensar que si las personas de hoy nos relacionamos por Internet, este medio ocupa un espacio complementario en nuestro universo relacional que no podemos

obviar. Sin duda la escuela y los centros educativos deben tener presentes estas posibilidades de comunicación y relación de la juventud; no sólo como una herramienta útil para buscar información o hacer una red de amigos pertenecientes a grupos de características comunes, sino apropiarse de esta herramienta y crear nuevas estrategias de formación que complementen la labor escolar y familiar propia de la enseñanza en valores.

5. Conformación social y estructural de los barrios y su evolución en el sistema de valores

En la década de 1930 aproximadamente, pobladores campesinos de Venezuela iniciaron un proceso de migración hacia ciudades del país en busca de oportunidades de vida que permitiera cambiar positivamente sus condiciones. Trabajo, vivienda, servicios básicos, educación y salud eran sólo algunos de los cambios que buscaban con esta movilización. Esta población campesina se trasladó, en su mayoría, a Caracas, por ser la ciudad capital del país donde se encuentran centralizados los poderes públicos y en consecuencia existen mayores oportunidades de empleo.

Estas migraciones informales de venezolanos y extranjeros produjeron alteraciones en la dinámica de la ciudad, expresado a través del rechazo laboral, social, habitacional y político hacia estos nuevos pobladores, originando con ello una desorganización en el asentamiento urbano al ubicarse en zonas despobladas y desasistidas de la capital, conformándose por medio de los años en lo que hoy se conoce como los barrios.

Desprovistos de servicios básicos, este grupo de pobladores se organizó para solicitar la instalación de electricidad, carreteras, vivienda, espacios de recreación y medios de transporte a los organismos competentes. Sin embargo, sólo pocas solicitudes fueron efectivamente atendidas, generando condiciones de marginalidad y exclusión en esta nueva comunidad.

La vida dentro de los barrios se ha desarrollado en tres fases. La primera de ellas estaba constituida por personas habitantes del campo, que vivían sobre un esquema de vida basado en valores del campo, como amor a la tierra, trabajo, perseverancia, honestidad, solidaridad y compañerismo.

La segunda fase es conformada por hijos de los primeros habitantes; algunos de éstos comenzaron a formar hogares dentro del barrio y otro grupo logró entrar en la dinámica de la ciudad. Durante el desarrollo de esta segunda generación, la ciudad se acostumbraba al barrio, al punto que no existía para ella. El Estado marginaba cada vez más su presupuesto y los servicios básicos conseguidos comenzaban a estancarse. Como consecuencia a estos hechos el barrio se diversifica:

...están aquellos que no se resignan por no pasar por de la ciudad y para parecerlo asumen incluso servilmente su atuendo, modo de hablar y caminar, temas, sueños, música (...) y como no pueden vivir en ella están en el barrio como exiliados, marcando distancia. Y están los que se aceptan como del barrio, asumen cosas de la ciudad que les gustan y pueden, reinterpretan su mensaje y crean su mundo en el barrio (Trigo, 2008, p.41).

Para esta época se generan los primeros síntomas de un resquebrajamiento cultural, fundado sobre una marcada diferenciación social que altera las dinámicas originales de la primera generación del barrio. La necesidad de ser y estar entre la ciudad fue creando relaciones de lucha por pertenecer e identificarse en ella. Algunas de estas luchas fueron ganadas, sin embargo muchos habitantes tuvieron que quedarse en las comunidades marginadas construyéndose, integrándose, consolidándose como un núcleo multicultural donde confluyen valores y costumbres de diversos orígenes.

La tercera fase se caracteriza por el abandono de los barrios por parte del Estado, presencia estructural de la droga y la violencia generadas a partir de su venta, distribución y consumo. Además de esta crisis, se imposibilita la movilización de sus habitantes; saben que no tienen oportunidad de estar en un lugar mejor, por ello la última generación de jóvenes se maneja en modos de vida fundados en resentimientos, precariedades y deseos de superación no logrados por los mecanismos formales, por lo que recurren a caminos alternativos (tráfico de drogas, enfrentamientos y violencia) para alcanzar sus metas.

Ante este escenario, marcados por situaciones de exclusión, escasez, falta de oportunidades laborales, culturales, políticas y desigualdad social, las nuevas generaciones (conformada por los actuales jóvenes adolescentes) desarrollan nuevos valores que sustituirán aquellas costumbres que traían los abuelos de sus progenitores del campo. El amor por la tierra, trabajo, perseverancia, honestidad, solidaridad y compañerismo quedan sustituidos por nuevos valores producto del proceso de mestizaje interbarrial, de la exclusión de la ciudad, de la desigualdad económica, de las diferencias culturales y sobre todo, de la relación de dependencia y desatención de los gobiernos.

La necesidad de inclusión, de justicia y de igualdad social, política y económica han generado en estos jóvenes expresiones socioculturales propias, que se interpretan en manifestación de los valores ciudadanos presentes en los adolescentes.

Los valores ciudadanos, trabajados durante el desarrollo de la investigación, están presentes en el barrio por medio de la participación e influencia de diversas instituciones formativas que interactúan en las comunidades (escuelas, familia y medios de comunicación); manifestadas en diversas expresiones axiológicas. Resulta prioritario para este trabajo, definir la incidencia de Internet como medio de comunicación emergente, sobre la situación social que comprende el contexto de los barrios de la ciudad de Caracas, al igual que es importante analizar de qué manera la Web contribuye a la formación de valores, y si éstos a su vez son reconocidos y practicados por los jóvenes usuarios. A partir de este análisis se puede diseñar y desarrollar estrategias educativas y comunicacionales que estén orientadas al uso de Internet como vía para estimular la formación en valores.

6. Características sociodemográficas de las zonas populares escogidas en la investigación

a. Antímano

Antímano es una parroquia ubicada al oeste de Caracas que incluye los sectores Antímano y Carapita. De acuerdo con los resultados del censo nacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) de Venezuela para el año 2001, en esta parroquia la cantidad de habitantes era

144.081 personas y se estima que en el 2011 incrementaría a 155.756 habitantes aproximadamente, de los cuales 28.636 tienen edades comprendidas entre los 10 y 19 años de edad.

En relación al número de vivienda, en el 2001 Antímano tenía 29.824 casas; que incluye construcción habitadas, no habitadas, en elaboración y abandonadas. Por otro lado, el promedio de vida de la población es de 26 años de edad, 27 años para el sexo masculino y 22 años para el sexo femenino.

Desde el punto de vista de la educación, la distribución de recursos en la zona es de cinco (5) planteles educativos, entre públicos y privados, que tienen educación media y diversificada en la zona. De estos liceos, la matrícula final es de 612 alumnos, quienes pertenecen al período de educación media.

b. La Vega

La Vega es una parroquia del municipio Libertador, que se encuentra ubicada al oeste de la ciudad de Caracas. Después de Petare (ubicado en el municipio Sucre), esta comunidad es el barrio con mayor densidad poblacional de la ciudad, representado en el año 2001 por 137.251 habitantes. Para el 2011 la proyección realizada por el INE sería de 146.575 personas en La Vega, de los cuales 24.522 de ellas tienen edades comprendidas entre los 10 y 19 años.

En relación al número de viviendas, en el año 2001 La Vega tenía 31.602 casas, contabilizadas aquellas habitadas, no habitadas, construidas y

abandonadas. Por su parte, el promedio de vida para el año 2001 es de 27 años de edad, 30 años para los hombres y 21 años para las mujeres.

Desde el punto de vista educativo, La Vega tenía diecisiete (17) planteles educativos (entre públicos y privados) que poseen educación media y diversificada en la zona, según datos arrojados por el INE. A su vez, la matrícula final de alumnos pertenecientes al período de educación media y diversificada es de 2.041 personas.

c. San Agustín

San Agustín es una parroquia ubicada al noroeste de Caracas. En 2001 su población era de 45.699 habitantes. Para el 2011 su proyección se refleja en 3,8% de crecimiento poblacional, representado por 47.480 personas; de los cuales 7.459 tiene edades comprendidas entre los 10 y 19 años.

Para el año 2001, el número de viviendas en San Agustín es de 11.122 casas. Con una población que presenta un promedio de vida de 27 años, 28 años los hombres y 24 años las mujeres.

Desde la perspectiva educativa, San Agustín estaba significativamente desasistido de acuerdo a datos arrojado por el censo 2001, existiendo únicamente un (1) plantel educativo que tiene educación media y diversificada. En este liceo la matrícula final es de 5.105 alumnos (incluyendo todos los niveles educativos), donde sólo 63 personas alcanzan finalizar su período medio y diversificado.

d. Las Minas de Baruta

Las Minas de Baruta es una parroquia perteneciente al municipio Baruta que se encuentra ubicada al sureste de Caracas. De acuerdo al censo nacional realizado por el INE de Venezuela, la población en el municipio para el año 2001 era de 285.972 personas, donde sólo el 15% habita en la parroquia Las Minas de Baruta, representado por 44.481 personas.

Para el 2001 existían cuarenta y siete (47) planteles educativos, 3 públicos y 44 privados, que poseen educación media y diversificada en la zona. En total, la matrícula final de alumnos en el municipio Baruta es de 46.518 alumnos, de los cuales 4.503 cursan la etapa de educación media y diversificada.

7. Los medios de comunicación social tradicionales y la formación en valores

Si bien es cierto que Internet, con todas sus bondades y ventajas, ha traído grandes cambios a la humanidad en relación a actividades globalizadoras, mercantiles y socializadoras, la televisión continúa siendo el medio de comunicación con mayores efectos en la formación de valores en la sociedad.

Aunque efectivamente las instituciones educativas siempre deben hacer valiosos esfuerzos para incorporar las TIC's en las prácticas de enseñanza-aprendizaje, no se debe dejar completamente de lado que la

televisión sigue conformándose como uno de los núcleos configuradores del pensamiento y de la acción por excelencia, junto con la familia y la escuela.

6.1. Los medios de comunicación social

McLuhan vio a los medios como transformadores del ser humano. En una sociedad de la comunicación en la que vivimos, caracterizada por la intensificación en el intercambio de informaciones, las nuevas tecnologías han decantado a la comunicación hacia lo que algunos denominan “el imperio de la imagen” (Casas, citado en Noguera 2004).

Con esta denominación se explica cómo las imágenes han modificado y simplificado la transmisión del mensaje de un medio de comunicación. Con la prensa, el telégrafo, la radio y las revistas, causar un impacto y generar cambios de conducta en la población era un hecho palpable con cierto nivel de efectividad, sin embargo, al aparecer la televisión como canal donde se entrecruzan varios tipos de lenguaje (textual y audiovisual) los efectos causados en las audiencias se conseguían con marcada velocidad y con mayor precisión en los resultados deseados.

Para diversos autores, los medios de comunicación social aparecen como mediadores de cambios sociales y culturales, a partir de su poderosa influencia a través del uso de imágenes y sonidos que producen representaciones sociales en la población. Han sido, desde hace aproximadamente sesenta años hasta nuestros días un canal mediante el cual las masas pueden ser informadas y amoldadas de acuerdo al mensaje que el medio desee comunicar (bien sea político, educativo, cultural, económico, etc).

Además, los medios de comunicación, gracias al desarrollo de las tecnologías, se han hecho cada vez más atractivos y útiles para las personas; contribuyendo sin lugar a dudas a la homogenización de la cultura, del pensamiento, del gusto y de los valores, a través de la creación de cánones o patrones de conducta que tienen alto nivel de modelaje en la población joven. Aunque, esto no hace posible la absolutización de esta afirmación, dado que existen corrientes teóricas que indica que el receptor tiene cierto grado de libertad al seleccionar los mensajes de acuerdo con su personalidad, su ambiente social, su autoimagen y la imagen que tiene del medio (Maletzke, citado en Rodrigo, 1989)

El sistema de los medios de comunicación masivos, a lo largo de los últimos sesenta años, ha experimentado cambios sustanciales. La televisión, la radio, el celular, las computadoras de uso personal se han convertido en componentes regulares de la vida de niños y jóvenes.

6.2. Un nuevo modelo de hombre a partir de los medios de comunicación

Hoy día la sociedad se encuentra enfrentada a la aparición de un nuevo tipo de hombre contemporáneo, el hombre “iconosférico” (Noguera, 2004), cuyos principales rasgos identificativos son su tendencia universalista, el sentirse ciudadano de mundo, saliendo más allá de los propios límites geográficos y mentales.

Siguiendo a este autor, se argumenta que los seres humanos estamos evolucionando a lo que sería un nuevo modelo de hombre producto de la exposición constante a los medios de comunicación; nos convertimos en

personas más icónicas que lógicas, más sensitivas que racionales, más intuitivas que discursivas, más instantáneas que procesuales, más informatizados que comunicados.

Sobre estas premisas deberían situarse las instituciones educativas para articularlas con las formas de enseñanzas tradicionales de las escuelas, y así generar nuevas metodologías que partan del equilibrio entre las demandas sociales actuales y el pensamiento convencional que se desee perpetuar por medio de la educación.

6.3. La televisión como agente conformador de valores en adolescentes

La televisión es un “espejo deformante de la realidad circundante” (Alonso, Matilla, Vásquez, p.115), un modo de entender la realidad, del modo de entenderla de quienes la dominan y tienen un influencia decisiva en lo que se transmite en ella.

El sistema de la televisión es básicamente comercial, sostenida por la publicidad; la competencia entre cadenas por las proporciones de audiencia es uno de los más claros exponentes de valor. En términos prácticos y reales se puede hacer una analogía entre una mercancía (los programas) hace que se capte otra mercancía (la audiencia) para ofrecer otra mercancía (los productos anunciados), a cambio de un dinero que los anunciantes obtienen, en última instancia, de los telespectadores, y que hacen llegar a los difusores de los programas.

Mientras más audiencia logra un programa, más pago por publicidad tiene. Mientras más publicidad consigue un programa, más se insiste en la

emisión de programas similares. Así la calidad de los mismos, del público o de los productos no juega un papel decisivo, a no ser que choque contra otros valores básicos de los más fuertes.

A través de los *spots* publicitarios, los niños y jóvenes reciben claras y precisas aportaciones, para ir modelando una determinada concepción de su manera de estar en el mundo y de relacionarse con su entorno natural y social, contemplan como válidos, positivos y eficaces ciertos valores observados en la televisión.

En la actualidad las investigaciones sobre la incidencia de la televisión sobre la formación de valores de los adolescentes son escasas y en ocasiones presentan resultados contrapuestos. En primer lugar, encontramos la variable generacional ya que la juventud es un periodo de transición en el que todavía no es posible establecer y consolidar valores. Y en segundo lugar, existen grandes dificultades para la evaluación y medición de valores.

Arnett (1995) enumera los usos que los adolescentes realizan de los medios de acuerdo con los siguientes aspectos: entretenimiento, formación de la identidad (sexual, vocacional, de género), búsqueda de nuevas sensaciones, escapismo (ante preocupaciones y estrés) y compartir e identificarse con la cultura adolescente. En este sentido y dentro de un mundo ya globalizado los adolescentes pueden verse identificados con ciertos estereotipos, modelos y estilos.

No obstante, a pesar de estos cinco aspectos mencionados que tienen especial relevancia para los jóvenes, hay que hacer especial hincapié en la formación de la identidad como señalan diversos trabajos (Pasquier, 1996; Pindado 2006). Este aspecto es sumamente importante ya que refuerza la

idea de que la televisión además de entretener también debe formar a los televidentes.

Sin embargo, Aierbe y Medrano (2008) en su investigación consideran que el consumo televisivo y la influencia del medio en el ambiente no son tan perjudiciales como se suele prejuizar; argumenta que los adolescentes son selectivos y los eligen en función de sus valores intelectuales, éticos y estéticos.

Aún cuando se acepta que el adolescente es capaz de discernir y elegir el tipo de programas que desea observar, existe el factor social que motiva a estar expuesto a determinado programa que contiene una carga axiológica fuerte, llevándolo a actuar de forma positiva o negativa ante ciertos estímulos de la forma como lo tiene aprendido y que reconoce que es aceptada socialmente.

Para ejemplificar esta situación, si un joven está en una situación familiar delicada, la escuela no asume el rol de orientador dado que no es un síntoma exteriorizado en la persona y además sus amigos le dan consejos que parecen no funcionar, este joven apelará en gran medida por las respuestas que puedan brindar algún medio masivo. Ya que *per se*, la televisión tiene alta incidencia en la conducta individual y social, reconociéndose como símbolo de realidad y verdad.

Con una visión positiva, estamos ante la evidencia de programaciones con corte educativo que plantea problemas morales resueltos a través de los valores. Sin embargo, como lo que mantiene “viva” a la televisión es la publicidad, también se está expuesto a variables que influyen negativamente, generando efectos no deseados, como la violencia.

De una u otra forma, es más sencillo interpretar un mensaje proveniente de la televisión, donde se presentan de forma atractiva y entretenida variados contenidos previamente decididos, que de Internet, donde a pesar de ser un medio donde se incluye de igual manera herramientas audiovisuales, textuales y socializables, no existe una parrilla de programación determinada; haciendo muy complicado la evaluación de resultados en función de los efectos sobre los adolescentes e incluso, mucho menos de los valores adquiridos a partir de ella.

El medio televisivo tiene importancia no tanto porque explique las relaciones causa-efecto o influencia directa sobre los telespectadores, sino porque presenta modelos de conducta y relaciones sociales e interpersonales, donde implícita e explícitamente se abordan aspectos relacionados con la construcción de la identidad y los valores (Aierbe y Medrano 2008, p.53)

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

7. Tipo de investigación

Para entender los cuestionamientos planteados en la investigación, se optó por una propuesta epistemológica y metodológica de índole cuantitativa, aunque el objeto de estudio esté relacionado directamente con el estudio desde las ciencias sociales.

Se parte del paradigma emergente o postpositivista para poner énfasis en la comprensión del hombre en todas sus dimensiones, conocerlo como un ente que forma parte de un contexto y como un ser que habita dentro de un complejo sistema de mediaciones.

Dada la innovación del tema de investigación, este trabajo se fundamenta en un tipo de investigación de carácter exploratorio; concebida principalmente, desde una metodología cuantitativa que permite medir la incidencia de Internet en la conformación de valores ciudadanos; sin embargo ésta se complementará con un análisis descriptivo de los datos para explicar los resultados obtenidos durante la investigación.

Este tipo de investigación cuantitativa permite comprender la situación de aprendizaje en su contexto natural, sin afectar ni transformarlo.

8. Diseño de la investigación

Para realizar esta investigación se trabajará con la técnica de la encuesta.

Por medio del apoyo de la Fundación Medatia, Proyección a la Comunidad (ambas son unidades pertenecientes a la Universidad Católica Andrés Bello) y por la búsqueda personal de la investigadora, se asistió a cinco escuelas públicas y privadas ubicadas en los barrios caraqueños: Antímáno, Carapita, La Vega, San Agustín del Sur y Las Minas de Baruta. La distribución de las escuelas según su ubicación se ejecutó de la siguiente manera:

Tabla 1.

Distribución de la Ubicación de Escuelas Escogidas para Responder el Instrumento de Recolección de Datos

Escuela	Ubicación
U.E.N. Simón Bolívar	Antímáno
U.E.P. Don Cristóbal Mendoza	Carapita
U.E. Andy Aparicio	La Vega
Colegio Don Pedro: Fe y Alegría	San Agustín del Sur
Liceo Tito Salas	Las Minas de Baruta

La encuesta fue suministrada a los estudiantes durante una sesión de trabajo. Ésta se entregó personalmente por la investigadora a cada estudiante con la finalidad de ser respondida de manera individual, y así brindar una respuesta sin alteraciones generadas por la discusión grupal.

El cuestionario fue suministrado en las escuelas antes mencionadas, siendo respondidas entre quince (15) y veinte (20) minutos de duración por cada uno de los estudiantes.

El instrumento de recolección de datos estuvo conformado por cuarenta y dos (42) preguntas, distribuido en tres partes. La primera parte en su gran mayoría por preguntas cerradas de selección simple y selección múltiple, donde la persona encuestada sólo marca su respuesta con una equis. De igual forma se incorpora una pregunta abierta, que permita ampliar la información y profundizar el análisis de resultados.

Luego de recoger la información arrojada por el instrumento, se procedió a realizar el análisis cuantitativo de los datos.

9. Diseño muestral

9.1. Población o universo de estudio

Para desarrollar esta investigación se tomará como muestra la información suministrada por adolescentes con edades comprendidas entre catorce (14) y diecinueve (19) años que habitan en cinco sectores del área metropolitana de Caracas pertenecientes a los estratos sociales D y E: Antímano, Carapita, La Vega, San Agustín del Sur y Las Minas de Baruta. Los sujetos fueron abordados directamente en el liceo donde estudian.

Los liceos visitados están conformados por los siguientes datos:

Tabla 2.

Distribución de Escuela de Acuerdo a Datos Estadísticos del Plantel

Unidad Educativa	Sector	Matrícula de alumnos inscritos	No. de Secciones	No. de Profesores
U.E.N. Simón Bolívar	Antímano	756	38	21
U.E.P. Don Cristóbal Mendoza	Carapita	660	22	24
U.E. Andy Aparicio	La Vega	1054	89	38
Colegio Don Pedro: Fe y Alegría	San Agustín del Sur	803	27	33
Liceo Tito Salas	Las Minas de Baruta	967	40	35

Para la muestra se seleccionaron indistintamente personas del sexo femenino y masculino.

9.2. La muestra

Se aplicó el instrumento de recolección de datos a una muestra de quinientos treinta y cinco (535) estudiantes de bachillerato entre 13-19 años de edad que habitan en los sectores del área metropolitana de Antímano, Carapita, La Vega, San Agustín del Sur y Las Minas de Baruta, de los cuales

267 sujetos pertenecieron al sexo femenino, representando el 49,9% del total de la muestra; mientras que la población masculina participó con 250 sujetos que representa el 46,7% de la muestra. El 3,3% restante no arrojó información etaria (ver gráfico 1).

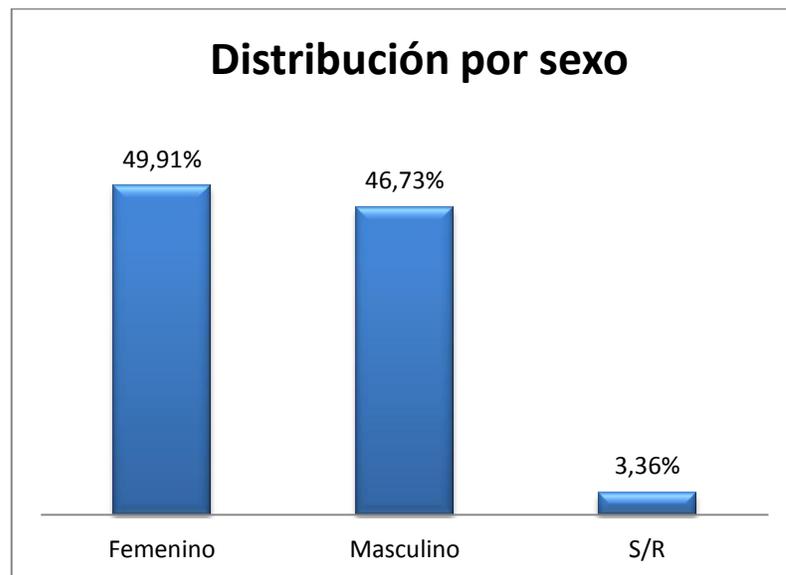


Gráfico 1. Distribución de la muestra de acuerdo al sexo

Los estudiantes no fueron expuestos a ningún tipo de recursos complementarios o estimuladores. Únicamente antes de ser respondido el cuestionario se explicó a los alumnos de qué trataba la encuesta y cuál sería la forma correcta para responderla. Los maestros de cada aula de clases apoyaron en relación a la consecución de las normas para responder; de forma individual y sin intercambiar opiniones con los compañeros para que fuese respondido con la mayor concentración posible.

10. Técnica de recolección de datos

La encuesta será la técnica de recolección de datos que se utilizará en la investigación. Ésta estará organizada en tres dimensiones de estudio; donde cada una de ellas contendrá un número de preguntas apropiadas para lograr la información necesaria para el análisis. A continuación, la tabla 2 explica la distribución de preguntas por dimensión.

Tabla 3.

Distribución de Preguntas de Acuerdo a las Variables de Análisis de la Investigación

Dimensión	No. Preguntas
Sociodemográfica y asociadas al uso de internet	Once (11) preguntas
Reconocimiento de valores ciudadanos en las páginas de Internet	Doce (12) preguntas
Práctica de valores ciudadanos	Treinta (19) preguntas

Se diseñó un cuestionario que contiene en total cuarenta y dos (42) preguntas, organizadas de acuerdo a las dimensiones señaladas en la tabla 2.

Para la dimensión *sociodemográfica*, se indagó sobre las variables: sexo, edad, lugar de residencia, lugar de conexión, frecuencia de conexión, páginas web visitadas. La mayoría de las preguntas de esta primera parte son de selección simple y selección múltiple, hay otros ítems como edad, sector donde vive, otras páginas web visitadas y temas buscados en la web que fueron redactados en preguntas abiertas.

Para la dimensión *reconocimiento de valores ciudadanos*, se describieron dos indicadores por cada valor ciudadano a estudiar en la investigación: justicia social, hospitalidad, tolerancia, cuidado de los espacios públicos, participación y diálogo.

Para la dimensión *práctica de valores ciudadanos*, se describieron tres indicadores que expresan las acciones que evidencian cada valor ciudadano a estudiar en la investigación. Para esta dimensión del cuestionario se realizó una actividad especial en el liceo Felipe Fermín Paul ubicado en el sector del área metropolitana de Antímano. Se escogieron 30 estudiantes con edades comprendidas entre los 14 y 18 años de edad quienes a través de actividades lúdicas (ver anexo A) definieron indicadores de prácticas por cada valor ciudadano a estudiar en la investigación. En el anexo B se puede visualizar la transcripción de la información arrojada por este grupo de estudiantes.

Además al final del instrumento se incluyó una pregunta abierta para dejar posibilidad de explorar otras opciones de respuesta entre los estudiantes seleccionados para la muestra.

Las preguntas para las *dimensiones reconocimiento de valores ciudadanos y práctica de valores ciudadanos* estará medida según una escala dicotómica: sí – no. Algunos de los indicadores para estas preguntas

están redactados en negativo, es decir, que la respuesta esperada por el sujeto encuestado sea “no”. En el capítulo análisis de datos se especifica con mayor detalle cuál es el procedimiento seguido para procesar y analizar estas respuestas.

Por último, se excluyó de esta escala la última pregunta que es de tipología abierta; permitiendo encontrar indicadores de valores que el investigador no haya contemplado en el instrumento.

El lenguaje utilizado en el cuestionario es sencillo y está adaptado al nivel cognitivo-cultural de los jóvenes que responden la encuesta. De esta manera el investigador asegura que las preguntas sean comprendidas y respondidas acertadamente de acuerdo a su experiencia.

Este instrumento de recolección de datos fue revisado y validado por dos expertos en el área pertenecientes al Centro de Investigaciones y Formación Humanística (CIFH) de la Universidad Católica Andrés Bello, con especial dedicación de la Dra. Luisa Angelucci, coordinadora del proyecto valores del CIFH.

11. Técnica de análisis de datos

Una vez que los datos fueron transferidos a una matriz, se procedió a su análisis. En función de ello, la investigación se basa en procedimientos establecidos por la estadística descriptiva para la comprensión e interpretación de la data obtenida.

- Distribución de frecuencias y porcentajes: donde las puntuaciones se ordenarán de acuerdo a las dimensiones y categorías establecidas en el instrumento.
- Determinación de las medidas de tendencia central: la moda, la mediana y la media, permitirán identificar los valores medios o centrales de la distribución.
- Determinación de las medidas de variabilidad: la desviación estándar y la varianza indicarán la dispersión de los datos en la escala de medición.
- Suma de totales por cada valor ciudadano y suma de totales por dimensión.
- Comparación entre las medias y los totales de las dimensiones *creencias de valores ciudadanos* y *práctica de valores ciudadanos*.
- Correlaciones o diferencia de medias a partir de la *dimensión sociodemográfica* y las sumas totales de las dimensiones *creencias de valores ciudadanos* y *práctica de valores ciudadanos*.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE DATOS

12. Nivel de medición

Los datos recolectados de la encuesta fueron tabulados y procesados mediante el uso del programa Microsoft Office Excel 2007.

Para la medición de datos en las ciencias sociales, han existido diversas definiciones sin embargo a efectos de esta investigación resulta bastante completo utilizar los conceptos aportados por dos autores. Para Stevens (1946) la medición es entendida como la asignación de números a objetos o hechos de acuerdo a unas reglas, tanto que para Geba (2006) la medición es “el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos (p.1).

Basándose en estas definiciones se indica que a cada uno de los ítems especificados en la encuesta le corresponde un tipo de análisis de acuerdo al nivel de medición donde se determine. De acuerdo a una escala de medición por niveles desarrollada por Stevens (1946), el análisis de datos de podría clasificar en cuatro niveles:

- Nominal: contiene reglas para decidir si dos (2) objetos son equivalentes o no para una categorización. El resultado de una escala nominal, es una serie de clases, a las cuales podría darse una designación numérica. Se le asigna una valoración del cero (0) de forma arbitraria. Por ejemplo, indicar la cantidad de personas del sexo femenino y masculino en la muestra total tomada para la investigación.

- Ordinal: contiene reglas para decidir si un objeto diferente a otro es mayor o menor con respecto a un atributo determinado. Al igual que el nivel ordinario la valoración del cero (0) se establece de forma arbitraria. Un ejemplo que podría servir para ilustrar el nivel ordinal sería determinar mediante una escala de Likert cuántas personas están de total acuerdo, acuerdo, desacuerdo o total desacuerdo en relación a una variable a estudiar.
- De Intervalo: reflejan operaciones que definen una unidad de medición; así como mayor, igual o menor.
- De Razón: es una escala de intervalo con un cero (0) racional (verdadero), en lugar de un cero (0) arbitrario. Un cero (0) racional significa la ausencia del atributo.

Para esta investigación se tomará mayormente el nivel de análisis nominal, con carácter univariado y bivariado. Es decir, el análisis univariado se realiza para cada una de las variables estudiadas por separado, en otras palabras, el análisis está basado en una sola variable. Las técnicas utilizadas para este análisis univariado son, principalmente, la distribución de frecuencias para una tabla univariada y el análisis de las medidas de tendencia central de la variable.

Ahora bien, para el análisis bivariado se considera el estudio de las categorías de una variables cruzadas con las categorías de una segunda variable; generando con ello el diseño de tablas con tabulaciones cruzadas o comúnmente conocidas como tablas de contingencia.

El análisis de datos para esta investigación estará presentado en primer lugar por la explicación de variables con análisis univariado, y luego se procede a realizar los cruces entre dos variables (análisis bivariado), originando con ello definiciones como producto de las variaciones entre las categorías: sociodemográfica, reconocimiento de valores en Internet y prácticas ciudadanas generadas a través de Internet.

A las cuarenta y dos (42) preguntas que conforman el cuestionario se les aplicó el análisis univariado, calculando las frecuencias que indican la repetición de una respuesta, la proporción que indica el peso relativo respecto al total de la muestra y los porcentajes que indican en términos imaginarios la cantidad de repetición que existe de ese valor por cada cien (100) personas.

13. Análisis de variables sociodemográficas

De acuerdo con los datos recogidos durante el período de dos meses entre abril y mayo del 2011, la distribución por edades y por sexo indican aproximaciones con los resultados obtenidos por la encuestadora venezolana Tendencias Digitales en su estudio realizado en el año 2010. Existe una alta tendencia al uso de Internet en jóvenes, especialmente en edades comprendidas entre los catorce (14) y dieciséis (16) años (ver gráfico 2 y gráfico 3).

Tomando como referencia el gráfico 2, se puede afirmar que los adolescentes representan el grupo etario con el índice más alto en consumo de Internet en Venezuela. Sin embargo, en el gráfico 3, se puede evidenciar una marcada diferencia con las edades entre 17 y 19 años, sin embargo esto

no indica necesariamente que estas edades no usen la web comúnmente. Aunque el grupo etario más numeroso es de 12 a 17 años, las muestras para edades superiores no fueron tan significativas como para hacer comparaciones con validez.

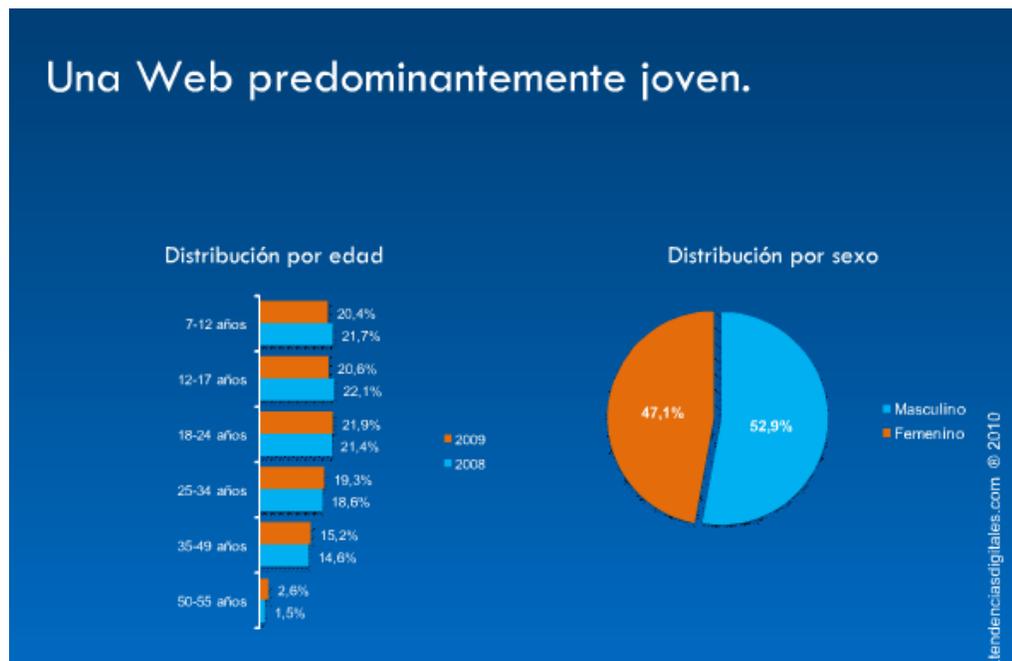


Gráfico 2. Estadísticas de Tendencias Digitales para distribución por edad y sexo

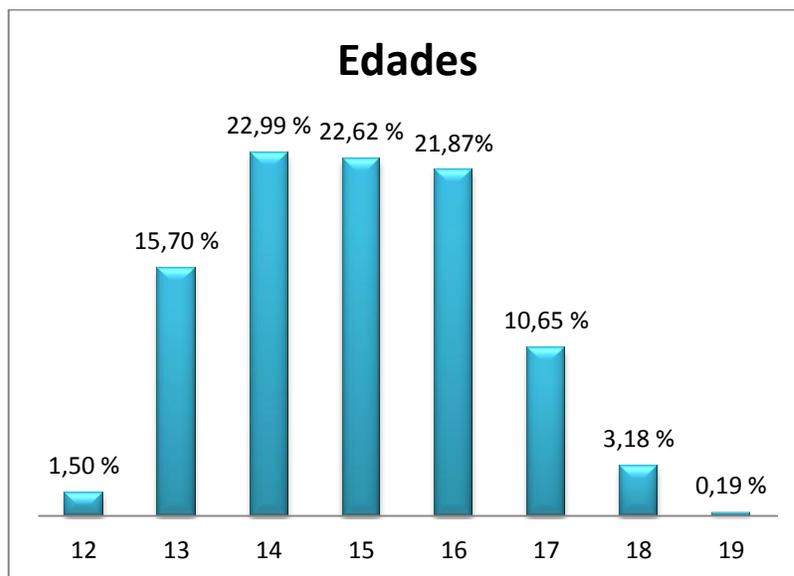


Gráfico 3. Distribución por edades de los jóvenes encuestados en la investigación

Por otro lado, la distribución por sexo es muy equilibrada, de acuerdo al gráfico 4, el 48% de la muestra pertenece al sexo masculino, mientras que el 52% pertenece al sexo femenino. En líneas generales, esta variable no indica un factor de distinción para los resultados, sin embargo habrá que cruzarlo con otras variables para determinar si efectivamente resaltan diferencias distintivas.

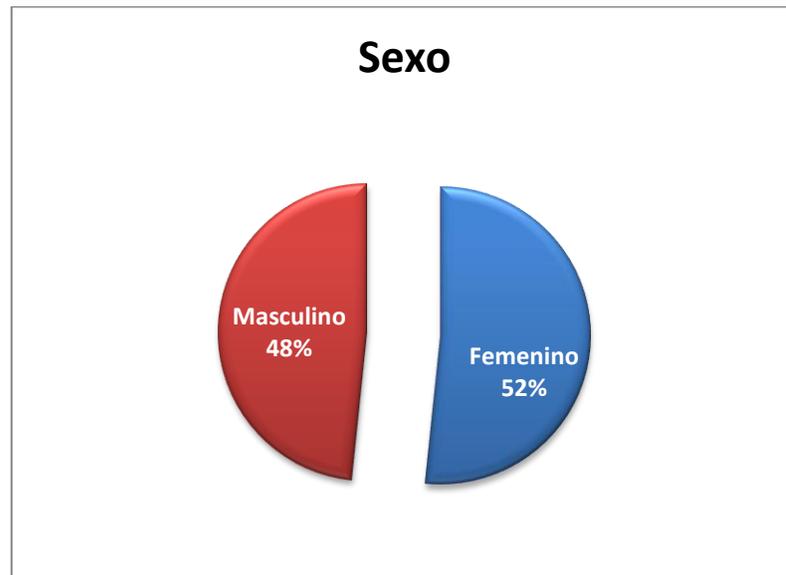


Gráfico 4. Distribución por sexo de los jóvenes encuestados en la investigación

Por otra parte, declaran ser usuarios de Internet un 95,8% del total de los encuestados. Lo interesante de este estudio se percibe en la distribución casi homogénea de la frecuencia de conexión a Internet que presentan los jóvenes encuestados en liceos de zonas populares de Caracas: 31,2% de los adolescentes se conectan a Internet sólo una (1) vez a la semana, el 34,7% de los jóvenes lo hacen entre dos (2) y cinco (5) veces por semana, el 29,9% de los estudiantes se conectan más de cinco (5) veces y únicamente un 2,06% de la población encuestada manifiesta no conectarse nunca a Internet. Esto nos indica que existe un índice de penetración casi total en esta población encuestada (ver gráfico 5)

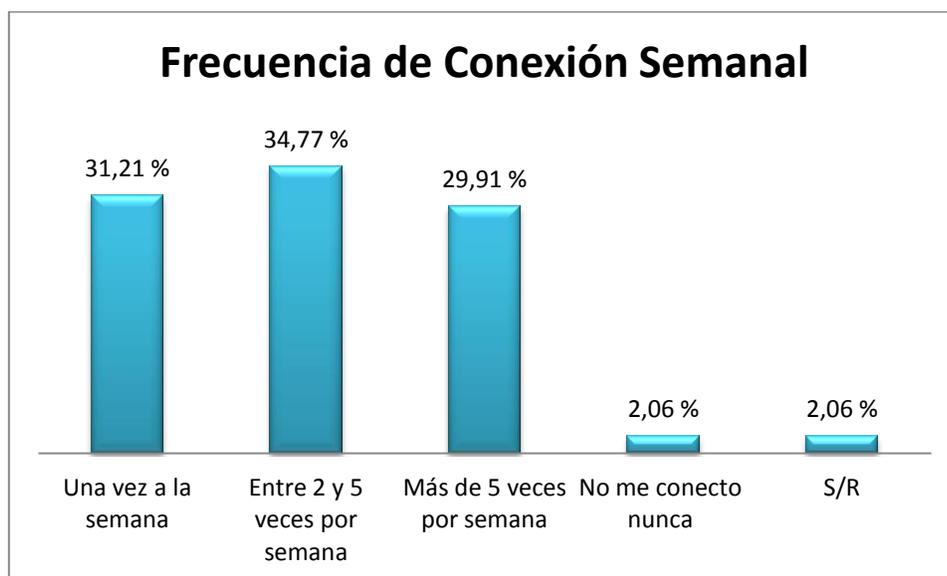


Gráfico 5. Distribución por Frecuencia de Conexión de los jóvenes encuestados en la investigación

Ahora bien, el lugar más frecuente de conexión es desde la casa, representado por un significativo 70,3% de los jóvenes. El resto de los porcentajes no llega si quiera a la mitad de esta valoración; lo que indica que la gran mayoría de los usuarios tienen la posibilidad de conectarse desde el hogar. Sorpresivamente, el segundo lugar con mayor porcentaje de conexión vendría a ser los cibercafé, con 31,8%; éstos son espacios públicos pagos destinados al uso libre de Internet donde usualmente los usuarios recurren por un tiempo limitado de horas; comúnmente se suele afirmar que estos centros de conexión poseen baja velocidad de navegación, razón por la que el uso de ellos podría ser para buscar informaciones específicas o para jugar videojuegos que ameritan conexión a Internet, y no como un lugar para navegar ilimitadamente.

Se hace referencia a la sorpresa que implica que los cibercafé estén en el segundo lugar de conexión, ya que para el año 2009, de acuerdo con la encuestadora Tendencias Digitales (2010) los hogares conformaban el segundo lugar de conexión y el de mayor crecimiento, indicando para entonces que la mayoría se sigue conectando desde los cibercafé. Esto podría ser un indicativo que explica que la conexión de Internet desde la casa ha aumentado, bien sea por disminución del costo mensual del pago de la tarifa por el servicio a las compañías de telefonía venezolana o porque estar conectado a Internet se considera prioritario en las zonas populares (conformada sobretodo en esta investigación por el estrato social D) de Caracas.

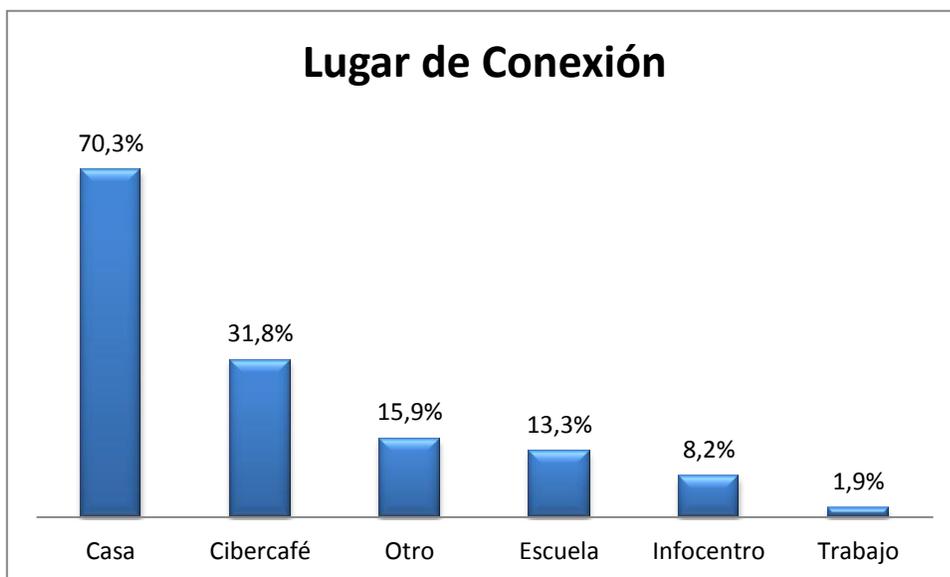


Gráfico 6. Distribución por Lugar de Conexión de los jóvenes encuestados en la investigación

De acuerdo a este mismo estudio desarrollado por Tendencias Digitales (2010), para el año 2009 el estrato D es el más numeroso en Internet, representado por el 37% de los usuarios venezolanos. A su vez, 65% de los usuarios venezolanos son pertenecientes a los estratos D y E. Este dato indica que las personas que no se conectan a Internet parecen no hacerlo por motivos personales, mas que por razones económicas o de falta de acceso físico.

Si comparamos estos datos con un estudio desarrollado por Urresti (2008, p.34) en Argentina, Venezuela tiene un índice de penetración en las zonas populares pronunciadamente mayor que Argentina. Mientras que, como ya mencionamos, Venezuela goza de una penetración en los estratos D y E del 65% de la población, en Argentina únicamente, para estos estratos, el 28,2% se conecta.

Tabla 4.

Cruce en Lugar de Conexión y Frecuencia de Conexión

	Una vez a la semana	Entre 2 y 5 veces por semana	Más de 5 veces por semana
Escuela	31	29	11
Casa	74	139	154
CiberCafe	59	65	35
Trabajo	7	0	3
Infocentro	24	15	3
Otro	32	32	18

Bien sea por ser considerado Internet como una prioridad o sea por consumo cultural producto de un materialismo simbólico que indique poder o superioridad social entre los pares, los jóvenes se conectan libremente desde sus hogares. Pero ¿qué sucede con la escuela? Está ubicado en la cuarta posición en el lugar de conexión de los jóvenes, representado únicamente por un 13,3%. De quinientas treinta y cinco (535) personas encuestadas sólo 71 lo hacen desde su escuela. Esto denota, en primer lugar, una escasez en el presupuesto asignado a las escuelas para invertir en proyectos de abastecimiento tecnológico; bien sea por la ausencia de recursos económicos por parte del Estado (en el caso de escuelas públicas) o de los liceos privados por obtener equipos para laboratorios informáticos; y en segundo lugar, debilidad en la inversión de capital y humana para formar adecuadamente a los docentes sobre el uso pedagógico de las nuevas tecnologías y cómo enseñar a sus estudiantes a utilizar conscientemente Internet.

Ahora bien, la tabla 3 indica en términos de frecuencia de datos, la relación que existe entre el lugar de conexión de los jóvenes y la frecuencia de conexión de los mismos. Como es de esperar, la mayor proporción está señalada en los adolescentes que se conectan desde casa lo hacen mayormente más de cinco (5) veces por semana, simbolizando el porcentaje más alto de uso de Internet.

Por otra parte, el uso de las computadoras, los programas de Internet entre los jóvenes está básicamente vinculado con la recreación y la comunicación en primer lugar, y recién después con lo que podría ser considerado educativo o propio de la escuela. Los jóvenes utilizan las computadoras para interactuar y comunicarse, para luego buscar información vinculada con la escuela y la educación.

Respecto a los usos específicos la distribución es bastante desigual: el 75,3% utiliza la web como herramienta de comunicación instantánea, utilizan programa como *Messenger* y *Facebook* para comunicarse con personas conocidas y desconocidas. Chatear complementa la comunicación interpersonal, además que facilita el proceso de comunicación entre los adolescentes al desinhibirlos ya que no deben hablar personalmente, brindándole la posibilidad de imaginar y recrear su propia identidad.

En segundo y tercer lugar encontramos que los jóvenes estudian (68%) y buscan información para sus clases (60,8%), representado por porcentajes altos que indican que aparentemente sí existen usos educativos de Internet. Sin embargo, lo que llama la atención es cómo estudian estos adolescentes a través de Internet y qué información consideran importante para seleccionar y entregar en la escuela.

A simple vista, se denota que efectivamente sí existen intenciones por parte del sector educativo en incorporar estas nuevas herramientas en el proceso de enseñanza-aprendizaje (una manera de medirlo es a través de los presupuestos asignados por los organismos públicos correspondientes), sin embargo, aún no queda claro si los estudiantes entienden y decodifican adecuadamente esta información para la futura comprensión de la misma; o, si por el contrario, sólo buscan y realizan lo que se conoce como “copy paste”, que significa que sólo identifican dentro de la inmensa variedad de opciones de búsqueda la primera página que les arroje información, la copian y la pegan en un documento de procesador de palabras, sin dedicarle tiempo y esfuerzo a la comprensión del mismo, sino sólo por cumplir con la asignación de la escuela (ver gráfico 7).

Sin duda, se puede afirmar que para estos jóvenes Internet representa unas de las principales fuentes de información. Con la aparición de Internet, el uso de libros quedó relegado a un segundo plano. Es importante señalar que estos jóvenes son parte de una generación, que a diferencia de sus padres, poseen un procesamiento de información sumamente veloz. Esto no habla de solidez reflexiva, como se ejemplificó anteriormente, sino de la rapidez y velocidad de respuesta.

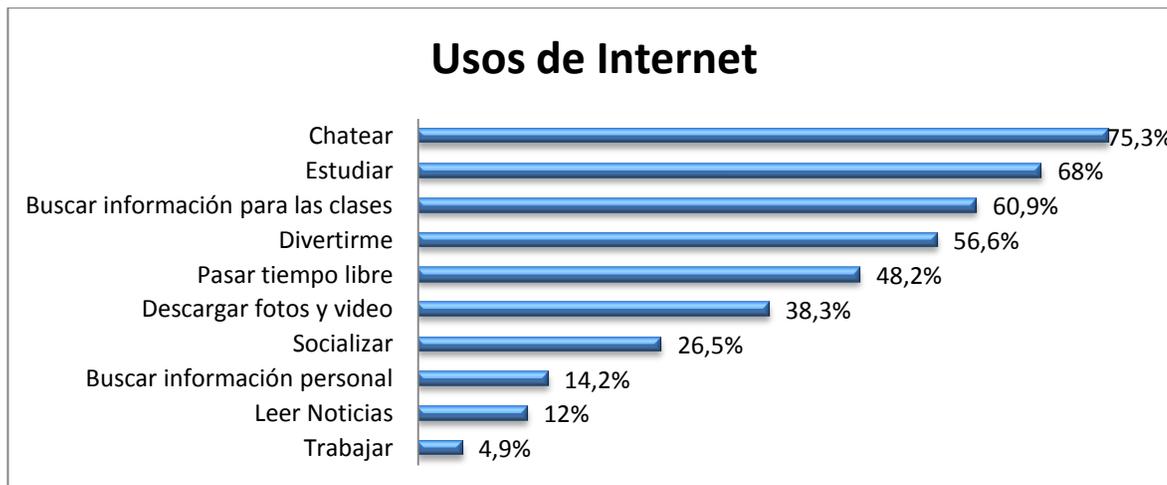


Gráfico 7. Usos de Internet por los jóvenes

Dentro de las páginas web más utilizadas por los adolescentes se ubican dos, pertenecientes a las compañías que manejan gran parte del mercado global actual: *Facebook* y *Google*. El 89,35% de los jóvenes manifiestan conectarse a Internet regularmente para visitar *Facebook*, que es una Red Social donde se puede intercambiar fotos, comentarios, aplicaciones, tener amigos nuevos, en fin, recrear un mundo virtual paralelo a la vida real de los chicos. Se tiende a generalizar que todas las redes sociales son utilizadas por los jóvenes, sin embargo, se puede evidenciar

que únicamente 17,38% utiliza *Twitter*. Esta aplicación parece ser mayormente utilizada para personas que tienen conexión permanente desde sus teléfonos inteligentes.

En segundo lugar se encuentra *Google*, como página web más utilizada por los jóvenes. Este buscador es el más conocido mundialmente, debido a su facilidad de búsqueda y la multiplicidad de respuestas que brinda. Para mucho jóvenes que tienen asignaciones de la escuela es indistinto en qué página encuentran la información (bien sea *Wikipedia*, periódicos, revistas digitales, etc), pero lo que sí es importante es saber que en la barra del buscador *Google* ellos pueden introducir cualquier tema y encontrarán ahí lo que están buscando (ver gráfico 8).

En una pregunta abierta contenida en el cuestionario de esta investigación, se indagó sobre qué otras páginas visitaban usualmente, ellos indicaron que visitaban con alta frecuencia *YouTube*. Éste es un portal que aloja videos musicales, videos caseros, videos anecdóticos, que lo pueden “subir a la nube” (expresión utilizada para indicar que la información está guardada en Internet) cualquier persona que esté registrada de forma gratuita a este programa, para ser visitada y observada libremente por cualquier usuario.

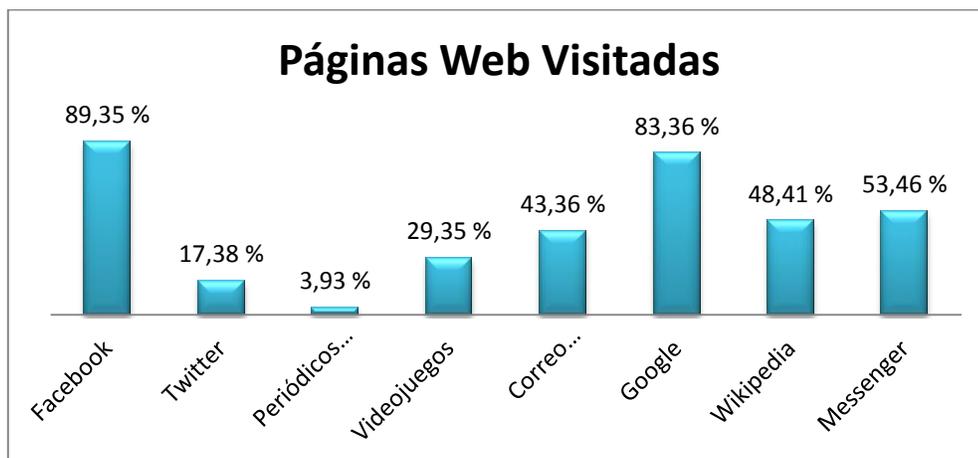


Gráfico 8. Distribución de Páginas Web visitadas por los jóvenes

No cabe duda que entre los dos primeros usos que le otorgan los jóvenes a Internet está la diversión y la búsqueda de información para clases. Dentro de la diversión incluyen chatear, descargar fotos y videos y jugar con los videojuegos. Aunque no existe mucha distinción entre las páginas visitadas y el sexo de los jóvenes, sí se evidencia cierta diferencia entre las funciones lúdicas y de comunicación de Internet. Los hombres lo utilizan mayormente para los videojuegos, mientras que las mujeres lo emplean mayormente para comunicarse y para tareas relacionadas con la escuela. (ver gráfico 9)

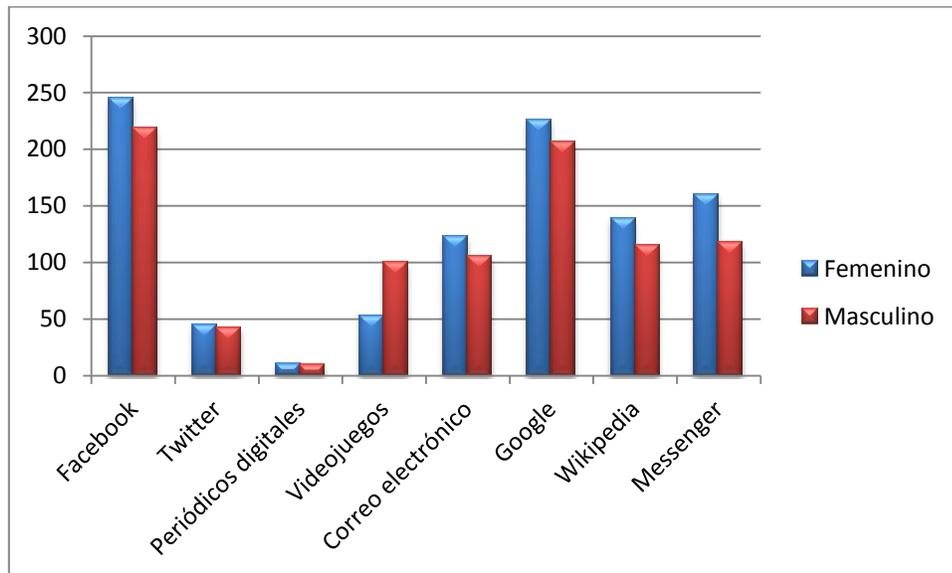


Gráfico 9. Cruce entre Sexo y Páginas Web visitadas

14. Reconocimiento de valores ciudadanos en Internet

La tolerancia, el cuidado de los espacios públicos, la participación, la honestidad, el diálogo y la hospitalidad, son valores ciudadanos que no son ampliamente reconocidos en Internet por los jóvenes. Al obtener el promedio de los valores que efectivamente son reconocidos por los estudiantes encuestados, se encontró que únicamente una tercera parte de los indicadores que definen a los seis valores ciudadanos analizados fueron reconocidos por estos adolescentes.

Esta cifra muestra cómo de doce (12) indicadores sólo cuatro (4) fueron reconocidos; quedando dos terceras partes de los indicadores sin ser reconocidos por los estudiantes en las páginas de Internet que frecuentan (ver gráfico 10).

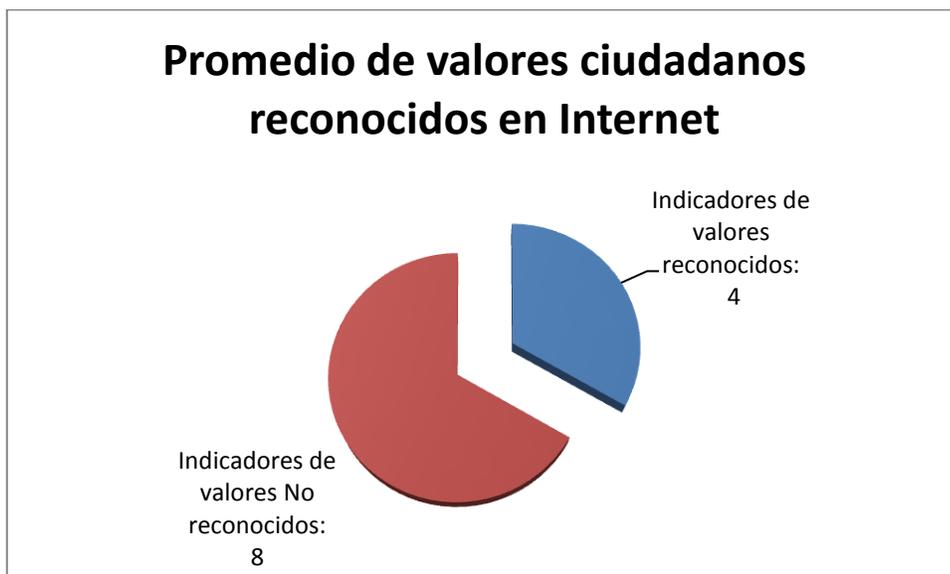


Gráfico 10. Promedio de valores ciudadanos reconocidos en Internet

La reflexión de estos resultados sugiere que Internet es un medio de comunicación, que no publica tácitamente contenidos (bien sea textuales o multimedia) relacionados con valores ciudadanos, por ello no hay una clara percepción y reconocimiento de los mismos por sus usuarios en edad adolescente. Si bien es cierto que Internet, es una herramienta para fomentar la participación a través de, sobretudo, la Web 2.0 que se caracteriza por la bidireccionalidad de sus mensajes, esto no es suficiente como para afirmar que Internet es *per se* un medio de transmisión de valores. Sino que una de las infinitas utilidades que tiene es estimular la participación y el diálogo entre sus usuarios; lo que vendría a ser más una función que un objetivo en sí mismo.

Existe una profunda diferencia entre la utilidad ciudadana del medio y lo que contiene y transmite el medio en sí. Actualmente hacen vida pública, tanto físicamente como en la red, diversas Organizaciones No Gubernamentales dedicadas al uso de Internet como vehículo para construir

en forma práctica la ciudadanía social, utilizando como plataforma las herramientas de la web 2.0 (como Blogs, *Facebook*, *Twitter*, *Google*, *Foursquare*, *Picassa*, entre muchas otras); sin embargo esta es una de las tantas utilidades que se da a las diversas aplicaciones que ofrece Internet.

Ahora bien, su uso para la construcción ciudadana está en su totalidad desarrollado y utilizado por personas adultas, quienes en términos generales, tienen una clara identidad personal y profesional que permite la dedicación consciente y responsable a temas de ciudadanía. Mientras que, “la primera consideración que hay que tener en cuenta al hablar de los valores de los adolescentes es que éstos se encuentran en un proceso de maduración y aprenden, sobre todo, lo que viven y experimentan” (Medrano, 2007, p.387)

Las experiencias de los jóvenes en Internet se relacionan, principalmente, al entretenimiento por medio de los chats, la búsqueda de música, el uso de videojuegos; representando éstos el campo de acción significativa para los jóvenes.

Esto expone que es el entretenimiento, principalmente, el que compone las vivencias y experiencias de los jóvenes, siendo las interrelaciones las que definirán el uso responsable que le asignará cada usuario a la red en edades adultas. Bien es cierto, que los adultos de hoy en día tuvieron una serie de experiencias completamente distintas a los jóvenes actuales. El Internet y el uso de las computadoras en general no conformaban unas de las primeras fuentes de entretenimiento en años anteriores.

A pesar de ser el entretenimiento el principal uso de Internet para los adolescentes, la búsqueda de información para cumplir con asignaciones de la escuela es también uno de los primordiales usos que le otorgan a la web (60,9%). Pero, la información encontrada en ella contiene escasos contenidos en valores ciudadanos, por lo que no se podría afirmar que existe una real formación en valores desde las páginas visitadas por los jóvenes.

Por su lado, la escuela juega un papel muy importante en el uso responsable de Internet por parte de sus estudiantes. En la actualidad, pese a que se han llevado a cabo múltiples actividades para incluir las tecnologías en las escuelas, estos esfuerzos no han sido suficientes como para ir a la par de las demandas sociales de Internet.

El eje de formación en tecnologías predominante en las escuelas, es sencillamente su uso como una herramienta básica para la búsqueda de información relacionada con los contenidos programáticos asignados por el Currículo Básico Nacional. Es por ello que la visita formal o educativa que hacen los jóvenes a Internet está sesgada a la búsqueda de información sin procesamiento mayor al tema (y aún menos a la identificación de valores). Lo que ocurre es que los jóvenes identifican el tema, observan muy superficialmente que la información contenida es similar a la solicitada por la maestra y la toman para responder a la asignación.

Para ello, utilizan motores de búsqueda como *Google* (83,36%) como primera opción, y al encontrar la información sobre el tema que están buscando se conforman y finalizan su búsqueda.

En la mayoría de los casos, hasta aquí llega la intervención de la escuela en materia del uso de las tecnologías. Es por ello que, las instituciones educativas (tanto en etapa primaria y secundaria) deberían

ampliar su campo de acción y formación para las TIC's, y sobretodo cambiar de estrategias de enseñanza para formar seres conocedores, críticos y conscientes de la multiplicidad de usos que tiene la web; al tiempo de enseñarles a realizar prácticas que cultiven acciones ciudadanas a través de Internet.

Por otra parte, los resultados individuales para el reconocimiento de cada valor ciudadano arrojaron porcentajes no muy dispares entre sí. El valor *cuido de los espacios públicos* fue el valor más reconocido entre los jóvenes, con un porcentaje del 56,4%. La *tolerancia* fue reconocida 51,8%. La *hospitalidad* 49,4%. El *diálogo* como estrategia para resolver conflictos fue reconocido sólo 48,2%. La *participación* 36,6%. Y, por último, la *justicia social* fue el valor menos reconocido por los adolescentes en Internet, con un porcentaje de 30,5% (ver gráfico 11).

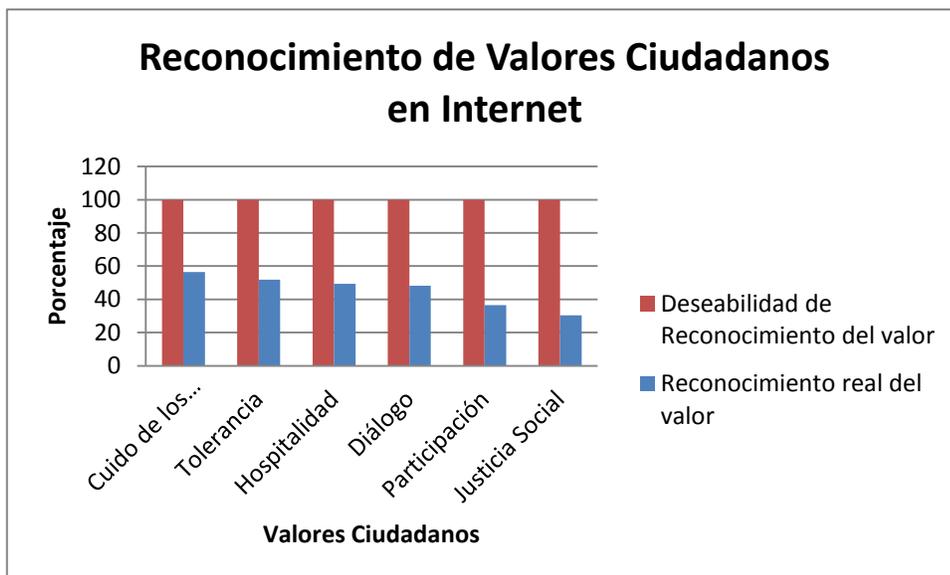


Gráfico 11. Reconocimiento de valores ciudadanos en Internet

El cuidado de los espacios públicos parece tener en la actualidad mayor relevancia en el ámbito de los medios masivos de comunicación. Como se mencionó, este fue el valor mayormente identificado por los jóvenes con un 56,4%, que implica un poco más de la mitad de la muestra tomada. Quizá esto pueda deberse a las campañas mediáticas que han surgido en los últimos cinco años, destinados a orientar a la población sobre cómo disminuir las consecuencias originadas por el descuido del medio ambiente.

En Venezuela, por ejemplo, se han llevado a cabo iniciativas para mitigar los daños que ocasiona el calentamiento global en el planeta, como es el caso de Banco de Venezuela Grupo Santander, quienes durante el año 2010 desarrollaron una estrategia publicitaria que constaba de la transmisión de varios comerciales televisivos presentados por artistas venezolanos reconocidos, como parte de su programa de Responsabilidad Social Empresarial. De igual forma, el Grupo Santander afianzó alianzas con organizaciones como Empresas Polar y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, para generar programas de responsabilidad social destinados a brindar información a la población sobre formas efectivas de disminuir los daños al medio ambiente.

Si atendemos este argumento, se puede afirmar que el reconocimiento de este valor se debe a las frecuentes y variadas publicaciones con contenidos relacionados con el medio ambiente y el cuidado del mismo; lo que conlleva directamente a afirmar que en la actualidad exista un grupo mayoritario de personas informadas y conocedoras sobre el significado de este valor.

Además de la participación de los medios de comunicación de masas como ente que informa a la población, la escuela también influye altamente en la enseñanza del valor *cuidado de los espacios públicos*; dado que este tipo

de contenidos están incluidos dentro de Currículo Básico Nacional, que es el documento formal creado por el Ministerio de Educación para regular los contenidos de enseñanza en las escuelas venezolanas adscritas a él.

El alto reconocimiento del valor *cuido de los espacios públicos* presupone pensar, entre otras variables, que los jóvenes poseen un mayor dominio de información sobre este valor. Mientras que, el valor *justicia social*, siendo el menos observado por los estudiantes con sólo 30,5% de reconocimiento, conlleva a reflexionar sobre la magnitud del desconocimiento de valores tan importantes para las interrelaciones humanas. A simple vista, de acuerdo con los datos obtenidos y con la realidad social que actualmente vive Venezuela, se demuestra que los resultados teóricos obtenidos en esta investigación son similares a la realidad que se circunscribe en la capital venezolana. No escapa de la experiencia de cada venezolano, estar expuesto y ser protagonista de situaciones donde se vea atentada la integridad moral a causa de injusticias sociales. Específicamente, son casos comunes el desamparo social, la poca regulación y control de los organismos de seguridad del país, el alto nivel de corrupción impune, entre muchas otras situaciones que definen las injusticias sociales del país.

Ahora, una de las posibles causas que provocan acciones que atentan contra la justicia social, es el poco dominio del significado de este valor. O, por otro lado, puede deberse a que la realidad hostil de los barrios de Caracas invite, casi obligatoriamente, a las generaciones jóvenes a adoptar comportamientos que son moralmente incorrectos. Zambrano (2009) muestra en su documental de cine la realidad social latente en diversos barrios de Caracas a través de testimonios realizados por líderes de la comunidad; resaltando dentro de él cómo la violencia ha sido el factor generador de cambios en los valores humanos de sus habitantes, al hacer que la

generación de jóvenes actuales se vean inmersos dentro de un contexto ambiental donde prevalece el instinto de adaptación al lugar.

Sin embargo, cuando se vive dentro del barrio, donde la presencia de autoridades sólo aparece con la luz solar (ya que en las noches las autoridades se ausentan, incluso justificado por integridad propia) y son los mismos jóvenes quienes toman las armas para hacer “justicia” dentro del barrio, autoproclamándose en norma y ley que rige la vida social en esa localidad, en el que el respeto por la vida no existe y la muerte por homicidios crece desmedidamente (Paullier, 2011); entonces estamos ante la presencia de un concepto de justicia drásticamente diferente al que se enseña comúnmente en las escuelas y por el que se rigen los sistemas políticos, educativos, sociales, religiosos.

En un intento por ser esperanzador, se puede retomar la idea del desconocimiento del significado de estos valores ciudadanos y por ende, se reduce significativamente la posibilidad de reconocimiento de los mismos. De acuerdo a Baeza y Sandoval (2007), los valores mayormente reconocidos por los jóvenes son los personales, aquellos que tienen que ver con la familia, el futuro y los estudios, es decir que los afectan directamente. Mientras que los valores sociales, como la política y la ciudadanía no tienen mayor importancia. Lo anterior habla de una juventud más volcada hacia los espacios privados y la realización personal, más que a causas colectivas que involucren al país, a la religión y en particular a la ciudadanía.

Lipovetsky (1986) sostiene la tesis sobre el vacío humano generado a través del consumo masificado y la alienación cultural; considerando que el universo de los objetos, de las imágenes, de la información y de los valores sociales han generado una nueva forma de control de comportamientos, de las creencias, roles y de imprecisión en la esfera privada; en otras palabras,

una nueva fase de la historia definida por el individualismo. Por un lado, esta tesis remite a la fractura de la socialización establecida a través de los años; pero positivamente “corresponde a la elaboración de una sociedad flexible basada en la información y en la estimulación de las necesidades”(p.6)

Por otra parte, de acuerdo con la teoría de la recepción (Orozco, 1996), los adolescentes no perciben los mensajes como “pizarras en blanco” susceptibles de cualquier manipulación, sino que los interpretan a partir de sus prejuicios, valores, maneras de pensar, etc. Es decir, se produce una mediación que al entrar en contacto con los propios contenidos de Internet pueden generar aceptación, indiferencia o rechazo. En este caso, los adolescentes tienden a reconocer los valores que previamente conocen y comprenden dentro de sus experiencias de vida particulares.

Por ello, otra postura respecto de los resultados obtenidos es que, además de que Internet posee una baja publicación de contenidos relacionados con valores ciudadanos, las instituciones sociales responsables de la formación del individuo (llámense escuela, organismos públicos, líderes políticos, medios de comunicación) dedican poca atención a la enseñanza en valores para la ciudadanía, por consecuencia directa los jóvenes, sobre todo aquellos que están en situación desprotegida, no tienen afianzado estos conocimientos dentro de sus sistema de pensamiento, que aunado a la realidad social en la que viven dentro de los barrios provocan acciones que destituyen la justicia social como un valor reconocido y practicado.

15. Prácticas ciudadanas de adolescentes que habitan en comunidades populares de Caracas

Aún cuando las prácticas ciudadanas son mayores al reconocimiento de valores ciudadanos en Internet, en términos proporcionales, la relación que guardan ambas variables poseen el mismo orden de posición, mas sin embargo existen profundas diferencias en términos de valor numérico o de apropiación del valor por parte de los jóvenes, bien sea para reconocerlo o para practicarlo.

Tabla 5.

Tabla Comparativa entre el Reconocimiento de Valores Ciudadanos en Internet y la Práctica de los mismos

	Reconocimiento en Internet (%)	Prácticas (%)
Cuido de los espacios públicos	56,4	74,1
Hospitalidad	49,4	73,8
Tolerancia	51,8	71,0
Diálogo	48,2	70,1
Participación	36,6	53,9
Justicia Social	30,5	57,7

En otras palabras, las cifras contenidas en la tabla anterior, manifiestan de qué forma se jerarquizan tanto el reconocimiento como la práctica de los valores ciudadanos. Si se analiza el valor cuidado de los espacios públicos, se evidencia que éste es el mayormente reconocido y practicado por los jóvenes. Probablemente el motivo de este resultado se

deba, en parte, a lo explicado en el apartado anterior (sobre reconocimiento de valores en Internet), donde se describe que las instituciones sociales actuales (educación, política, salud, entre otras) en los últimos años han dedicado esfuerzos significativos por mitigar los efectos que produce la era industrial y sus consecuencias en el medio ambiente.⁶

Se han utilizado estrategias conceptuales y actitudinales que han generado resultados positivos en la población. Estrategias conceptuales referidas, en su gran parte, al manejo teórico de conceptos relacionados con el medio ambiente; y estrategias actitudinales, que definirán las actitudes y comportamientos de las personas frente a situaciones que involucren cuidar el ambiente. Ahora bien, estas estrategias han sido abordadas por organismos formales (escuela, organizaciones políticas, organizaciones no gubernamentales, familia, religión, radio y televisión), pero aún no se ha incluido acertadamente las tecnologías en la propagación de mensajes que formen a la población en valores ciudadanos. Con mayor profundidad se abordará este argumento en siguiente apartado: incidencia de Internet en los valores ciudadanos.

Aunque, en la tabla se aprecia que el cuidado de los espacios públicos se practica en un 74,1% (que en términos estadísticos significa un alto valor de aparición de dicha variable) se genera una duda en cuanto a la relación entre los resultados aquí expuestos y lo que compone la realidad social verdadera del país para esta época.

Para intentar darle respuesta a esta duda, se hace necesario explicitar cuales fueron los ítems con los que se evaluó el cuidado de los espacios públicos:

⁶ Para ampliar esta información ir a la página 80.

Indicador 1: Poner la basura en papeleras o bolsas para mantener limpia mi comunidad.

Indicador 2: No romper o rayar los asientos de los autobuses.

Indicador 3: Colaborar con actividades del liceo que tengan como objetivo mejorar los espacios públicos de la comunidad: limpiar calles, pintar paredes, sembrar árboles, etc.

Ahora bien, cada uno de estos indicadores habrá que medirlos por dos preguntas: ¿quién promueve esas acciones? Y ¿cuáles de estas acciones generan políticas públicas que generalicen estos comportamientos en la comunidad?

En Venezuela, *el indicador 1* generalmente es promovido por la escuela y por la familia. Reforzando positivamente a niños y jóvenes que actúen cónsono a lo esperado por dicho valor. Sin embargo cuando ocurre lo contrario, por ejemplo un niño o adolescente arroja basura a la calle, éste no es corregido ni reforzado para modificar esa conducta en miras del bienestar social. Además, en Caracas (como en otras ciudades capitales del mundo) existe un problema de mayor índole de gravedad; el servicio de recolección de basura no funciona satisfactoriamente,

...los municipios no tienen planta de transferencia, solo existe un relleno sanitario para la disposición final, no hay donde llevar escombros, las tarifas están congeladas desde hace 8 años, la polarización política debilita los criterios técnicos, no hay campañas institucionales en esta materia, no hay programas de reciclaje, no existe buen entendimiento entre

las alcaldías y las empresas recolectoras, no hay personal preparado, las cuadrillas de limpieza se forman con personas sin preparación y con equipos insuficientes... (BRASSESCO, 2011).

Si esta situación se da regularmente en las carreteras marcadas dentro de la organización vial de Caracas, se deja entredicho cómo puede llegar a ser el nivel de retraso en la recolección de basura dentro de los barrios caraqueños, siendo éstos asentamientos desorganizados, improvisados e improvisados de la ciudad. La acumulación de basura en estas comunidades ha representado, desde hace ya varios años un problema importante que afrontar.

Para este indicador pareciera que el problema se intenta solucionar desde la población hacia el Estado y sus políticas públicas; cuando lo regular es que ocurra a la inversa. Sin embargo, los esfuerzos locales de la comunidad por generar acciones que solucionen el problema de la basura por importantes que son, no llegan a ser suficientemente representativas como para generar decisiones y acciones que arrojen exitosamente resultados positivos para mermar este conflicto.

El indicador 2, son acciones estimuladas sobre todo por las empresas de transporte público o privado, quienes son las encargadas de mantener en buen estado y en funcionamiento los autobuses, jeeps y vías subterráneas de acceso público. Efectivamente, algunas de estas empresas han desarrollado estrategias colectivas que permiten concientizar a la población en la conservación de las vías públicas y más aún, que cada usuario se

convierta en un ente participativo de conservación de las unidades de transporte.

El indicador 3, está estrechamente relacionado con la promoción del mismo desde el nicho escolar, su misma premisa lo indica. Ahora bien, aquí se podrían encontrar dos fuerzas que ejercen presión en la vida social dentro de la comunidad.

Por un lado, bien se ha estudiado y comprobado que la escuela es uno de los pilares fundamentales sobre los que se construyen los valores de una sociedad; es por ello que las acciones que se llevan a cabo dentro de las mismas pueden traspasar las paredes que delimitan el espacio físico sobre el que se ejerce la labor educativa. Esto quiere decir, en pocas palabras, que las iniciativas por cultivar el espacio público es una motivación generada desde las aulas de clase, pero que puede fomentar actividades colectivas para el bien común. En su contraparte, las escuelas solas no pueden asumir aisladamente la responsabilidad de limpiar las calles, pintar las paredes de la localidad, sembrar árboles.

¿De dónde saldrían los fondos económicos? ¿Del capital de grupos de familia que escasamente el dinero les alcanza para alimentarse? O más bien... ¿los fondos para comprar materiales como pintura, tierra, abono salen de las organizaciones de padres que están conformadas por estos mismos grupos de familia? ¿No debería ser acaso las alcaldías y los gobernadores quienes destinen una parte de su presupuesto para cuidar los espacios públicos?

Nuevamente se cae en la reflexión del *indicador 1*. Parece que la población, animada por estas instituciones practica el valor del cuidado de los espacios públicos, pero no hay programas sociales formales que apoyen

exitosamente estas iniciativas. Aunado a ello, predominan las prácticas negativas o escasa práctica de valores fundamentales para la convivencia, es el caso de la justicia social y la participación.

La tabla 4 muestra como la justicia y la participación ocupan el penúltimo y último lugar de práctica, respectivamente. Las implicaciones de evadir temas como la indiferencia hacia la inseguridad, permite que la ciudadanía se inhiba de promover actitudes solidarias hacia el prójimo, que incluso suelen llegar a coincidir o afectar a uno mismo. La falta de conciencia social, la falta de compromiso con la localidad, la escasez de motivación para enfrentar problemas en equipo hacen que, muchos de los problemas sociales no sean atendidos correctamente.

Una situación común que define el concepto de justicia social es esperar el turno para ser atendido o hacer la cola para tomar el autobús. De acuerdo a los resultados, únicamente el 57,7% de los jóvenes manifiesta actitudes que están vinculadas con estos comportamientos. Aunque este porcentaje supera la mitad de la población tomada, al igual que el valor participación, es necesario mayor reforzamiento desde todos los ámbitos de formación al ciudadano.

16. Incidencia de Internet en las prácticas ciudadanas

La metodología utilizada para medir el nivel de incidencia de Internet en la formación de valores ciudadanos, constó de varios pasos. En primer lugar, se realizó un cruce de variables que contabiliza las diversas combinaciones entre las opciones de respuesta para cada indicador de la variable *Reconocimiento de los valores ciudadanos (V2)* con cada indicador

de la variable *Práctica de valores ciudadanos* (V3). Para hacer exhaustivo el estudio, se analizaron numéricamente las combinaciones: sí-sí, sí-no, no-sí, no-no. Sin embargo, para medir la incidencia de Internet en la formación de valores, se tomó en cuenta, únicamente, las respuestas afirmativas tanto para la V2 y como la V3; es decir, la sumatoria producto de los sujetos que hayan respondido “sí” en el reconocimiento de valores y que, de igual forma, hayan respondido “sí” en la práctica de ese mismo valor.

En la tabla 5, resaltado en color verde se muestran los valores numéricos que representan la sumatoria de las respuestas afirmativas para el valor Justicia Social. En las columnas superiores se ubican los dos (2) indicadores correspondiente a la variable *Reconocimiento de valores ciudadanos*. En las filas ubicadas al lado izquierdo del cuadro se encuentran los tres (3) indicadores que definen las *Prácticas de los valores ciudadanos* para la justicia social.

Tabla 6.

Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Sumatoria de Respuestas Afirmativas para el Valor Justicia Social

JUSTICIA SOCIAL			RECONOCIMIENTO			
			1. Medios oficiales u organizaciones no gubernamentales para denunciar malos comportamientos (JS)		12. Respuesta oportuna de organismos públicos (JS)	
			SI	NO	SI	NO
PRÁCTICAS	5. Saber que no debe importarme cuando veo que están robando a un compañero (JS)	SI	80	216	99	189
		NO	52	135	73	108
	7. Hacer la cola para tomar el jeep o autobús (JS)	SI	112	266	141	229
		NO	20	92	33	77
	13. Avisar a la policía cuando ves a dos personas peleando en la calle (JS)	SI	67	157	104	118
		NO	64	204	73	186

De la población muestral total, ochenta (80) personas coinciden en afirmar que, por un lado, reconocen en Internet la aparición de medios oficiales u organizaciones no gubernamentales para denunciar malos comportamientos y, al mismo tiempo, afirman saber que debe importarles cuando ven que están robando a un compañero.

Es muy importante señalar que, existen varios indicadores tanto para la V2 como para la V3, que están redactados en forma negativa. Para proceder con el análisis de datos, se invirtieron las respuestas de positivo a negativo y viceversa. Por ejemplo, para el indicador de las prácticas del valor justicia social: “Saber que no debe importarme cuando veo que están

robando a un compañero”; la respuesta esperada es que el sujeto responda “no”, es decir, que efectivamente sí le importe cuando algún compañero es robado. Ahora bien, para estos indicadores redactados en negativo se cambiaron las respuestas “sí” por “no” y “no” por “sí”, para que de esta forma se unificara el criterio de sumatoria y procesamiento cuantitativo de los datos. Es por ello que al ver premisas redactadas en negativo donde se suman las respuestas afirmativas, éstas se refieren realmente a aquellas donde las personas reconocieron que eso no era correcto, es decir, que respondieron “no”.

Luego de unificar los criterios de respuesta y de hacer la sumatoria correspondiente al cruce de cada indicador de la V2 con los indicadores de la V3, se realiza un promedio entre todas las respuesta “sí-sí” por cada valor. Obteniendo para la justicia social un promedio de 100 personas que afirman, en general, reconocer valores en Internet para después practicarlos. En la tabla 6, se muestra la distribución de los promedios de acuerdo a todas las combinaciones posibles de respuesta.

Tabla 7.

Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Distribución de Promedios de Acuerdo a Todas las Combinaciones de Respuesta para las Variables Reconocimiento y Práctica de Valores Ciudadanos

Valor: Justicia Social

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRÁCTICAS	SI	100,5	195,8
	NO	52,5	133,7

A partir de los promedios de la tabla anterior se procede a calcular los porcentajes que representan dichas distribuciones. Para calcularlo se divide la media de cada combinación entre quinientos treinta y cinco (535) que representa el total de la muestra tomada; para luego obtener el porcentaje de incidencia de Internet en la formación de valores ciudadanos (ver tabla 7). Es importante señalar que para este capítulo sólo se muestra el procedimiento seguido para el valor justicia social, sin embargo el anexo D se puede encontrar los datos para cada uno de los valores.

Tabla 8.

Procedimiento para Medir la Incidencia de Internet en la Formación de Valores Ciudadanos: Porcentaje de Promedios de Acuerdo a Todas las Combinaciones de Respuesta para las Variables Reconocimiento y Práctica de Valores Ciudadanos

Valor: Justicia Social

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRÁCTICAS	SI	19%	37%
	NO	10%	25%

Este mismo procedimiento fue utilizado para analizar cada uno de los valores ciudadanos escogidos en esta investigación, originando con ello la distribución que se muestra en el gráfico 12, donde se indica el porcentaje de incidencia para cada valor.



Gráfico 12. Índice de Internet en la formación de valores ciudadanos

El valor que mayormente tiene incidencia es el *cuido de los espacios públicos*, que de igual forma es el más reconocido en Internet y el más practicado por los jóvenes. Con 45% de incidencia, este valor es considerado de vasta importancia para los jóvenes. Esto puede deberse a varias razones.

En primer lugar, los jóvenes tienen amplio conocimiento sobre este tema, ya que desde la escuela se imparten contenidos programáticos comunes para todas las instituciones educativas de Venezuela que contemplan la enseñanza del medio ambiente, su cuidado y efectos de la contaminación; en fin, existe todo un eje educativo que incorpora al ser humano en relación con su medio. Estos contenidos son enseñados en las escuelas desde los primeros grados de la educación básica hasta el último año del ciclo diversificado. No se hace difícil pensar que esta repetición de temas, enseñados con diversos niveles de dificultad, procuran que el alumno los aprehenda y los asuma para sí mismo.

En segundo lugar, además de que los jóvenes conocen e identifican el valor cuidado de los espacios públicos, existe otro factor que contribuye a la incidencia de Internet sobre el mismo; y es que, a pesar de que dentro del barrio la noción de cuidado del espacio público pueda ser estéticamente diferente al de la ciudad, las personas que habitan en estas comunidades son asiduas a ella de alguna forma, bien sea que trabajen, estudien o que se recreen dentro de la ciudad. Al estar en contacto directo con los estímulos ciudadanos, éstos son adquiridos y modelados casi involuntariamente por los jóvenes.

Lo que quiere decir que este valor no sólo se adquiere por vía electrónica, sino que existen otras entidades que completan la enseñanza del cuidado de los espacios. Como la familia, la escuela y los medios de comunicación.

Bandura, psicólogo del comportamiento humano, analiza la permanente y dinámica interacción entre el comportamiento y el ambiente que rodea a la persona (Infoamérica, 2011). Estudia la teoría cognitivo social o teoría del aprendizaje social, para analizar los efectos de los medios como instrumentos observados y para conocer los mecanismos de modelado social a partir de los medios.

Este autor argumenta que los medios de comunicación actúan sobre los procesos psicológicos de la persona en la medida que crean imágenes, representaciones, modelaciones de la realidad, por lo que, consecuentemente, producen o modifican las conductas y el mecanismo cognitivo que precede a las conductas. (Infoamérica, 2011).

De igual forma que los medios de comunicación social, la publicidad, los anuncios y las repeticiones constantes de normas, hacen que el

individuo, sobre todo en edades tempranas de la vida, modele comportamientos hasta hacerlos suyos. Y si además existen en los medios de comunicación social, personajes públicos que apoyan e incentivan el cuidado del espacio público, el efecto va a tener un mayor impacto en la población. En Venezuela, existen campañas representadas por actores de televisión que tienen como objetivo minimizar las consecuencias del calentamiento global en la tierra (como las ya mencionadas del Grupo Santander en el año 2009) por ende la detección y práctica de estos comportamientos serán más aceptados y ejecutados por los jóvenes.

En tercer lugar, las redes sociales actualmente están siendo utilizadas por diversas organizaciones para publicar sus campañas, actividades especiales, informaciones, reportajes, imágenes y videos que son de gran movilidad y visibilidad entre los jóvenes. Esto se ha convertido en la plataforma principal de muchas instituciones para dar a conocer sus gestiones (como es el caso del Proyecto Avila desarrollado por la Universidad Metropolitana o como la organización Green Peace presente en varios países del mundo, que destinan una cuenta de usuario en *Twitter* y *Facebook* para transmitir información relacionado con el tema); por ende, como las redes sociales son altamente utilizadas por los jóvenes, el mensaje de este valor se ve consolidado en los adolescentes por diversos estímulos.

Por otro lado, los valores *hospitalidad* y *la tolerancia* ocupan el segundo lugar de posicionamiento con un 39% de incidencia. El diálogo con un 37%. La participación con 24%. Y la justicia social con sólo 19% de incidencia de Internet en la formación de valores ciudadanos.

Llama profundamente la atención que la justicia social, siendo un valor tan nombrado por los medios de comunicación nacionales e internacionales, esté ubicado en el último lugar de incidencia de Internet sobre la formación

de valores en jóvenes. Son múltiples las instancias que recurren a este concepto para mencionar las precariedades sociales que hay con respecto a él.

Al introducir la palabra “justicia social” en el motor de búsqueda *Google*, lo primero que trae el sistema son innumerables noticias de distintas prensas mundiales que hacen mención a este concepto, no precisamente por su acertada aplicación en las políticas públicas, sino más bien todo lo contrario. En países de todos los continentes se discuten leyes sobre la incorporación de este valor en la vida pública, en la escuela, en las calles, en la juventud, en las empresas privadas, en las organizaciones de Estado; pero muy escasamente se encuentran artículos que publiquen hechos donde ocurra una positiva implantación de la justicia social; y muchos menos aún donde se maneje una definición universal e inequívoca que permita a todos los académicos, políticos, maestros, ecónomos, en fin, a la población en general, tener un concepto estandarizado que unifique acciones justas en aras de un mejoramiento social.

Nada más en Venezuela, para el mes de Agosto de 2011 se registraron, según el Observatorio Venezolano de Conflictividad quinientos dos (502) protestas de calle, donde el 31% de ellas representaban consignas relacionadas con la precariedad en la atención a temas relacionados con la justicia. La ciudadanía parece conocer el significado de justicia, o al menos atribuyen a él una gran cantidad de hechos sociales moralmente incorrectos que no cumplen con los principios de igualdad y sabiduría/pertinencia para resolver conflictos. Ahora bien, este tipo de publicación de contenidos sobre la justicia social en Internet se da únicamente en los periódicos. Se sabe que, de acuerdo a los datos que arrojan esta investigación, sólo el 12% de los estudiantes leen noticias a través de la web (ver gráfico 7 en la página 72).

No es de extrañar entonces que la incidencia sea del 19%; más bien vale la pena reflexionar sobre dos aspectos. El primero sería, de qué otras páginas de Internet los jóvenes se ven influenciados para formarse en valores. Y la segunda, aún más importante, es, ¿a qué calidad de información están los jóvenes expuestos en Internet cuando las noticias publicadas están cargadas de connotaciones negativas y conflictivas?, ¿qué tipo de ciudadano se está formando cuando en lugar de enseñar contenidos que muestren acciones modelables se encuentran publicaciones cargadas de antivalores sin ningún tratamiento moral?

Hasta ahora, Internet no ha sido usado como una vía potencial para educar en valores. Sin duda es un lugar de búsqueda de información, una magistral biblioteca virtual que se utiliza para mostrar contenidos, pero con muy poco espacio para la interpretación. La velocidad de información es tan acelerada y tan cambiante que los usuarios se convierten en víctimas del efecto *zapping*, donde existe gran variedad de programas, contenidos escolares e informaciones noticiosas, pero el usuario no ante tantos estímulos no tiene el tiempo y ni la disponibilidad horaria para profundizar en ellas; lo que genera que el usuario sólo vea lo que le interesa y no lo realmente importante para su formación, convirtiéndose en una búsqueda “a la carta”, es decir, que el joven busca sólo lo que está interesado en ver sin necesariamente encontrarse con contenidos ricos en valores.

Por otra parte, una lectura importante es que, a pesar de que el porcentaje promedio de incidencia de Internet como generador de valores ciudadanos en estudiantes que habitan en comunidades populares de Caracas sea de 33,8%, representando esta cifra un valor no tan bajo de incidencia; los datos indican que existe un mayor índice de *prácticas de los valores* que de *reconocimiento de los mismos en Internet*, lo que lleva a

afirmar que existen otras instituciones sociales como la familia, la religión, organizaciones comunitarias o la escuela , que apoyan y nutren con mayor porcentaje de incidencia en la formación de valores.

Por ejemplo, el valor hospitalidad es reconocido en Internet un 49,4%, pero practicado por los jóvenes un 73,8%. La diferencia entre las cifras indican que bien sea la familia u otras organizaciones sociales contribuyen y complementan en la formación de personas hospitalarias. Esto quiere decir que, potencialmente la familia es la principal responsable de la orientación hospitalaria de los hijos, enseñándoles la importancia de darle refugio a algún familiar que no tiene hogar, a tratar con amabilidad a los compañeros de nuevo ingreso al salón de clases. Internet apoya en la formación, sí, no hay duda de ello, sin embargo no es la principal vía para ello.

CONCLUSIONES

- En términos estadísticos, la hipótesis general del trabajo es aceptada. Existe una relación directa entre el uso de Internet y la constitución de valores ciudadanos en estudiantes que asisten a liceos ubicados en zonas populares de Caracas. De acuerdo a los resultados obtenidos a través del instrumento de recolección de datos, Internet incide en la formación en valores sobre el 33,8% de la población encuestada.
- En promedio general, únicamente cuatro (4) de doce (12) indicadores que definen el reconocimiento de valores ciudadanos en Internet son observados por los jóvenes que respondieron al instrumento de recolección de datos. Es decir, sólo una tercera parte de los indicadores fue reconocida por los estudiantes, quedando sin distinguir en Internet dos terceras partes de los indicadores.
- De los seis (6) valores ciudadanos analizados en la investigación, a saber: cuidado de los espacios públicos, participación, diálogo, justicia social, honestidad y hospitalidad; el valor con más alto índice de reconocimiento y práctica en los jóvenes encuestados en esta investigación es el cuidado de los espacios públicos, representado por un 56,4% de reconocimiento del valor en Internet y un 74,1% de práctica en los jóvenes. Esta diferencia en los porcentajes indica que existen otros factores independientes de Internet, como la familia y los medios de comunicación tradicional, que complementan la formación en valores de los jóvenes.

Por otra parte, la justicia social es el valor que, en promedio, ocupa el último lugar de reconocimiento y práctica de los valores ciudadanos. Un 30,5% de los estudiantes encuestados manifestaron reconocer este valor en Internet. Mientras que un 53,9% indicó que practica este valor usualmente.

- El valor con mayor incidencia de Internet en los jóvenes es el *cuido de los espacios públicos* con 45% de representación. La *hospitalidad y la tolerancia* ocupan el segundo lugar de posicionamiento con un 39% de incidencia. El diálogo con un 37% de incidencia. La participación con 24%. Y la justicia social con sólo 19% de incidencia de Internet en la formación de valores ciudadanos.
- Aunque el valor que representa el porcentaje de incidencia de Internet sobre la formación de valores ciudadanos no es despreciable, puesto que está representado por un 33,8% de la muestra; en esta investigación se considera que la familia, la escuela y los medios de comunicación tradicional (radio y televisión) siguen siendo los responsables directos de la formación en valores de los jóvenes; tomando Internet como un complemento hacia esta labor de educación integral.
- Las escuelas a pesar de que han hecho innumerables y bondadosos esfuerzos por incorporar las tecnologías dentro de las estrategias de aprendizaje para enseñar los contenidos exigidos en el Currículo Básico Nacional, aún necesita un mayor esfuerzo en encontrar actividades que fomenten el pensamiento crítico y reflexivo sobre los temas encontrados en la Web. Hasta ahora, el alcance logrado por la incorporación de Internet en las escuelas ha sido su utilidad como una

excelente herramienta para buscar información, sin embargo, sus aplicaciones éticas no han sido demostradas en esta investigación.

- Internet se muestra para los jóvenes principalmente como un espacio de entretenimiento, donde la práctica virtual es ejecutada dentro de la red social *Facebook*, en *Youtube* (página web que permite cargar y compartir videos) y en la utilización de los videojuegos. En segundo lugar, utilizan Internet como un sitio de búsqueda de información para cumplir con las asignaciones de la escuela.

RECOMENDACIONES

- Realizar cursos de formación a padres y docentes, donde el objetivo central del programa sea enseñar estrategias y actividades para el uso integral de Internet y que, de igual forma, se fomente el uso de esta herramienta como una vía para la formación en valores.
- Aumentar recursos económicos para la adquisición de equipos tecnológicos en las instituciones educativas.
- Desarrollar proyectos educativos comunitarios orientados a estimular el uso integral de Internet.
- Desarrollar políticas comunicacionales que estimulen la redacción de contenidos publicados en las páginas de Internet (bien sea controlados por editores de empresa o por generadores independientes de contenido), que tengan alto contenido en valores ciudadanos.

BIBLIOGRAFIA

- AIERBE, A. y MEDRANO C. (2008). "Uso televisivo de los adolescentes y su relación con los valores". Revista Comunicar N° 31. Pp. 109-114.
- ALBERO, M. (2011). "Adolescentes e Internet: Mitos y Realidades de la Sociedad de la Información". Zer Revista de estudios de comunicación. Recuperado el 05 de julio de 2011 en <http://www.ehu.es/zer/zer13/adolescentes13.htm>
- ALONSO, M.; MATILLA, L.; VASQUEZ, M. (1995). "Teleniños públicos, teleniños privados". Ediciones de la Torres. Madrid.
- ANGELUCCI, DA SILVA, JUÁREZ, SERRANO, LEZAMA, MORENO Y AGUSTÍN. (2009). "Valores y factores sociodemográficos en estudiantes universitarios: un estudio comparativo". Revista Acta Colombiana de psicología 12 (1): 151-162
- ANGELUCCI, DAKDUK, JUAREZ, LEZAMA, MORENO Y SERRANO (2007). "Dimensión de los valores de los jóvenes de la Universidad Católica Andrés Bello". Revista Ciências Sociais Unisinos 43(3):211-220.
- ARANGUREN C. y ANTÚNEZ A. (2005). "Proyecto socioeducativo de ciudad: Un escenario para el conocimiento y la formación de valores ciudadanos". Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales. N° 10. Pp. 35-48. Mérida-Venezuela.
- ARIAS, F. (2006). "Dimensión sociológica de la globalización frente a la identidad en la cultura latinoamericana". Conferencia presentada en el XI Congreso Internacional de Filosofía Latinoamericana: "Hermenéutica analógica, democracia y derechos humanos", Cuadernos de Filosofía Latinoamericana Vol. 27, No. 94
- ARISTÓTELES. (1996). "Moral, a Nicómaco". Madrid, Espasa Calpe, 420 p.
- ARNETT, J.J. (1995). "Adolescent's uses of media for self-socialization", in Journal of Youth and Adolescent, 24:5; 14-23

- ARTEAGA, C. (2009). "Una 'lección de sociales': Representación de la ciudadanía transmitida en libros de texto de primaria venezolanos". Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología Vol. 18 No. 2. Pp. 301 – 322
- AUSJAL. (2011). "La cultura juvenil en las universidades de AUSJAL". Caracas, Venezuela: Autor.
- BAEZA J. y SANDOVAL, M. (2007). "Configuración de valores en jóvenes estudiantes secundarios. Pp. 35 – 60. Chile.
- BALADRÓN, A. (2003). "Nuevos modos de construcción de la identidad en la sociedad informacional". Revista Latina de Comunicación Social. Vol 6. No.53. España. Recuperado el 13 de mayo 2011 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035312baladron.htm>
- BALAGUER, R. (2011). "Videojuegos, Internet, Infancia y Adolescencia del Nuevo Milenio". Kairos Revista de Temas Sociales. Vol. 3. No. 5. Pp. 55-69. Colombia.
- BARBERO, M. (1987). "Industria cultural". Editorial Gilli. Barcelona, España.
- BÁRCENA, F., GIL, F. y JOVER, G. (1999). "La escuela de la ciudadanía". Editorial Desclée de Brouwer, S.A. Bilbao. Portugal.
- BARCENA, F.; GIL, F. y JOVER, G. (1999). "La escuela y la ciudadanía. Educación, ética y política". Editorial Desclée de Brouwer. España.
- BERRIOS, M. y BUXARRAIS, R.(2005). "Las tecnologías de la información y la comunicación TIC y los adolescentes". Monografías virtuales: Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales. No. 5. Recuperado el 20 de junio en <http://www.oei.es/valores2/monografias/monografia05/reflexion05.htm>
- BISBAL, M. (2007). "Los Medios en Venezuela. ¿Dónde estamos?". Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología. Vol. 16. No. 4. pp: 643 – 668. Caracas, Venezuela.

- BRASSESCO, J. (2011). "40% de la ciudad sin aseo urbano". Artículo publicado en el periódico El Universal. Venezuela. Recuperado el 12 de abril de 2011 en <http://www.eluniversal.com/2011/04/11/40-de-la-ciudad-sin-aseo-urbano.shtml>
- CAMACHO, C. (2001). "Propuesta de un modelo de comunicación masiva para la construcción de ciudadanía en América Latina". Revista Signo y Pensamiento. No. 38. Pp. 72-81. Universidad Javeriana Departamento de Comunicación. Colombia.
- CASTELLS, M. (1997). "La sociedad de la información. Economía, sociedad y cultura". Editorial. Madrid.
- CASTELLS, M. (1999). "Internet y la Sociedad en Red". Artículo presentado en la Lección Inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Madrid, España.
- CEBALLOS, M. (2008). "Las emotividades sociales y los medios de comunicación". Revista Pensam. Vol. 11-2. P. 263-275. Brasil.
- CORTINA, A. (1997). "Ciudadanos de mundo. Para una teoría de ciudadanía". Editorial Alianza. Madrid.
- CORTINA, A. y MARTÍNEZ, E. (1998). "Ética". Ediciones Akal. Madrid.
- CUADERNOS FUNTRAPET (2005). "Actualidad de los valores en Venezuela". Editorial Ex Libris. Caracas, Venezuela.
- CUNILL, N. (1997). "Repensando lo público a través de la sociedad: nuevas formas de gestión pública y representación social". Publicaciones del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. Caracas. Recuperado el 04 de febrero de 2011 en <http://www.clad.org/investigaciones/investigaciones-concluidas/repensando-lo-publico-a-traves-de-la-sociedad>

- DAVEY, G. (2008). "Children's Television, Radio, Internet, and Computer Usage in a City and a Village of China". *Revista Visual Anthropology*, No. 21. Pp. 160–165. Estados Unidos.
- DEL BRUTTO, B. (2001). "¿Cómo puede ser internet una herramienta para el desarrollo social?". *Observatorio para la CiberSociedad*. España. Recuperado el 21 de junio de 2011 en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=13>.
- DUART, J. (2003). "Educar en valores a los entornos virtuales de aprendizaje: realidades y mitos". *Publicaciones de Universidad Abierta de Cataluña*. España. Recuperado el 30 de junio de 2011 en: <http://www.uoc.edu/20188/index.html>
- DUPLÁ, F. (2005) "Actualidad de los valores en Venezuela". *Funtrapet*. Venezuela.
- EL NACIONAL. (2011). "Observatorio Venezolano de Conflictividad registró 502 manifestaciones en agosto 2011". Artículo publicado en *Punto Medio de Noticias*. Venezuela. Recuperado el 08 de septiembre de 2011 en <http://puntomedionoticias.com/2011/09/observatorio-venezolano-de-conflictividad-registro-502-manifestaciones-en-agosto/>
- ESPAÑA, L. (2009). "Detrás de la pobreza, diez años después". *Publicaciones UCAB*. Venezuela.
- ESPINOSA, M. (2009). "La participación ciudadana como una relación socio-estatal acotada por la concepción de democracia y ciudadanía". *Revista Andamios*. Volumen 5, número 10, pp. 71-109. México
- FERMÍN, J. (2004). "Herramientas de Participación ciudadana y contraloría social". *Publicaciones del Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo*. Caracas.
- FERRES, J. 1995. "Televisión, espectáculo y educación". *Revista Comunicar*. Pp. 37-41. España.

- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2008). "Generaciones Interactivas en América Latina". Editorial Ariel. Venezuela.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2011). "Real Time Web: una nueva conciencia global". Editorial Ariel. España.
- GEBA, N. (2006). "Las Escalas de Medición como instrumento para ordenar la Estructura Contable". En Instituto de Investigaciones Contables, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración Universidad Nacional de Catamarca, San Fernando del Valle de Catamarca, 12^o Encuentro Nacional de Investigadores Universitarios del Área Contable.
- GARCIA, A. (2005). "Inducción de los valores tolerancia y honestidad en la clase de educación física, en la II etapa de educación básica". Tesis de grado de la Universidad de los Andes. Venezuela. Recuperado el 26 de septiembre de 2010 en la página web http://www.serbi.ula.ve/serbiula/tesis_ula.php
- GARCÍA, L. y BEGOÑA, M. (2007). "Diccionario de valores, virtudes y vicios". Editorial Trillas. México.
- GIDDENS, A. (1995). "Modernidad e identidad del yo". Ediciones 62. Barcelona, España.
- GONZALEZ, R. (2000). "La educación y la transmisión de los valores sociales". En Santos Rego (ed): A pegagogia dos valores en Galicia. Universidad de Santiago. Servicio de Publicaciones. Chile.
- HERRERA, M. (2007). Los valores de los adolescentes de un centro español de Educación Secundaria en el extranjero. Revista Iberoamericana de Educación. No.42/3.
- HOPENHAYN, M. (2006). "La concentración de la propiedad sobre los medios atenta contra la democracia comunicacional". Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. Año 11. N° 33. Pp. 121 - 127. Venezuela

- INFOAMERICA (2011). Perfil biográfico y académico de Albert Bandura. Recuperado el 26 de Agosto de 2011 en <http://www.infoamerica.org/teoria/bandura1.htm>
- JORBA, L. (2006). "Ciudadanos y esfera pública: Una revisión de los modelos de implementación de la democracia deliberativa". Revista Española de Ciencia Política. Núm. 14, pp. 47-69. España.
- KELSEN, H. (1953). "¿Qué es la justicia". Traducción de versión alemana 1953 por Garzón, E.(2006). Argentina.
- LAMAS, M. (1997). "De la Identidad a la Ciudadanía Transformaciones en el imaginario político feminista". Sin información.
- LIMÓN, J. (1997). "La tolerancia y sus fundamentos", Ediciones 62, Barcelona, España.
- LIPOVETSKY, G. (1986). "La era del vacío: Ensayos sobre el individualismo contemporáneo". Editorial Anagrama. España.
- MACINTYRE, A. (1994). "Justicia y racionalidad". Editorial EUNSA. Barcelona.
- MADDUX, C. (1994). "Internet en el alcance de las escuelas: ayudas y advertencias en Aguares". Revista Tiempo de Educación. No. 16. Pp. 71-92. Barcelona.
- MARÍN, R. (1976). "Valores, objetivos y actitudes en educación". Editorial Valladolid. Sin Ciudad.
- MARQUES, P. (2000). La cultura de la sociedad de la información. Aportaciones de la TIC". Recuperado el 20 de agosto en: <http://www.peremarques.net/si.htm>
- MARTINEZ, M. (1995). "Tolerancia y educación. Los límites de la tolerancia en las sociedades multiculturales". Editorial Gedisa. Barcelona, España.

- MEDRANO, C. 2007. "¿Qué perciben los adolescentes en su programas preferidos de TV?". Revista Comunicar, nº 31, v. XVI, 2008. Pp. 387-392.
- MOLINA, M. (2003). "Estrategias y metodologías en los valores respeto, igualdad y autoestima, dirigida a los docentes del preescolar Ananías Avendaño". Tesis de grado de la Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela.
- MUÑOZ, G. (2006). "La comunicación en los mundos de vida juveniles: hacia una ciudadanía comunicativa. Publicación de Centro de Investigación y Desarrollo. Colombia.
- MUÑOZ, I., MORALES, E. Y DIAZ, I. (2007). "El Replanteamiento de las políticas educativas en Venezuela". Revista Gaceta Laboral. Vol. 13. No. 3. Pp. 381-392. Universidad del Zulia. Venezuela.
- NAVAL, C. (2001). "La educación moral y cívica en una sociedad globalizada". Revista Innovación educativa. No. 1. Universidad de Navarra. España.
- NOGUERA, E. (2004). "Educació moral i en valors mitjançant projectes telemàtics". Tesis doctoral de la Universitat de Barcelona. Departamento de Teoría e Historia de la Educación. España.
- OLIVEIRA, I. (2008). "El derecho a la pantalla: de la educación en medios a la educomunicación en Brasil". Revista Científica de Educomunicación. Vol 16. Num 31. Pp 77-82. Brasil.
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS (1998). "Educación, valores y democracia". Sin editorial. Madrid
- OROZCO, G. (1996). "Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo". Editorial La Torres. Madrid, España.
- OROZCO, G. (2001). "Televisión, Audiencias y Educación". Grupo Editorial Norma. España.

- ORTEGA Y GASSET, J. (1973). "Ideas y Creencias". Editorial Espasa-Calpe, S.A. Madrid.
- ORTEGA, P y MÍNGUEZ, R. (2001). "Los Valores en la Educación". Editorial Ariel S.A. Madrid.
- PASQUIER, D. (1996). "Teen series reception: television, adolescent and culture of feeling". Publicado en *Childhood: A global journal of child research*. Vol. 3:3. Pag. 351-373.
- PAULLIER, J. (2011). "Antímano, un barrio que simboliza la violencia en Venezuela". Periódico digital BBC Mundo. Recuperado el 01 de septiembre de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/08/110818_venezuela_violencia_inseguridad_antimano_ip.shtml
- PENAS, Santiago (2008). "Aproximación a los valores y estilos de vida de los jóvenes de 13 y 14 años de la provincia de la Coruña". Tesis doctoral de la Universidad Santiago de Compostela. España. Recuperado el 26 de septiembre de 2010 en la página web http://dspace.usc.es/bitstream/10347/2465/1/9788498870879_content.pdf
- PERAHIA, R. (2007). "Las ciudades y su espacio". Documento presentado en IX Coloquio Internacional de Geocrítica en la Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Brasil. Recuperado el 22 de octubre de 2011 en: <http://www.ub.edu/geocrit/9porto/perahia.htm>
- PEREZ, V. (2009) "Internet y su influencia política en Venezuela. Revista Comunicación. Pp. 78-85. Venezuela.
- PINDADO, J. (2006). "Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente" en *Zer*, 21; 11-22.

- PONTIFICE CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES (2002). "Ética en Internet". Publicaciones del Vaticano. Recuperado el 30 de julio de 2011 en:
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_sp.html
- RAWLS, J. (1971). "Theory of Justice". Publicaciones de la Universidad de Cambridge. Estados Unidos.
- RODRIGO, M. (1989). "Los modelos de la Comunicación". Editorial Tecnos, S.A.: Madrid, España.
- ROKEACH, M. (1976). "Beliefs, Attitudes and Values, Jossey - Bass Publishers". Sin editorial, 1976. Estados Unidos.
- SAMPIERI, R. (2006). "Metodología de la Investigación". Editorial Mc Graw Hill. México.
- SANCHO, J. y NOGUERA, E. (1996). "Ética y formación del profesorado. La importancia del contexto". Artículo presentado en Conferencia Iberoamericana de Riviera en Cartagena de Indias. Colombia.
- SANTALLA, Z. (2011). "Guía para la elaboración formal de reportes de investigación". Publicaciones UCAB. Caracas, Venezuela.
- SARENA, N. (2006). "Los jóvenes e Internet: experiencia, representación, usos y apropiación de Internet en los jóvenes". UNLrevista. Vol. 1. No. 3. Argentina.
- SCHWARTZ, S. H. (1992): «Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries», in *Avances in Experimental Social Psychology*, 25; 1-20.
- SEOANE, J. (2001). "Teoría crítica mínima en la Venezuela actual" Publicaciones UCAB. Caracas, Venezuela.

- SEVILLANO, M. (2001). "La percepción y evaluación de valores y antivalores en los medios de comunicación (periódicos, revistas y televisión) por estudiantes de 14-18 años". Revista de Educación. No. 326. Pp. 333-353.
- SPRINGER, J. (1993). "Principals Perspective of the Global Thinking Project at Dunwoody High School: Implications for Administrators, Cincinnati (Ohio): The Union Institute", citado en HASSARD, J. (1996). Estados Unidos.
- STEPHENSON, J., LING, L., BURMAN, E. y COOPER, M. compiladores. (2001). "Los valores en la educación". Editorial Gedisa. Barcelona, España.
- STEVENS, J. (1946). "Escala de medida y estadística". Tutorial de la Universidad de Oviedo. Recuperado el 02 de febrero de 2011 en http://www.psico.uniovi.es/Dpto_Psicologia/metodos/tutor.2/Medida.html
- SUANCES M. (1986). "Principios de una ética personalista". Editorial Herder S.A., Barcelona, España.
- TABACHNIK, S. (2007). "Retratos secretos. Figuraciones de la identidad en el espacio virtual". Revista Latina de Comunicación Social. Editorial 62. Recuperado el 06 de junio de 2011 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200701TabachnikS.htm>
- TENDENCIA DIGITALES (2010). "Número y Palabras". Presentación hecha en el congreso "Estadísticas y Tendencias de Internet en Venezuela". Recuperado el 21 de junio de 2011 en http://www.slideshare.net/Tendencias_Digitales/nmeros-y-palabras-presentacin-sobre-usos-y-penetracin-de-internet-en-venezuela
- TRIGO, P (2008). La Cultura del Barrio. Fundación Centro Gumilla. Venezuela, p.41.
- UNA MIRADA CRÍTICA A LAS COMPETENCIAS CIUDADANAS. Revista de Estudios Sociales. No. 23, P.23-35. Colombia.

UNESCO (1995). "Declaración de Principios sobre la tolerancia". Recuperado el 22 de octubre de 2011 en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13175&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

UNICEF y CECODAP. 2006. "Internet: Ventajas y Riesgos". Publicaciones independientes. Venezuela.

URRESTI, M. (2008). "Ciberculturas juveniles". Editorial La Crujia. Buenos Aires, Argentina.

VALKENBURG, P. y PETER, J. 2009. "Social Consequences of the Internet for Adolescents". Revista: A Journal of the Association for Psychological Science. Volume 18—Number 1. Estados Unidos.

WALZER, M. (1998). "Tratado sobre la tolerancia". Editorial Paidós. Barcelona, España.

ZAMBRANO, I. (2009). *Bloques de lucha y dignidad* [Documental del Cine]. Caracas. Centro Gumilla.

ANEXOS

ANEXO A

PLANIFICACION DE TALLER PARA LA ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS PARA LA INVESTIGACIÓN

Introducción

La realización de este taller se relaciona con fines académicos con proyección a la comunidad, que se enmarca dentro del desarrollo del trabajo de tesis de grado para optar por la maestría en Comunicación para el Desarrollo Social de la Lic. Silvia M. Rincón Torres, quien será la persona responsable de planificar, facilitar y analizar los resultados del taller.

El objetivo de la investigación es analizar la incidencia de Internet en valores ciudadanos de estudiantes entre 14-19 años de edad pertenecientes a estratos sociales D y E que habitan en la ciudad de Caracas. Para ello se utilizará como instrumento de recolección de datos un cuestionario basado en indicadores de cada uno de los valores a analizar; a saber: justicia social, hospitalidad, respeto a la constitución, cuidado de los espacios públicos, participación y diálogo.

Como el cuestionario estará basado en indicadores sobre cada uno de los valores, sería mucho más enriquecedor aproximarse lo más posible al pensamiento de una población de jóvenes con características similares a las que se plantea en la muestra de la investigación; de esta forma las situaciones planteadas, la experiencia y el lenguaje utilizado en él pueden ser expresados adecuadamente y permitir un acercamiento más directo con la realidad; evitando de esta forma que sea el investigador quien imponga su criterio en la construcción del cuestionario.

En resumen, lo que se solicita es buscar apoyo en un grupo de jóvenes que estudien en esta institución para que sean ellos quienes manifiesten los indicadores de los valores a través de actividades didácticas y educativas planificadas por la facilitadora.

Por estas razones, se solicita apoyo a esta institución educativa en la ejecución de este taller a fin de facilitar la creación del instrumento para la recolección de datos de esta investigación. Específicamente las características del taller serían:

- Duración: 2 horas.
- Número de participantes: 20
- Dirigido a: adolescentes entre 14 y 19 años.
- Horarios tentativo: 10am-12m o 1:30pm-3:30pm
- Actividad: práctica
- Facilitador: Silvia Rincón

Al finalizar el taller la investigadora se compromete a entregar a la institución una hoja resumen que contendrá los hallazgos obtenidos en el taller. De igual forma, estarán incluidos en los agradecimientos de la investigación. Además se les ofrece entregarles una copia del trabajo de investigación a fin de que lo tengan para futuras consultas.

Planificación del Taller

Actividad	Duración	Recursos
<p>1. <u>Presentación del objetivo e importancia del taller</u></p> <p>La facilitadora agrupará a los participantes en un círculo. Dentro de él explicará a los participantes cual es el motivo por el que se está desarrollando este taller. Les explicará la importancia de su activa participación en las actividades.</p>	10 minutos	- Salón de clases con capacidad para 20 jóvenes
<p>2. <u>Presentación</u></p> <p>En un círculo donde los participantes y facilitador están de pie, cada uno se va presentando en voz alta, luego dice y hace alguna actividad/profesión/oficio que desee hacer en 5 años. Se trata de ver cómo se proyecta la persona en el tiempo. Luego, todo el equipo repetirá el nombre y el movimiento en voz alta.</p>	15 minutos	- Salón de clases con capacidad para 20 jóvenes

<p>3. <u>Dinámica 1: Mímica</u></p> <p>Se dividirá el salón en dos grupos. A cada uno de los grupos se le asignará una cantidad equitativa de valores. Cada equipo debe definir cuatro indicadores/acciones por cada uno de los valores que le fue entregado y escribirlo en papelitos separados.</p> <p>¡Llega el momento de la mímica! Cada equipo saca un papelito de su grupo y deberá representarlo a través de gestos al equipo contrario. No se puede hablar. Sólo se podrán comunicar por medio de la comunicación no verbal. Para adivinar sólo tienen un minuto.</p> <p>El equipo con más mímicas acertadas será el ganador.</p> <p>4. <u>Dinámica 2: Un regalo para la comunidad</u></p> <p>En una caja de regalo imaginaria</p>	<p>50 minutos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Valores impresos en pequeñas cartulinas - 20 Hojas blancas - 20 Lápices - 2 Cajas de zapatos forrada - Reloj de arena
---	-------------------	---

<p>cada uno de los participantes debe dejar un regalo simbólico que considere importante para la vida armoniosa en comunidad. Ese regalo será un valor y explicarán por qué ese valor es valioso para su comunidad y la humanidad entera.</p>		
<p>5. <u>Diálogo de cierre</u></p> <p>Nuevamente ubicados en círculo, se realizará un cierre emocional y cognitivo entre los participantes y la facilitadora. La idea es concluir resaltando los aspectos de agrado y desagrado del taller.</p> <p>De igual manera se les entregará a cada joven un certificado de agradecimiento por su participación y colaboración</p>	<p>15 minutos</p>	<p>20 Certificados de agradecimiento</p>

ANEXO B

**RESULTADO DE LA ACTIVIDAD ESPECIAL PARA DEFINIR
LOS INDICADORES DE PRÁCTICAS CIUDADANAS PARA EL
INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS**

Dinámica 1: Mímica → Definición de valores

Participación

- Luis participa con los profesores
- Génesis participa en los eventos del liceo
- María participa en los juegos del liceo
- Edison participa en las labor social del liceo

Justicia Social

- Dos mujeres discutiendo y alguien las reprende.
- Roban a una persona y llega un policía
- Dos personas sacan en un examen los mismo resultados Ej: $5 \cdot 1 = 6$ y a uno le colocan la nota más alta que al otro
- Colearse en una parada de carro

Cuido de los espacios públicos

- No dañar los asientos de medios de transporte
- No ensuciar las paredes
- Persona colocando los papeles en la papelera
- Colocando el pie en la pared y el otro baje el pie
- Ir en el metro y respetar la señal

Tolerancia

- Saber entender a los demás
- Ser sociable con la persona contraria
- Paciente con la otra persona
- Ignorar a las personas con mal comportamiento

Diálogo

- Conversar con otra persona

- Trabajar o dialogar en grupo
- Saber dirigirse a otra persona con amabilidad
- Tener buenos modales al hablar con otra persona

Hospitalidad

- Ayudar a otra persona
- Tratar a las personas con amabilidad
- Ceder el puesto a otra persona
- Ayudar a cruzar la calle a las personas mayores.

Dinámica 2: Un regalo para la comunidad

1. Regalaría:
 - a. Un dispensario: para los niños más necesitados y aquellas personas que no tienen recursos para comprar medicamentos
 - b. Módulo policial: ya que hay mucha inseguridad
 - c. Centro de Acción Comunitaria: todas aquellas personas que quieren superarse haciendo cursos y diferentes actividades.
2. Yo mandaría a construir una cancha deportiva para los jóvenes que no tiene donde practicar sus juegos favoritos. Porque se la merecen y sigan un buen camino
3. Si tuviera dinero le regalaría a la comunidad: alimentos, ropas, casas a las personas más necesitadas, daría estos regalos únicamente a las personas que de verdad lo necesiten específicamente sería en zonas pobres (barrios) para que ellos tengan un hogar y una vida digna en la cual se sientan cómodos.
4. Bueno si yo tuviera dinero arreglaría las calles, la asfaltaría. Haría varias canchas para que los habitantes de la comunidad puedan hacer deportes

y se diviertan un poco. Ayudaría a las personas pobres para que puedan arreglar sus viviendas y para sus necesidades económicas.

5. Donaría una casa hogar para los niños que no tienen una vivienda, porque me gustaría que todos los niños tuvieran un hogar.
6. Yo le daría a mi comunidad una cancha para la recreación de los deportes y para fortalecer el crecimiento de la persona mediante el deporte.
7. Bueno, en realidad si yo tuviera mucho dinero ayudaría a la gente necesitada, pondría una cancha para los niños, remodelaría las casas que están en riesgo, pondría bodegas, carnicerías en la zona y aparte todas las cosas que estén en venta sean más económicas porque hay gente que en verdad necesita estas cosas y mucho mas.
8. Aportaría dinero para hacer un campo de beisbol. Parques para que los niños de la comunidad jueguen, se recreen, tenga un futuro mejor y tenga un mejor requerimiento y se distraigan en juegos
9. Yo diera cemento, arena, cabillas para hacer escaleras. Escaleras porque se cayeron a causa de las lluvias que hubo a finales de noviembre. O casas para cada persona afectada.
10. Seguridad: porque necesitan estar tranquilos sin temor a que los roben, entre otras cosas. Vivienda: porque necesitan tener su propia casa. Asfalto: porque las calles están dañadas y puede dañar los carros.
11. Bueno, yo les regalaría dinero para que construyan sus casas. Para arreglar las carreteras. Y habría lo posible para que no haiga malandro, tampoco haría algo para sacar los malandros de aquí de Barrio Nuevo. Bueno con todo esto lo haría para ayudar a la comunidad mutuamente.
12. Yo regalaría a la comunidad:
 - a. 2 containers de basura al finalizar cada cuadra, para que se mantengan limpias las calles y prevenir enfermedades.

- b. Mandaría a hacer mantenimiento en las alcantarillas para que cuando llueva no hagan inundaciones y los habitantes podamos transitar libremente.
 - c. Mandaría patrullas de policías con el fin de garantizar la seguridad de mi comunidad y estaría a la orden cada vez que se presentaran hechos o personas sospechosas en la comunidad para enviar las patrullas
 - d. Coordinaría trabajos comunitarios como: arreglar las casas y escaleras que estén en peligro de derrumbarse o que tengan filtración, las calles y construir canchas deportivas.
 - e. Construir un centro comunitario para los animales de la calle ☹
13. Bueno si yo tuviera mucho dinero y poder ayudaría a el asfaltado, en construcción unas canchas para que los niños y niñas hagan mucho deporte además pondría un módulo de seguridad para nuestro bienestar y un centro de emergencia para cualquier accidente que tenga la comunidad
14. Si yo tuviera y pudiera regalar un regalo para comunidad sería:
- a. Crear canchas para así fomentar el deporte y la recreación
 - b. Reparar el asfalto para que fuera más segura las carreteras y no bajar en el carro con temor.
15. Yo quisiera poder llevar el camión del aseo todos los días. Quisiera poner un módulo policial. También quisiera arreglar las calles. Porque estas son unas de las cosas que más afectan a mi comunidad
16. Regalarles juguetes a todos los niños con síndrome de down o niños enfermitos. Regalar casas a las personas que en verdad las necesitan
17. Si tuviera dinero ayudaría a arreglar las calles de mi casa porque es importante trasladarse
18. Yo regalaría una cancha para que todos los adolescentes ocupen su tiempo libre jugando en la cancha. Montaría un *simoncito* para ayudar a

todas las madres solteras que trabajan y no tienen donde dejar a sus bebés.

19. Seguridad, para poder vivir tranquilos en la comunidad
20. Regalaría una seguridad extrema. Un dispensario médico. Diversiones para los niños. Ayuda para personas con discapacidad.
21. Le regalaría a mi comunidad: transporte del aseo urbano, colocar suficientes container, junta comunitaria.
22. Seguridad a las calles por los delitos que producen los delincuentes. Casas para los damnificados porque hay muchas personas sin hogares en la comunidad.
23. Bueno a la comunidad le ofrecería un modulo policial permanente al frente de la cancha, haría la donación o reconstrucción de calle, canchas el techado de la cancha, el alumbrado público, pondría más policías acostados, la donación de más medios o unidades de transporte.
24. Colocaría varias canchas de juego en la comunidad, porque así las chicas y chicos no correrían peligro jugando en las calles con el temor de ser atropellados por los vehículos automovilísticos. Colocaría más seguridad, o sea policías en las calles, para reducir el número de delincuencia y robos. Crearía muros y paredes para las personas que hacen grafitis, ya que hay muy poco espacio para los grafiteros. Llamaría unas jornadas para la vacunas de los niños y jornadas de salud.
25. Si yo tuviera dinero lo primero que regalaría es un modulo de policía, luego mandara hacer policías acostado para reducir la velocidad de los carros y motos, etc. Mandara hacer canchas para cualquier tipo de deporte. También arreglaría las calles que están en mal estado y también ayudaría a los niños que sin pobres ya que ellos no tienen un hogar donde vivir.
26. Vigilancia por la seguridad. Áreas recreativas como cancha por ejemplo para las recreaciones comunitarias.

27. Yo si tuviera poder para arreglar mi comunidad para que este en buen estado y mejor:
- a. Quitaría la delincuencia
 - b. Arreglaría los caminos calles y callejones dañados.
 - c. Arreglaría varios terrenos abandonados para hacer cosas para personas que sus casas están en zona de riesgo
 - d. Eliminaría la droga, por lo menos en mi comunidad
 - e. Hiciera una cancha para los niños que quieren ser deportista
28. Yo regalaría viviendas a las personas que lo necesitan. Haría un hospital donde haiga todo lo necesario para ayudar a las personas enfermas. Construiría mejores liceos y escuelas. Arreglaría las vías para un mejor transporte. También haría un automercado con comida económica. Contrataría policías para mayor seguridad en los barrios.
29. Me gustaría regalarle una escuela a niños más necesitados. Porque así tendrán una buena formación en la sociedad y puedan salir adelante.
30. Bueno para mí la vigilancia, porque eso es lo más importante para todo el mundo. Y también porque la vigilancia es una de las cosas más apropiado para la comunidad porque en casi todo el mundo hay seguridad.

ANEXO C
INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS



Cuestionario

A través de tu colaboración al llenar este cuestionario se busca investigar la incidencia que tiene Internet en la formación de valores ciudadanos en jóvenes. Este instrumento cuenta con tres partes. En la primera parte preguntan información básica sobre ti, aquí puedes responder escribiendo o marcando entre una o varias opciones de respuesta. En la segunda y tercera parte se plantean varias oraciones en donde sólo podrás escoger una, y sólo una, respuesta (sí o no).

Muchas gracias por tu tiempo y participación

1. Edad: _____	2. Sexo: F ___ M ___
3. Nombre de mi liceo: _____	
4. Sector donde vivo: _____	
5. Me conecto a internet desde (<i>puede marcar varias opciones</i>):: Escuela ___ Casa ___ CyberCafe ___ Trabajo ___ Infocentro ___ Otro ___	
6. Normalmente me conecto a internet (<i>marcar solo una</i>): Una vez a la semana ___ Entre 2 y 5 veces por semana ___ Más de 5 veces por semana ___ No me conecto nunca ___	
7. Cada vez que me conecto a Internet lo hago durante aproximadamente (<i>marcar solo una</i>): 30 min ___ 1 hora ___ 2 horas ___ 3 horas ___ 4 horas ___ Más de 4 horas ___	
8. Uso internet para (<i>puede marcar varias opciones</i>):: Divertirme ___ Socializar ___ Chatear ___ Estudiar ___ Pasar tiempo libre ___ Trabajar ___ Buscar información para mis clases ___ Leer noticias ___ Buscar información personal ___ Descargar fotos y videos ___	
9. Las páginas web que visito con frecuencia son (<i>puede marcar varias opciones</i>): Facebook ___ Twitter ___ Periódicos digitales ___ Videojuegos ___ Correo electrónico ___ Google ___ Wikipedia ___ Messenger ___	
10. Además de las páginas web anteriores, visito también las siguientes: 	
11. Los temas que son de mi interés cuando navego por internet: 	

II PARTE

En las páginas de internet que habitualmente visito **encuentro** informaciones, noticias, opiniones, comentarios sobre las siguientes cuestiones:

1. Medios oficiales u organizaciones no gubernamentales para denunciar malos comportamientos	Sí ___	No ___
2. Atención a la personas desprotegidas socialmente	Sí ___	No ___
3. Protección del medio ambiente	Sí ___	No ___
4. Participación activa de la comunidad	Sí ___	No ___
5. La familia como núcleo de apoyo ante las dificultades	Sí ___	No ___
6. Importancia de ayudar a los demás	Sí ___	No ___
7. La tolerancia hacia otros	Sí ___	No ___
8. El trabajo social con fines de colaboración en las comunidades	Sí ___	No ___
9. Cuidado de los medios de transporte público	Sí ___	No ___
10. Solución de conflictos mediante la conversación	Sí ___	No ___
11. La violencia como mecanismo de defensa	Sí ___	No ___
12. Respuesta oportuna de organismos públicos	Sí ___	No ___

III PARTE

Habitualmente **yo me siento motivado a practicar** los siguientes comportamientos:

1. Insultar a mi compañero cuando él me dice que yo no sé trabajar en grupo	Sí ___	No ___
2. Comunicar eficazmente al profesor cuando no estoy conforme con la nota de mi evaluación	Sí ___	No ___
3. Solicitar a mis profesores, directores del liceo y mis padres la construcción de canchas deportivas para jugar en el tiempo libre.	Sí ___	No ___
4. Tratar con indiferencia a los compañeros que entran nuevos al colegio	Sí ___	No ___
5. Saber que no debe importarme cuando veo que están robando a un compañero	Sí ___	No ___
6. Poner la basura en papeleras o bolsas para mantener limpia mi comunidad	Sí ___	No ___
7. Hacer la cola para tomar el jeep o autobús	Sí ___	No ___
8. Aceptar que las otras personas pueden pensar y actuar diferente a mí	Sí ___	No ___
9. Colaborar con actividades del liceo que tengan como objetivo mejorar los espacios públicos de la comunidad: limpiar calles, pintar paredes, sembrar árboles, etc.	Sí ___	No ___
10. Tener buenos modales al dialogar con otra persona	Sí ___	No ___
11. Romper o rayar los asientos de los autobuses	Sí ___	No ___
12. Ofrecer mi ayuda para hacer trabajo social en mi comunidad, por ejemplo: cuidar a niños pequeños, colaborar con el liceo, actuar en obras de teatro para presentarla en espacios públicos, etc	Sí ___	No ___
13. Avisar a la policía cuando ves a dos personas peleando en la calle	Sí ___	No ___
14. Conversar con mi mamá cuando me siento triste	Sí ___	No ___
15. Hacer campañas en mi liceo para que el resto de los alumnos de bachillerato, que están en grados menores al mío, conozcan cual es el problema que hay con la basura en la comunidad	Sí ___	No ___
16. Colaborar con las personas que buscan una dirección en Caracas	Sí ___	No ___
17. Mantener la calma cuando hay personas que tiene comportamientos que me desagradan	Sí ___	No ___
18. Brindar refugio a algún amigo o familiar que haya perdido su casa	Sí ___	No ___

¿Qué otros comportamientos te has sentido motivado a practicar luego de utilizar Internet?

ANEXO D
TABULACION Y CRUCES DE LOS DATOS

ANEXO D1

Distribuciones por frecuencia

Pregunta 1	Distribución de edades			
	Edades	Fr	Pr	%
	12	8	0,01	1,50
	13	84	0,16	15,70
	14	123	0,23	22,99
	15	121	0,23	22,62
	16	117	0,22	21,87
	17	57	0,11	10,65
	18	17	0,03	3,18
	19	1	0,00	0,19
	S/R	7	0,01	1,31
	TOTAL	535	1	100

Pregunta 2	Distribución de sexo			
	Sexo	Fr	Pr	%
	Femenino	267	0,50	49,91
	Masculino	250	0,47	46,73
S/R	18	0,03	3,36	

Pregunta 3	Distribución por Liceo			
	Liceo	Fr	Pr	%
	Don Pedro: Fe y Alegría	85	0,16	15,89
	Colegio Andy Aparicio	106	0,20	19,81
	Tito Salas	99	0,19	18,50
	U.E.P. Don Cristobal Mendoza	142	0,27	26,54
U.E.N. Simón Bolívar	103	0,19	19,25	

Pregunta 4	Distribución por Sector			
	Sector	Fr	Pr	%
	San Agustín del Sur. Sector "La Ceiba"	85	0,16	15,89
	La Vega. Sector "Las Casitas"	106	0,20	19,81
	Las Minas de Baruta. Sector El Rosario	99	0,19	18,50
	Carapita	142	0,27	26,54
	Antímano	103	0,19	19,25

Pregunta 5	Distribución por Lugar de Conexión			
	Sector	Fr	Pr	%
	Casa	376	0,7	70,3
	Cibercafé	170	0,3	31,8
	Otro	85	0,2	15,9
	Escuela	71	0,1	13,3
	Infocentro	44	0,1	8,2
Trabajo	10	0,0	1,9	

Pregunta 6	Distribución por Frecuencia Semanal de Conexión a Internet			
	Frecuencia	Fr	Pr	%
	Una vez a la semana	167	0,31	31,21
	Entre 2 y 5 veces por semana	186	0,35	34,77
	Más de 5 veces por semana	160	0,30	29,91
	No me conecto nunca	11	0,02	2,06
S/R	11	0,02	2,06	

Pregunta 7	Distribución por Tiempo de Navegación en cada Conexión a Internet			
	Tiempo	Fr	Pr	%
	30 min	49	0,09	9,16
	1 hora	120	0,22	22,43
	2 horas	144	0,27	26,92
	3 horas	59	0,11	11,03
	4 horas	43	0,08	8,04
	Más de 4 horas	114	0,21	21,31
S/R	6	0,01	1,12	

Pregunta 8	Distribución de Usos del Internet			
	Usos	Fr	Pr	%
	Trabajar	26	0,0	4,9
	Leer Noticias	64	0,1	12,0
	Buscar información personal	76	0,1	14,2
	Socializar	142	0,3	26,5
	Descargar fotos y video	205	0,4	38,3
	Pasar tiempo libre	258	0,5	48,2
	Divertirme	303	0,6	56,6
	Buscar información para las clases	326	0,6	60,9
	Estudiar	364	0,7	68,0
	Chatear	403	0,8	75,3

Pregunta 9	Distribución de Páginas Web visitadas			
	Páginas Web	Fr	Pr	%
	Facebook	478	0,89	89,35
	Twitter	93	0,17	17,38
	Periódicos Digitales	21	0,04	3,93
	Videojuegos	157	0,29	29,35
	Correo Electrónico	232	0,43	43,36
	Google	446	0,83	83,36
	Wikipedia	259	0,48	48,41
Messenger	286	0,53	53,46	

	PREGUNTAS	SI	Pr	%	NO	Pr	%	S/R	Pr	%
PARTE 2	1. Medios oficiales u organizaciones no gubernamentales para denunciar malos comportamientos (JS)	142	0,27	27	370	0,69	69	23	0,04	4
	2. Atención a la personas desprotegidas socialmente (H)	195	0,36	36	309	0,58	58	31	0,06	6
	3. Protección del medio ambiente (CEP)	381	0,71	71	133	0,25	25	21	0,04	4
	4. Participación activa de la comunidad (P)	203	0,38	38	293	0,55	55	39	0,07	7
	5. La familia como núcleo de apoyo ante las dificultades (D)	271	0,51	51	225	0,42	42	39	0,07	7
	6. Importancia de ayudar a los demás (H)	334	0,62	62	172	0,32	32	29	0,05	5
	7. La tolerancia hacia otros (T)	258	0,48	48	243	0,45	45	34	0,06	6
	8. El trabajo social con fines de colaboración en las comunidades (P)	189	0,35	35	313	0,59	59	33	0,06	6
	9. Cuidado de los medios de transporte público (CEP)	223	0,42	42	275	0,51	51	37	0,07	7
	10. Solución de conflictos mediante la conversación (D)	245	0,46	46	254	0,47	47	36	0,07	7
	11. La violencia como mecanismo de defensa (T)	208	0,39	39	296	0,55	55	31	0,06	6
	12. Respuesta oportuna de organismos públicos (JS)	184	0,34	34	316	0,59	59	35	0,07	7

		PREGUNTAS								
		SI	Pr	%	NO	Pr	%	S/R	Pr	%
PARTE 3	1. Insultar a mi compañero cuando él me dice que yo no sé trabajar en grupo (T)	104	0,19	19	406	0,76	76	25	0,05	5
	2. Comunicar eficazmente al profesor cuando no estoy conforme con la nota de mi evaluación (D)	343	0,64	64	167	0,31	31	25	0,05	5
	3. Solicitar a mis profesores, directores del liceo y mis padres la construcción de canchas deportivas	288	0,54	54	214	0,40	40	33	0,06	6
	4. Tratar con indiferencia a los compañeros que entran nuevos al colegio (H)	111	0,21	21	394	0,74	74	30	0,06	6
	5. Saber que no debe importarme cuando veo que están robando a un compañero (JS)	190	0,36	36	302	0,56	56	43	0,08	8
	6. Poner la basura en papeleras o bolsas para mantener limpia mi comunidad (CEP)	410	0,77	77	96	0,18	18	29	0,05	5
	7. Hacer la cola para tomar el jeep o autobús (JS)	392	0,73	73	112	0,21	21	31	0,06	6
	8. Aceptar que las otras personas pueden pensar y actuar diferente a mí (T)	379	0,71	71	116	0,22	22	40	0,07	7
	9. Colaborar con actividades del liceo que tengan como objetivo mejorar los espacios públicos de la	355	0,66	66	151	0,28	28	29	0,05	5
	10. Tener buenos modales al dialogar con otra persona (D)	441	0,82	82	66	0,12	12	28	0,05	5
	11. Romper o rallar los asientos de los autobuses (CEP)	72	0,13	13	424	0,79	79	39	0,07	7
	12. Ofrecer mi ayuda para hacer trabajo social en mi comunidad, por ejemplo: cuidar a niños pequeños,	284	0,53	53	216	0,40	40	35	0,07	7
	13. Avisar a la policía cuando ves a dos personas peleando en la calle (JS)	232	0,43	43	271	0,51	51	32	0,06	6
	14. Conversar con mi mamá cuando me siento triste (D)	341	0,64	64	163	0,30	30	31	0,06	6
	15. Hacer campañas en mi liceo para que el resto de los alumnos de bachillerato, que están en grados	293	0,55	55	212	0,40	40	30	0,06	6
	16. Colaborar con las personas que buscan una dirección en Caracas. (H)	402	0,75	75	105	0,20	20	28	0,05	5
	17. Mantener la calma cuando hay personas que tiene comportamientos que me desagradan (T)	354	0,66	66	148	0,28	28	33	0,06	6
	18. Brindar refugio a algún amigo o familiar que haya perdido su casa (H)	388	0,73	73	121	0,23	23	26	0,05	5

ANEXO D2

Cruce entre Reconocimiento de Valores en Internet y Práctica de Valores

		RECONOCIMIENTO				
		7. La tolerancia hacia otros (T)		11. La violencia como mecanismo de defensa (T)		
		SI	NO	SI	NO	
PRÁCTICAS	1. Insultar a mi compañero cuando él me dice que yo no sé trabajar en grupo (T)	SI	210	178	238	151
		NO	39	61	53	49
	8. Aceptar que las otras personas pueden pensar y actuar diferente a mí (T)	SI	207	172	212	151
		NO	59	57	65	47
	17. Mantener la calma cuando hay personas que tiene comportamientos que me desagradan (T)	SI	197	157	187	152
		NO	70	78	99	45

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	208,5	160,2
	NO	64,2	56,2

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	39%	30%
	NO	12%	10%

		TEMAS				
HONESTIDAD		2. Atención a la personas desprotegidas socialmente (H)		6. Importancia de ayudar a los demás (H)		
		SI	NO	SI	NO	
PRÁCTICAS	4. Tratar con indiferencia a los compañeros que entran nuevos al colegio (H)	SI	146	233	251	131
		NO	43	66	72	35
	16. Colaborar con las personas que buscan una dirección en Caracas. (H)	SI	161	223	277	108
		NO	29	74	48	56
	18. Brindar refugio a algún amigo o familiar que haya perdido su casa (H)	SI	157	214	266	106
		NO	32	85	60	59

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	209,7	169,2
	NO	47,3	62,5

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	39%	32%
	NO	9%	12%

		TEMAS				
		3. Protección del medio ambiente (CEP)		9. Cuidado de los medios de transporte público (CEP)		
		SI	NO	SI	NO	
PRÁCTICAS	6. Poner la basura en papeleras o bolsas para mantener limpia mi comunidad (CEP)	SI	311	89	183	208
		NO	55	38	35	57
	9. Colaborar con actividades del liceo que tengan como objetivo mejorar los espacios públicos de la comunidad: limpiar calles, pintar paredes, sembrar	SI	284	61	176	161
		NO	81	66	46	101
	11. Romper o rallar los asientos de los autobuses (CEP)	SI	309	104	174	231
		NO	49	21	42	29

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	239,5	142,3
	NO	51,3	52,0

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	45%	27%
	NO	10%	10%

		TEMAS				
PARTICIPACION		4. Participación activa de la comunidad (P)		8. El trabajo social con fines de colaboración en las comunidades		
		SI	NO	SI	NO	
PRÁCTICAS	3. Solicitar a mis profesores, directores del liceo y mis padres la construcción de canchas deportivas para jugar en el tiempo libre. (P)	SI	133	141	120	155
		NO	65	141	62	142
	12. Ofrecer mi ayuda para hacer trabajo social en mi comunidad, por ejemplo: cuidar a niños pequeños, colaborar con el liceo, actuar en obras de teatro para	SI	135	134	125	145
		NO	63	148	55	153
	15. Hacer campañas en mi liceo para que el resto de los alumnos de bachillerato, que están en grados menores al mío, conozcan cual es el problema que hay con la	SI	133	143	136	144
		NO	66	139	48	157

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	130,3	143,7
	NO	59,8	146,7

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	24%	27%
	NO	11%	27%

		TEMAS				
		5. La familia como núcleo de apoyo ante las dificultades (D)		10. Solución de conflictos mediante la conversación (D)		
		SI	NO	SI	NO	
PRÁCTICAS	10. Tener buenos modales al dialogar con otra persona (D)	SI	186	134	176	144
		NO	80	82	63	99
	14. Conversar con mi mamá cuando me siento triste (D)	SI	237	176	220	195
		NO	28	38	18	46
	2. Comunicar eficazmente al profesor cuando no estoy conforme con la nota de mi evaluación (D)	SI	204	116	173	149
		NO	61	96	63	92

		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	199,3	152,3
	NO	52,2	75,5

		VALOR: DIÁLOGO	
		RECONOCIMIENTO	
		SI	NO
PRACTICA	SI	37%	28%
	NO	10%	14%