

UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA



Tesis

**IDENTIDAD CULTURAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN
ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA DE LA I. E. JULIO C. TELLO, HUALMAY, 2019.**

**Tesis para optar el título de Licenciado en Educación nivel Secundaria –
Especialidad Ciencias Sociales y Turismo**

AUTOR

Bach. JORGE ARMANDO CADILLO SALAS

ASESOR

Dr. JORGE ALBERTO PALOMINO WAY

Huacho – Perú

2021

**IDENTIDAD CULTURAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN
ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA DE LA I. E. JULIO C. TELLO, HUALMAY, 2019.**

Bach. JORGE ARMANDO CADILLO SALAS

TESIS

Asesor: Dr. JORGE ALBERTO PALOMINO WAY

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE EDUCACIÓN
LICENCIADO EN EDUCACIÓN NIVEL SECUNDARIA – ESPECIALIDAD CIENCIAS
SOCIALES Y TURISMO.**

HUACHO

2021

Dr. JORGE ALBERTO PALOMINO WAY

Asesor

Dr. RAYMUNDO JAVIER HIJAR GUZMÁN

Presidente

M(o) OSCAR RUPERTO EZEQUIEL YANAPA ZENTENO

Secretario

M(o) LUIS ALBERTO MATOS PINEDA

Vocal

DEDICATORIA

Primero, a mi familia por sus consejos.

Segundo, a todos y todas que siempre me dieron su apoyo.

Tercero, a mis docentes de todos los niveles de mi educación.

Jorge Armando Cadillo Salas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los docentes de la Facultad de Educación que orientaron y enseñaron para consolidar mi formación profesional.

Jorge Armando Cadillo Salas

RESUMEN

Los adolescentes en la actualidad son fácilmente influenciados por factores externos en diversas formas de actuar, es así que tomando en cuenta la formación de valores ciudadanos y de identidad cultural han sido perdidos y reemplazados por otros nuevos pero que no pertenecen a nuestras tradiciones. A partir de ello se formuló el objetivo general, que era establecer la correspondencia entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

El estudio es una tesis descriptiva, de diseño correlacional, la muestra poblacional correspondió a 57 estudiantes del quinto de secundaria; se utilizaron como instrumentos dos cuestionarios con escala de Likert para ambas variables. El procesamiento estadístico facilitó la información que dio lugar a la afirmación de la hipótesis general, de la hipótesis general, se evidencia la correlación es de $r=0,635$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se admite la hipótesis alternativa. Existe correspondencia significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 63,5%.

Palabras clave: Identidad, cultura, medios de comunicación, aprendizajes.

ABSTRACT

Adolescents today are easily influenced by external factors in various ways of acting, so from the point of view of the formation of civic values and cultural identity they have been lost and replaced by new ones that do not belong to our traditions. . From this, the general objective was formulated, which was to establish the relationship between cultural identity and the media in fifth grade students of secondary education at the Julio C. Tello Educational Institution, Hualmay, 2019.

The study is a descriptive thesis, of correlational design, the population sample corresponded to 57 students from the fifth year of secondary school; Two questionnaires with a Likert scale were used as instruments for both variables. The statistical processing provided the information that led to the statement of the general hypothesis. From the general hypothesis, the correlation is evidenced is $r = 0.635$, with a value Sig <0.05 , the alternative hypothesis is accepted. There is a significant relationship between cultural identity and the media in students in the fifth grade of secondary education at the Julio C. Tello Educational Institution, Hualmay, 2019, with a moderate magnitude correspondence of 63.5%.

Keywords: Identity, culture, media, learning

ÍNDICE

PORTADA	1
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	7
ÍNDICE.....	8
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	14
1.2. Formulación del problema.....	15
1.2.1. Problema General.....	15
1.2.2. Problemas Específicos.....	16
1.3. Objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo General	16
1.3.2. Objetivos Específicos	16
1.4. Justificación de la Investigación.....	16
1.5. Delimitaciones del estudio.....	17
1.6. Viabilidad del estudio.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. Antecedentes de la investigación.....	18
2.1.1. Investigaciones internacionales.....	18
2.1.2. Investigaciones nacionales	19
2.2. Bases Teóricas	20
2.2.1. Identidad cultural.....	20
2.2.2. Medios de comunicación.....	28
2.3. Bases Filosóficas.	31
2.4. Definición de Términos Básicos.....	32
2.5. Formulación de Hipótesis.....	33
2.5.1. Hipótesis General	33

2.5.2. Hipótesis Específicas.....	34
2.6. Operacionalización de Variables	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	35
3.1. Diseño metodológico.....	35
3.1.1. Tipo de investigación	35
3.1.2. Nivel de investigación.....	35
3.1.3. Diseño.....	35
3.1.4. Enfoque	35
3.2. Población y muestra.....	35
3.2.1. Población.....	35
3.2.2. Muestra	35
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	35
3.3.1. Técnicas para emplear	35
3.3.2. Descripción de los instrumentos	36
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información.....	36
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	38
4.1. Análisis de resultados	38
4.1.1. Variable identidad cultural.....	38
4.1.2. Variable: medios de comunicación.....	40
4.2. Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov	41
4.3. Contratación de hipótesis	42
4.3. Discusión de resultados	45
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
5.1. Conclusiones.....	48
5.2. Recomendaciones	48
CAPÍTULO VI: FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	50
6.1. Fuentes Documentarias.....	50
6.2. Fuentes Bibliográficas	51
6.3. Fuentes Hemerográficas	52
6.4. Fuentes Electrónicas	53
ANEXOS.....	54
MATRÍZ DE CONSISTENCIA.....	54
CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL	56

CUESTIONARIO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN57

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Identidad cultural</i>	38
Tabla 2 <i>Dimensiones de identidad cultural</i>	39
Tabla 3 <i>Medios de comunicación</i>	40
Tabla 4 <i>Dimensiones de medios de comunicación</i>	40
Tabla 5 <i>Consecuencias de la evaluación de normalidad Kolmogorov-Smirnov</i>	41
Tabla 6 <i>Correlación entre identidad cultural y los medios de comunicación</i>	42
Tabla 7 <i>Correlación entre los valores culturales y los medios de comunicación</i>	43
Tabla 8 <i>Correlación entre las creencias culturales y medios de comunicación</i>	44
Tabla 9 <i>Correlación entre las normas culturales y medios de comunicación</i>	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Porcentaje de identidad cultural.....	38
Figura 2 Porcentaje de dimensiones de identidad cultural	39
Figura 3 Porcentaje de medios de comunicación	40
Figura 4 Porcentaje de dimensiones de medios de comunicación	41

INTRODUCCIÓN

Las tradiciones culturales del Perú son tan diversos, que se muestran en las costumbres, danzas y música, formas de vestirse, platos típicos, formas de hablar y de comportamientos encastarles, inclusive con la migración de los lugares de orígenes a otros, se siguen manteniendo las costumbres, esto se tiene en cuenta con las propias formas de mantener vigentes las tradiciones, como son las fiestas costumbristas y religiosas; pero las generaciones jóvenes, adolescentes y de infantes son muy renuentes a la continuidad de esas costumbres, eso permite identificar las causas que pueden originar esta situación, así se puede manifestar la discriminación que genera el uso de los medios de comunicación, viendo televisión, escuchando música o conectado a las redes sociales o informándose con los periódicos. La situación descrita es motivo de la investigación que se desarrolla, así en base el problema planteado por la relación que hay entre la identidad cultural y los medios de comunicación, para ello se eligió una institución educativa que recayó en el Julio C. Tello de la ciudad de Hualmay, se eligió a los alumnos del quinto grado de secundaria para aplicar los instrumentos de recolección de información. Se mantuvo una información teórica que sustenta a las variables y dimensiones que permite formular las hipótesis y su operacionalización; después de procesar la estadística los resultados permitieron encontrar la relación moderada entre ambas variables.

La estructura de la investigación es el resultado de la propuesta que se tiene del Reglamento de Grados y Títulos para estos casos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Las personas en el mundo sienten orgullo de su pasado cultural, los testimonios que hoy se observan en diferentes partes de los continentes generan admiración y respeto por el desarrollo logrado en la actualidad. Los estudios de la antropología y la folklorología presentan los catálogos en base a los monumentos, tradiciones, artesanías, costumbres, vestimentas, alimentación, danzas, música, entre otros. Todas estas manifestaciones producen un fenómeno humano al que se le denomina identidad cultural.

El Perú, es un país rico en las tradiciones culturales donde se manifiestan a través de la historia condiciones que nos dejaron los antiguos peruanos con las culturas precolombinas, así como también la fusión con la cultura española dominante en casi trescientos años de presencia en nuestro territorio, que impulso la formas de vivencia con los esclavos negros; pero habría que mencionar que ellos estuvieron bajo el dominio de la cultura árabe, por ello que muchas de las tradiciones que trajeron eran mestizas. Después de producida la independencia otras condiciones de mestizaje se produjeron en el Perú, con la influencia de otros países europeos, como la inglesa, francesa, italiana; pero también la muy prolija cultura asiática embanderada por los coolies chinos. De estas situación el Perú se convierte en la actualidad en un centro importante de la cultura mundial, como son los casos de la existencia de Machu Picchu considerada una de las siete maravillas de mundo moderno, así como todas las manifestaciones culturales de la cultura inca y pre inca, también todas las manifestaciones de tradiciones religiosas, mediante las danzas que han sido consideradas patrimonio cultural de la humanidad, y a no dudarlo la posición que hoy detentamos al ser considerados como uno de los dos países de mayor desarrollo de la culinaria, por la variedad de platos típicos y oriundos de las diversas partes del país. La descripción bastante apretada del desarrollo cultural del pueblo peruano es el manifiesto de la inmensa gama de orgullo que debemos sentir por lo nuestro.

Así como tenemos el orgullo de tener una identidad cultural peruana, hay formas producidas por la modernidad que están empujando a la pérdida de esta identidad, sobre todo los factores externos; es el caso de los estudiantes de las instituciones educativas que reciben en las diversas áreas de enseñanza las condiciones de la cultura peruana, pero el uso de la

tecnología y del internet propician en ellos un mayor contacto con formas culturales extranjeras, que van minando de a poco su identidad, o cambiando su forma de pensar con respecto a la cultura. Un caso típico de esta situación se presenta en la celebración instaurada el 31 de octubre de todos los años en el Perú, al que se denomina “día de la canción criolla”, pero los factores extranjeros muchos escolares sobre todo del nivel inicial participan de la fiesta del “día de las brujas” que es una manifestación de la cultura norteamericana. Esta alerta de pérdida de identidad es una preocupación que se observa en padres de familia y docentes de todos los niveles educativos.

Otro aspecto a tratar es que el mundo actual pertenece a una sociedad de mayor comunicación, la influencia del internet y el uso de la tecnología permiten que la comunicación sea sincrónica, desplazando las condiciones tradicionales de comunicación, lo mismo sucede con los medios de comunicación masivos. La televisión, la radio, los periódicos y revistas han tenido que asumir los nuevos retos de la comunicación virtual y la tendencia a estar informados en el momento que se produce la noticia. Los jóvenes que pertenecen al siglo XXI son considerados como nativos virtuales lo que los hace dependientes de las herramientas tecnológicas para poder desempeñarse.

Las condiciones presentadas entre la identidad cultural y la posibilidad de ir menguando su participación en poblaciones jóvenes es una alerta que las autoridades deben de tomar como una amenaza, de igual manera, la dependencia de los medios tecnológicos está consiguiendo una sociedad robotizada y carente de desarrollo autónomo, cada vez más dependiente de las redes sociales, y alejándose de la realidad.

La investigación en situaciones vulnerables que están sometidos los adolescentes por parte de los medios de comunicación es muy fuerte, lo que incide en la pérdida de identidad cultural, debe ser motivo para dedicarse a buscar respuestas a dicha problemática, por estas condiciones me propuse investigar la situación descrita en el centro escolar Julio C. Tello, de la jurisdicción de la UGEL 09 de Huaura, localizado en el distrito de Hualmay.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la correlación entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cuál es la correlación entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019?

¿Cuál es la correlación entre las costumbres culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019?

¿Cuál es la correlación entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Establecer la correlación entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

1.3.2. Objetivos Específicos

Identificar la correlación entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Determinar la correlación entre las costumbres culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Comprobar la correlación entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

1.4. Justificación de la Investigación

De la justificación teórica, la indagación permite utilizar los aportes de teóricos e investigadores al respecto de la identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes de la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay. Asimismo, se pudo contrastar la

correspondencia entre las variables propuestas, lo que, a su vez, contribuirá a explicitar con mayor precisión sobre los factores que inciden en la formación de nuestra identidad cultural.

De la justificación práctica, se aporta información actualizada sobre las condiciones de la identidad cultural en los escolares y las formas cómo inciden los medios de comunicación en las manifestaciones y actitudes.

De la justificación metodológica, se pone en práctica los métodos y técnicas de investigación que sostienen la condición descriptiva y correlacional de los resultados logrados en el estudio.

De la justificación social, se proyectó las propuestas de los principios de la educación peruana en lo consistente a la interculturalidad como respeto a las diversas manifestaciones de la cultura peruana.

1.5. Delimitaciones del estudio

El estudio realizado delimita condiciones que señala la participación de los estudiantes del centro escolar que fueron motivo de la muestra poblacional, en el aspecto teórico solo se pudo tomar en cuenta las definiciones y conceptos de la identidad cultural y de los medios de comunicación, así como de las dimensiones e indicadores que formaron parte del estudio. La delimitación espacial establece la indagación en el centro escolar Julio C. Tello, ubicado en el distrito de Hualmay.

1.6. Viabilidad del estudio

- **Teórico.** Se permite instituir la correlación entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria del centro escolar Julio C. Tello, Hualmay.
- **Práctico.** Porque permitirá establecer pautas y estrategias para utilizar adecuadamente la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria del centro escolar Julio C. Tello, Hualmay.
- **Docente.** Porque los resultados del estudio servirán para diagnosticar la situación actual de los estudiantes con relación a la identidad cultural peruana.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Para Mateus (2009) en su tesis *“Medios de Comunicación y su influencia en la identidad social de las víctimas. Estudio de caso: La detención masiva en el Municipio de Quinchía”* en la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Propone el objetivo: indagar en dos aspectos, en primer lugar, el reconocimiento de los quinchieños y en segundo lugar compartir los conocimientos que influencia a la cultura de forma permanente. (p. 6). La metodología: esta investigación fue estudio de caso (p. 4). La conclusión: Se manifiesta que el proceso histórico de la sociedad quinchileña ha formado una conciencia colectiva que es comunicada a todas las generaciones para que se mantenga incólume las manifestaciones culturales construidas en todos los años de gloria de los antepasados. (p. 118)

Según Rocha (2013) en su tesis *“Comunicación, identidad y medios digitales como elementos para lograr el éxito organizacional”* en la Universidad Nacional Autónoma de México. Propone el objetivo: Organizar diversas fuentes de conocimiento para establecer un documento que funcione como base a las organizaciones que necesitan desarrollar un plan inicial de comunicación o modificar y actualizar el presente para posicionarse y crear una buena reputación dentro del mercado haciendo uso de las nuevas tecnologías de la comunicación. (p. 8). La metodología: esta investigación fue cualitativa, cuantitativa. (p. 129). La conclusión: Un profesional de la comunicación organizacional deberá ser capaz de brindar asesoría técnica para ofrecer productos de comunicación; enseñar y desarrollar habilidades de comunicación con sus colaboradores en general de la organización; investigar y obtener información relevante que nutra los procesos de comunicación dentro de la organización; difundir filosofía organizacional de manera efectiva logrando permear en los integrantes de la misma; y también promover la misma filosofía en los públicos externos de la organización. (p. 134).

Para Loor (2017) en su tesis *“Estudio del contenido de la televisión comunitaria como generador de identidad cultural en relación a la aplicación de la ley orgánica de comunicación”* en la Universidad de Guayaquil. Propone el objetivo: Rediseñar la parrilla de programación del canal 47 TVMICC con el objetivo de fidelizar a sus televidentes y representar a la comunidad de Latacunga. (p. 88). La metodología: esta investigación fue no experimental

– transeccional. (p. 34). La conclusión: se realizó la observación de 12 programas del canal 47 TV MICC por lo tanto se concluye que estos programas no cumplen el art 37 LOC Derecho de acceso a las personas con discapacidad se debe traducir con subtítulos o lenguaje de señas. Sin embargo, los demás parámetros son cumplidos satisfactoriamente en los 12 programas analizados. (p. 86).

Según Beltrán y Pillaga (2013) en sus tesis *“Impactos culturales de los medios de comunicación en la Comunidad de Huayrapungo (San José de Masanqui), Canton Cañar”* en la Universidad de Cuenca. Propone el objetivo: revelar el grado de aculturación que los medios de comunicación ejercen en los distintos ámbitos de la sociedad y de manera especial en San José de Masanqui. (p. 15). La metodología: esta investigación fue mixta. (p. 100). La conclusión: se aprecia cierta desidia por parte de los gobiernos de turno también las autoridades municipales, que se refiere a la probación rural, que no han sido atendidos en sus necesidades, así como ignorar el pasado histórico que genera el orgullo de la cultura generada por las personas que vivieron en el pasado. (p. 155).

2.1.2. Investigaciones nacionales

Para Manrique y Hernández (2015) en su tesis *“Influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes residentes en la urbanización San Andrés-Trujillo”* en la Universidad Nacional de Trujillo. Propone el objetivo: Determinar cuál es la influencia de los medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes de la urbanización San Andrés, en Trujillo (p. 23). La metodología: esta investigación fue cuantitativo, cualitativo. (p. 50). La conclusión: Los medios analógicos informativos no influyen en la identidad cultural de las juventudes que habitan en la urbanización San Andrés, en Trujillo. No existe correspondencia estadística significativa entre los dos componentes estudiados. (p. 65).

Según Galván y Ramos (2013) en su tesis *“Medios de comunicación social (radio, televisión) en la formación de valores morales en los alumnos del 6to grado de la Institución Educativa N° 36003 del barrio de Santa Ana-Huancavelica”* en la Universidad Nacional de Huancavelica. Proponen el objetivo: Establecer el dominio de los Medios de Comunicación social en la alineación de valores morales en los discípulos del 6to grado del centro escolar N° 36003 en Huancavelica. (p. 5). La metodología: esta investigación fue básica, descriptiva. (p. 36). La conclusión: Los medios de declaración (radio, televisión) tienen un rol trascendente en

el proceso evolutivo de la sociedad, en el sentido que de ella depende la forma de actuar de las personas que la conforman. (p. 59).

Para Durand (2017) en su tesis *“Los Medios de Comunicación de mayor consumo en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017”* en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Propone el objetivo: Identificar qué medios de comunicación consume la metrópoli más convulsa del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017. (p. 5). La metodología: esta investigación fue no experimental descriptivo de corte transversal. (p. 16). La conclusión: la población encuestada, como primera opción para informarse de diversas noticias, prefiere América TV (56,8) sobre otros medios televisivos. En tanto, RRP, con 51.9%, es el medio de mayor preferencia sobre otras emisoras radiales. Se puede concluir que ambos medios de comunicación audiovisual lideran la preferencia de la metrópoli más convulsa del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, porque además de contar con programas cuyos contenidos aborda temas de coyuntura local, también se respaldan en programas noticiosos de cobertura nacional. (p. 38)

Según Berrospi (2014) en sus tesis *“El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012”* en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Propone el objetivo: Relatar la marca de los programas de diversión de televisión en la alineación y progreso de la identidad cultural de los discípulos de secundaria en instituciones educativas trascendentes de la ciudad de Huánuco el año 2012. (p. 11). La metodología: esta investigación fue descriptivo-correlacional. (p. 47). La conclusión: los dueños de las empresas de comunicación, siempre se han opuesto al control de sus empresas por parte del estado. Pero es evidente que las condiciones en que se presentan los programas propalados no generan cultura, solo permiten la regresión de elementos que distorsionan la cultura de los pueblos, lo que en las instituciones educativas posibilita que los estudiantes de diferentes grados de estudios se limiten a observar y validar esos contenidos negativos para la cultura local, ello está incidiendo en la pérdida de la identidad cultural en los estudiantes de las instituciones educativas de las ciudad de Huánuco. (p. 119).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Identidad cultural

La identidad

Identidad es la condición de representación de las personas tal y como son en realidad, esto se manifiesta cuando se relacionan a un determinado espacio, en la que se adopta la cultura, los valores y tradiciones que los hace diferentes a otros grupos culturales. Para Boggio y Lora (1973) lo definen como “La seguridad de sentirnos pertenecientes a una determinada cultura, nos hace sentir a gusto, orgullosos, creadores, seguros de desarrollarla. Eso significa identidad cultural” (p. 35). Esta definición es una propuesta que se vincula al sometimiento de un grupo de poder por encima de otros que son desposeídos de esa riqueza, que fueron sometidos inclusive con el dominio de la cultura. También Fukumoto (1986) señala “El término identidad tiene tres acepciones de uso particular: quién o qué es, la que se usa con insistencia en nombre, sexo y edad; la acepción psicológica referida a la aceptación psicosocial del propio yo; y la identidad cultural” (p. 52). Las tres formas de concebir a la identidad pasan por las formas que se manifiestan, en algunos casos solo se vincula a las manifestaciones culturales, en otros casos son los vínculos territoriales de la vivencia de las poblaciones, por último, hay una condición psicológica de pertenencia entre las personas que defienden las cosas comunes que tienen en sus territorios.

Un aspecto a tener en cuenta al respecto de identidad, son las dos formas de concebirla, por un lado, la identidad cultural y por otra identidad nacional. Al respecto Tarazona (2011), afirma que la identidad es “una tarea colectiva que buscaría lograr que los jóvenes asuman su sentido de pertenencia e identificación con su pasado y su cultura y, además, tengan una visión crítica frente a los intereses contrarios al interés nacional” (p. 23). Esto se entiende como la forma en la que se expresa la cultura de los pueblos. Vega y otros (1997), señalan al respecto:

La identidad cultural de un pueblo depende de tres factores: el histórico, el lingüístico y el psicológico-religioso. La importancia de esos factores varía según circunstancias históricas y sociales. Sin la concurrencia de los tres no habrá identidad cultural plena, ya sea un pueblo o un individuo. (p. 45).

Para los autores es importante señalar que la identidad se forma por la unidad lingüística, histórica y mítica religiosa, la inexistencia de alguno de ellos no genera en los pueblos la identidad cultural.

La presencia en el Perú de múltiples culturales heredadas de las que existieron en el pasado autónomo, y que posteriormente se mezclaron cuando llegaron otras cultural a nuestro territorio, es por ello que se puede afirmar que el Perú es un país heterogéneo, en su territorio, su cultura y sus manifestaciones, que viven en sus propios espacios, pero que se deben respetar con el proceso denominado interculturalidad. El MINEDU, que centraliza la educación y por ende la

enseñanza de las manifestaciones de la cultura peruana establece los currículos de enseñanza dotados de las manifestaciones de identidad cultural de nuestros pueblos; así también con la implementación del Ministerio de Cultura, se tiene una excelente oportunidad para que las manifestaciones de la cultura se mantengan protegidas y reproducidas en el tiempo. Precisamente para el MINEDU (2004), al tratar sobre la identidad cultural manifiesta:

La existencia de la cultura de los pueblos debe garantizarse con la enseñanza de las manifestaciones culturales desde los primeros años de estudios a los niños y niñas, que como es consabido aprenden por imitación, si no hay preocupación de generar esas condiciones los niños crecerán sin hacer propios las manifestaciones culturales que lo ligan a sus orígenes, más bien terminan siendo influenciados por las culturas foráneas. (p. 19).

Se pone énfasis a los problemas de pérdida de la identidad, debido a la falta de educación sobre la trascendencia e importancia de las manifestaciones culturales logradas a través de la historia de los pueblos, cuando en base a la influencia de las culturas extranjeras dominantes influyen costumbres foráneas a los pueblos, en el caso de nuestro país, así como el resto de los denominados países de habla hispana o latinoamericanos comparten momentos de su historia común, por lo que se asemejan en su manifestaciones culturales del dominio español en nuestro continente. Lo que ha demorado en las manifestaciones culturales que dominan la identidad cultural, han sufrido un retraso en las investigaciones, que puede decir que los primeros estudios vinculados al tema se han instaurado a mediados de la década del 80 del siglo pasado. Este caso es propuesto por Gissi (1982) quien señala que:

Se ha combatido las formas de coloniaje que se impusieron desde el extranjero los países dominantes, por ello que se precisa que las condiciones de respeto a la cultura propia sea una exigencia de todos los pobladores que comparten el mismo territorio, las mismas tradiciones, el mismo idioma, la misma historia. No se puede entender que la identidad cultural sea un sinónimo de conflictos de dominios de una cultura sobre otra. Existe el compromiso de coexistencia y convivencia de las diversas cultural generando sus propias manifestaciones de la identidad cultural, que los diferencie de otros grupos. (p. 72).

Para Vergara y Vergara (2002), la posición que se afirma sobre la identidad cultural en Latinoamérica, señala:

Es un proceso en construcción, en la que deben de participar todos los integrantes de las naciones y etnias que los conforman. Así es el caso de la denominada cultura indígena que se orienta a recoger las manifestaciones del pasado, otro caso es el dominio de la cultura española, que se entiende como imposición y mestizaje dominada sobre todo por la iglesia católica; un tercer caso es la imposición de la cultura occidental fundamentalmente europea, que se manifiesta en aspectos políticos y de imposición ideológica que acrecentó al brecha de igualdad y con ello se hace más difícil de manifestar una verdadera identidad cultural de todos los pueblo de América Latina. Por ello se ve como consecuencia de lo manifestado que las naciones defienden su identidad, pero que no aceptan la interculturalidad o respeto a la convivencia de las culturas propias dentro de un mismo territorio. (p. 49).

Se puede deducir que la identidad se refiere a la fisonomía que se manifiesta entre las personas o grupos de personas que tienen existencia propia y autónoma; es más se puede señalar que son las diferencian con otras formas de vida en diversos territorios. Cuando existen culturas dominantes y tienen en sus manos el manejo de los medios de comunicación, éstos son los que de a poco van minando los conocimientos culturales propios y que se vayan aculturando las manifestaciones extranjeras con lo que se pierde la identidad de los pueblos. El mundo globalizado y la imposición de los modelos económicos, así como el dominio de los medios de comunicación fomentan la pérdida de la identidad cultural. Para Mendo (1991) al respecto señala “La pérdida de la identidad cultural se produce cuando los conocimientos y valores provenientes de otras realidades se imponen en una sociedad distinta, torciendo y sometiendo la práctica, la vida y la praxis humana” (p. 54). También Maturano (2001), señala las condiciones que posibilitan el debilitamiento de la cultura propia “Por migración y mestizaje cultural, por colonialismo e imposición, por libertad de tener y aparentar tener, por globalización industrial que convierte a todos en consumidores, por el progreso integrador y modernizador mal orientado, y por el racismo y la intolerancia” (p. 92). Todo lo que esta manifestado permiten ubica a nuestro país en un territorio donde conviven múltiples formas culturales, manifestaciones lingüísticas, y tradiciones y costumbres diversas, permiten definir al Perú como un país heterogéneo donde conviven las diversas culturas que generan sus propias formas de identidad que puede ser considerada como desventaja en la búsqueda de una identidad nacional propia.

La cultura

La definición de cultura es tratada por varios autores, para la investigación tomamos la que señala Ander Egg (1987), para él la cultura

Son manifestaciones intelectuales como saberes, creencias, valores; y materiales como los objetos. Se considera cultura el arado, el automóvil, cómo usar el pañuelo, las reglas del fútbol, el modo de criar a los niños, la ópera o un avión. También son cultura las herramientas, los sistemas científicos, y las reglas de conducta.

Con ello se entiende que la cultura es una forma creadora que tiene que ver con las construcciones materiales y creencias espirituales, que se han desarrollado en el proceso histórico cuando se enfrentaron al contexto natural y social. El Perú como país multirracial, multilingüe y pluricultural tiene grandes brechas en la unificación de una sola cultura propia. Al respecto Marzal (1989), señala “El referente conceptual de cultura nos obliga a reconocer que el Perú milenario no tiene una cultura única, compartida por todos, sino varias con diferentes niveles de desarrollo y presencia demográfica” (p. 62). Ello se entiende que la cultura es el resultado de la creación humana a través del tiempo y que se ha manifestado en el contexto social de la vida de las personas. Para Vega y otros (1997), señala “Hay cientos de definiciones de cultura, una síntesis nos lleva a definir qué cultura es todo lo que el hombre crea para satisfacer sus necesidades materiales y espirituales, tanto un automóvil como una partitura de Beethoven” (p. 32). Se contextualiza la definición de cultura a las condiciones de creación material de objetos que han podido ser utilizadas y con ello satisfacer las necesidades de las personas en un determinado territorio.

Los aspectos de la cultura humana se centran en la existencia de tres condiciones, una que es global, pero en cada uno de los territorios son manifestaciones propias que se diferencian de otras por las características que se han impuesto en los territorios, en formas, tamaños, y tradiciones, entre otros. Al respecto Anda (2003), señala:

La cultura es un conjunto de rasgos distintivos que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado, englobando modos de vida, ceremonias, tecnología, valores y derechos fundamentales. A través de la cultura el hombre toma conciencia de sí mismo, cuestiona su obra y busca nuevos significados, creando obras que le trascienden. (p. 40).

La conciencia colectiva en la formación de la cultura permite hacer fuerte las manifestaciones, pero cuando esto no sucede las condiciones culturales van desapareciendo. En el Perú el punto de vista de Salazar (1976) señala que en el Perú la población cae en el externo

de la alienación y la negación de la cultura propia, la privación de manifestarse en defensa de la cultura propia hace vivir a las poblaciones a la espalda de la realidad cultural de los pueblos del Perú.

Algunos autores proponen el dominio de una cultura contra otra y su imposición por se dominante y la otra la dominada, como es el pensamiento de Freire (1992), que la señala como la invasión cultural. También al respecto escribe Barriga (1997), señaló:

Las culturas dominantes pueden influencias en las culturas dominadas, que se presiona mediante la condición económica de los países pobres y son más proclives a perder su identidad, la cultura dominante impone sus modelos culturales y las sociedades dominadas aceptan esa imposición, con ello se pierde la autonomía y los valores de la tradición histórica de la cultura. (p. 37).

Para Chuquiyaury y Soto (2007), promueven que “la cultura tiene elementos comunes, el caso lingüístico, las formas de vida, las costumbres y tradiciones, y presenta situaciones funcionales para diferenciar a las poblaciones en base a sus elementos culturales y las formas de actuar” (p. 59). Lo cierto que la cultura es única, pero se puede manifestar de formas diversas en base a la herencia recibida de los antepasados.

Identidad cultural

Ramirez y Boggio (2000), señala que:

La identidad es la manifestación de pertenencia individual o colectiva de las personas, que recoge las vivencias del pasado histórico, que representa las formas de desarrollo socio emocional y que han sido responsables de modificar la naturaleza para adaptarse a vivir en las condiciones presentadas. Lo identidad propicia la interacción de todas las personas en un determinado espacio geográfico. (p. 72).

Todos los pueblos presenta su identidad cultural, que es el orgullo de lo que se puede tener en un territorio y de las personas que habitan el territorio y comparten las condiciones en común.

Vergara y Vergara (2002), señala:

Este proceso está mediado interactiva y comunicativamente, y permite el autorreconocimiento y la autonomía. Se construye desde la tradición, pero mantiene con ésta una relación crítica. No se refiere únicamente al pasado, sino también al

presente y a lo que se quiere ser. Desde este punto de vista, es también un principio de resistencia, frente a lo percibido como amenaza, alteración o dominación. (p. 36).

El MINEDU (2003), señala al respecto que la identidad cultural es:

Aquella capacidad que permite al alumno percibir de manera clara quien es y qué rol desempeña en el conjunto de las relaciones sociales de su comunidad. En esta línea se enfatiza su sentido de pertenencia a una familia, comunidad y país y, por tanto, su identificación con sus valores propios en una actitud de adhesión y compromiso. La misma institución plantea el concepto de identidad comprende una primera dimensión de autoestima, y como una segunda dimensión ya considera el aspecto cultural. También señala que la autoestima se manifiesta por la valoración de sí mismo como persona que comparte códigos culturales con la sociedad de la que es miembro. Sin embargo, ésta supone asumir como punto de partida la conciencia de multiculturalismo, es decir de la existencia de diversos grupos socioculturales en el interior y exterior del país. (p. 28).

Para la psicología, Alarcon (2006), aporta “La identidad es la organización de los impulsos, capacidades, creencias e historia del individuo en una imagen sostenida del Yo; representa elegir y tomar decisiones deliberadas, particularmente sobre la vocación, orientación sexual y filosofía de vida” (p. 61). En esta solo se menciona como identidad a las características propias que las personas pasan como forma de representar sus actitudes y conductas que depende de la organización de los adultos por compartir las experiencias del desarrollo de su cultura. Una propuesta psicológica es la que plantea de que las personas pueden lograr como ellas lo predisponen y continuar con las experiencias culturales logradas. También Alarcon (2006), señala:

Si los adolescentes tienen éxito, según se refleje en la reacción de los demás, en integrar sus roles en diferentes situaciones de modo que vean una continuidad en la percepción de sí mismos, la identidad se desarrolla. Si no son capaces de lograr estabilidad en varios aspectos de su vida, el resultado es la confusión de roles. (p. 47).

También Capella (1991), llamó identidad nacional:

La conciencia y el sentimiento que tienen los integrantes de una nación de pertenecer a una colectividad que posee características específicas, que la distinguen de las demás; identidad alcanzada por sus miembros, claro índice de que una nación es una

colectividad cuyos integrantes son conscientes de sus rasgos distintivos y diferentes frente a otras colectividades nacionales. (p. 72).

También muchos autores e investigadores señalan que la identidad cultura de nuestros pueblos está en etapa de construcción, para lo que se tienen que ayudar los elementos educativos y las manifestaciones de los medios de comunicación que apunten a la difusión de los principales elementos de nuestra cultura. El caso de Manrique (2006), que propone que “para construir nuestra identidad debemos hacer un esfuerzo conjunto el Estado y todos los ciudadanos de la nación peruana, que compartimos cosas comunes, aunque nos separa las condiciones económicas y sociales” (p. 36).

Dimensiones de identidad nacional

Para la investigación se considera como dimensiones tres condiciones que deben de poseer las personas que mantienen una condición especial en su identidad, así lo señala Morrison (1999) citado por Valdivia (2012), son valores culturales, creencias culturales y normas culturales.

Valores culturales

Son diversas formas de manifestación de las personas que consideran al pensamiento y las formas de convivencia e interrelación con las personas que comparten un mismo territorio. En el caso de Morrison (1999), llegó a la conclusión que “para hablar de valores culturales hay que precisar la historia misma de las personas de la comunidad” (p. 18).

Creencias culturales

Son los sentimientos dogmáticos que se han establecido por años y van como herencias de las personas, estos se conciben dentro del soporte socio emocional que se manifiesta en las personas que viven en un determinado territorio común a todos ellos. Las costumbres se manifiestan de forma abierta y pública.

Normas culturales

Las normas son leyes establecidas que regulan el comportamiento de las personas que forman parte de una determinada cultura. Las leyes o normas no son estatuidas como un marco legal, solo se utilizan para el cumplimiento de los deberes y las facultades de derechos que se otorga a las personas en base a las creencias culturales que se han heredado de padres a hijos a través de la historia.

2.2.2. Medios de comunicación

Los medios de comunicación son formas organizadas que se tienen en la sociedad, se encargan de la difusión de las informaciones y conocimientos producidos en diversas parte de los territorios. Tienen una condición de medios masivos porque su alcance siempre va de un emisor para muchos receptores, y con el tiempo se han desarrollado y mpas aún con la tecnología se ha acrecentado su poder en el mundo gracias al internet. Algunas definiciones que acompañan en la investigación son, Avogrado (2002), quien señala que “los medios de comunicación cumplen el rol de mediación entre las personas y el contexto social y natural de su alrededor, agrega que la función exclusiva es la de comunicar para lo que se adapta a diferentes formas de cultura” (p. 21). Bony (2008) señala que los “Medios de Comunicación pueden diferenciarse en hablados o escritos, y que son determinados por el gusto del público que acoge sus servicios” (p. 28). Otra definición se encuentra en Concepto.de (2020), en el que se manifiesta “ es el que permite todo tipo de información o comunicación, y que mantienen su condición de medios masivos, es el que permite transmitir los mensajes de manera ordenada a una gran asa de receptores de la información” (párr. 4).

Consumo de Medios

Se hace una medida del consumo de los medios en función de cuál de los medios puede ser más utilizado para informarse, en este caso como señala Piscitelli (2006), al referirse al consumo propone que hay personas que tienen poco contacto o limitado tiempo para contactarse, pero hay otros que tienen un tiempo mayor para disfrutar de las diversas formas de comunicación que existen. Los consumidores de los medios de comunicación también se pueden medir como nivel de consumo en base a las condiciones económicas que sustentan los gastos que ocasione dicho consumo. Se refiere a los costos del servicio o el consumo.

Información

La información está constituida por diversos conocimientos o circunstancias que han sido generadas en la interacción de las personas, así como de la interrelación con la naturaleza. Se infroma todo lo que es novedoso, lo que le interesa a las personas. Para que exista información deben de tener vigencia quien proporcione la información y quienes puedan informarse con la intención de ampliar sus conocimientos. La información que relaciona a los medios de comunicación es la que permite sus trasmisión por medios hablados, escrtos o televisados, y en la actualidad mediante las dibversas redes sociales que exstem gracias al internet. Para Paoli (1990), al referirse a la información lo relaciona con el actuar de las personas, y que se pueda

utilizar para acrecentar los conocimientos, la información debe estar estructura de modo que se a comprensible por quienes necesitan ser informados.

Dimensiones de medios de comunicación

Al respecto se consideran 4 componentes de los medios de comunicación, en este caso son los periódicos, la radio, la televisión y las redes sociales.

Periódicos

El periódico es un medio de comunicación masivo, en formato impreso o digital, que admite informar referencias nuevas o argumentos de novedad y utilidad oficial. El periódico posee gran trascendencia y vale para comunicar, suscitar, convencer y constituir sentires a un gran número de pobladores. Su propagación puede ser cotidiana, semanario o mensual. Los periódicos de serie cotidiana revistan ser de originaria publicación o publicación matinal, es decir, se expresan a primera hora de la alborada. En caso de propagar a última hora de la tarde se designa impresión al atardecer.

Es el axioma de carácter de los medios de comunicaciones y los mismos son divulgados de representación habitual, de allí se desglosa su nombre. El arquetipo de periódico más conocido es el diario, nombre que recibe porque su tirada es diaria, y es de carácter informativo. En la actualidad, los diarios y periódicos igualmente refieren con su adaptación online, es decir, que poseen apariencia en internet.

Los periódicos de circulación nacional que se publican a diario y generan corrientes de opinión que más difusión tienen, están divididos en función de los recursos económicos. Los que son más costosos corresponde al diario El Comercio, en escala menores corresponde el diario Gestión, el diario el Peruano y la República. Los otros son los más cómodos y populares, como son el diario Correo, Ojo, Bacan, Bocón, el Chino, Expreso, Popular, Exitosa, así como los de tendencia deportiva, entre otros. Otros casos especiales de edición escrita son las revistas que se editan como semanarios, con son el caso de Caretas, Hildebrandt en sus trece, entre otros. Todos estos medios de comunicación escritos tienen en la actualidad sus versiones en internet.

La Radio

Es el medio de comunicación que utiliza las ondas de trasmisión de la atmósfera de la Tierra, y puede trasmitir la comunicación oral. Se utiliza un amplificador y comunicador que es un invento de comienzos del siglo XX, y que cada vez se ha ido perfeccionando, en este proceso se han definido en AM (Amplitud Modulada) y FM (Frecuencia Modulada). Para Romo (1987),

se trata de la aplicación de las ondas que permiten emitir los sonidos, en la que interactúan las personas que emiten la información y otras que se convierten en receptores de la información en el mismo tiempo. La información que se propala en las radios hace posible que estas lleguen a los lugares más apartados donde muchas veces no pueden llegar otros medios de comunicación social. En la actualidad la información que se emite por las radios se puede clasificar en programas de entretenimiento musical, de comunicación de noticias, de aportes religiosos y de política en algunos casos.

En el Perú las radioemisoras han formado grupos empresariales que han agrupados diversos medios o emisoras, así tenemos el grupo RPP que es dueña de radio Capital, RPP noticias, Oxígeno, entre otras que difunden programas al gusto de los usuarios de cada una de ellas, el grupo exitosa, Radio Mar, Radio Panamericana, otras radios solo se dedican a los programas de música juvenil, música del recuerdo, música criolla, como son la Radio Que buena, Radio Cumbia, Radio Corazón, Radio Moda, Radio Oasis, entre otras. Como se ve hay emisoras al gusto de las personas.

Televisión

Cuando las personas quieren estar comunicadas y actualizadas en la información tanto visual como auditiva se vinculan a la forma de comunicación audio visual, para ello se entra en contacto una herramienta que ha evolucionado con el tiempo, es así que este aparato puede reunir a su alrededor a todos los integrantes de la familia para disfrutar sus contenidos. La televisión hoy es indispensable para la vida de las personas, pero también es la forma más alienante que se puede utilizar por parte de las sociedades dominantes en la cultura de los pueblos.

Así para Fernández (1994), la televisión es una forma de comunicarse que llega a atender a una población multitudinaria que son habidos de información y entretenimiento. Para Burga e Idrogo (2018), la televisión es la forma de usar una herramienta que posibilita captar imágenes en movimiento y sonidos compartidos, que llegan a las personas mediante las ondas del espectro magnético de la atmósfera. Al respecto se hace alusión a la complejidad de los equipos que se utilizan para realizar las transmisiones por parte de las empresas televisivas, y por parte de los usuarios es la adquisición de los equipos de televisión, que con el transcurrir del tiempo han sido modificados para satisfacer las necesidades de la población consumidora de este tipo de comunicación. Los programas televisión pueden propalar programas para todo tipo de personas, por edades y gustos. Pero también es un fuerte instrumento de dominio de los grupos de poder,

ya que la influencia de los líderes de opinión que conducen la información televisiva alcanzan un gran poder entre los televidentes.

En el Perú se han establecido canales de televisión de señal abierta, así como de señal cerrada, entre las que destacan los grupos de América televisión, Panamericana televisión ATV televisión, Frecuencia Latina televisión, IRTP que es el canal del Estado Peruano. La posibilidad de mayor oportunidad también se manifiesta en la señal de televisión por cable a la que se accede mediante el pago de los servicios, así se pueden tener a canales de todos los países del mundo.

Redes Sociales

Se considera que son las diversas formas de la tecnología contemporánea que mediante el uso del internet permiten una comunicación en directo sin restricciones del lugar o la distancia entre las personas. Estas formas modernas de comunicación han reemplazado a las tradicionales sobre todo en las poblaciones más jóvenes.

Todas estas formas de comunicación masiva influyen de diversa forma en la generación de la conciencia colectiva, y pueden controlar las formas y manifestaciones de la cultura, de las actividades, de la moda y las diversas formas de comportamiento de la sociedad que se convierte en usuarios de dichos medios de comunicación.

2.3. Bases Filosóficas.

El fundamento gnoseológico

Se basa en los estudios prácticos que se han desarrollado sobre la identidad cultural como una manifestación de vida de los seres humanos que se presentaba en la interrelación en el medio natural, también de forma práctica las manifestaciones de comunicación primero como formas de comunicación directa y luego convirtiéndose en una necesidad de los grupos sociales.

El fundamento epistemológico

Sustentado en la investigación científica en condiciones de relaciones de causa y efecto, esto se entiende desde que se sustentó la teoría suficiente sobre la identidad cultural como parte de las creaciones humanas y como parte de su cultura, desde el punto de vista de la antropología las personas de una determinada región mantienen las tradiciones y costumbres aprendidas como herencia de padres a hijos, lo que pasó a convertirse en identidad cultural; por otro lado la necesidad de comunicarse a grandes grupos sociales se desarrollaron diversas formas de

comunicación utilizando los canales de percepción así como el avance de la ciencia, así vemos la existencia de periódicos, la radio, la televisión y la gran revolución de las redes sociales. Estas condiciones de existencia de las condiciones descritas fundamentan la investigación que se está desarrollando.

2.4. Definición de Términos Básicos

Comunicación. Es la forma más importante del relacionamiento de las personas, y animales. Para ello se debe tener presente dos elementos el emisor y el receptor, así como un canal y el mensaje que se desea transmitir. Puede desarrollarse de manera oral y gestual en caso de las personas.

Comportamiento. Formas de actuación de las personas que muestran las actitudes y las conductas establecidas en las personas, se clasifica en función de la forma de ser de las personas y la interrelación con otras.

Creencias culturales. Se refiere a las formas del pensamiento que diferencian a las personas que habitan un determinado territorio.

Cultura. Son las diversas manifestaciones que han sido creadas y difundidas por las personas en el tiempo, que caracterizan al desarrollo evolutivo de la especie humana que lo diferencian del resto de animales. La cultura permite a las personas distinguirse en diferentes aspectos de la interrelación social.

Identidad. Son los diversos rasgos que se presentan para diferenciar a las personas en cuanto a su forma de ser y comportarse en la sociedad. Es un rasgo distintivo de los seres humanos.

Identidad cultural. Formas distintivas que representan a diversas nacionalidades, que muestran orgullo de la creación de su pasado histórico que los hace diferentes a otros grupos humanos.

Medios de comunicación. Son formas organizadas que se tienen en la sociedad, se encargan de la difusión de las informaciones y conocimientos producidos en diversas parte de los territorios.

Normas culturales. Son las diversas reglas establecidas por las naciones y que deben ser respetadas como una tradición o costumbres de los pueblos.

Periódicos. Es uno de los medios de comunicación masiva que permite transmitir información escrita e icónica, tiene una gran aceptación en función de los mensajes que se transmiten. Pueden ser editados en forma diaria, semanal o mensual.

Radio. Es un medio de comunicación masiva que puede llegar a tener una gran audiencia entre los usuarios. Para lograr sus objetivos utilizan las ondas radio magnéticas que existen en la atmosfera de la Tierra.

Redes sociales. Se considera que son las diversas formas de la tecnología contemporánea que mediante el uso del internet permiten una comunicación en directo sin restricciones del lugar o la distancia entre las personas. Estas formas modernas de comunicación han reemplazado a las tradicionales sobre todo en las poblaciones más jóvenes.

Sentimiento. Es una manifestación de las personas orientadas por las formas de percibir los estímulos en función de lo que sucede alrededor de las personas. Las manifestaciones se relacionan también con la forma de comportarse de las personas.

Televisión. Es una de las formas de comunicación masiva que hicieron su aparición a comienzos del siglo XX, pero que han tenido un desarrollo sostenido en el tiempo, desde el uso de televisores en blanco y negro, para pasar al de colores, de la televisión analógica, la digital y satelital. Utiliza las imágenes y sonidos para poder transmitir la información y en la actualidad es una herramienta casi insustituible de la sociedad.

Valores culturales. Se considera que son formas de considerar el grado de atención que se debe de brindar a las manifestaciones de la cultura de los pueblos, estos valores pueden ser el de respeto y tolerancia a esas manifestaciones.

2.5. Formulación de Hipótesis

2.5.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

2.5.2. Hipótesis Específicas

Existe relación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Existe relación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Existe relación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

2.6. Operacionalización de Variables

Variable 1: Identidad cultural

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Formas distintivas que representan a diversas nacionalidades, que muestran orgullo de la creación de su pasado histórico que los hace diferentes a otros grupos humanos.	Valores culturales	Patrón de conducta Forma de pensar Forma de actuar	Cuestionario de identidad cultural
	Creencias culturales	Secuelas generacionales Sentimientos genuinos Costumbres populares	
	Normas culturales	Formas de comportarse Reglas de comportamiento Conductas grupales	

Variable 2: Medios de comunicación

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Son formas organizadas que se tienen en la sociedad, se encargan de la difusión de las informaciones y conocimientos producidos en diversa parte de los territorios.	Televisión	Programas Tiempo dedicado Aprendizajes	Cuestionario sobre medios de comunicación
	Radio	Programas Tiempo dedicado Aprendizajes	
	Redes sociales	Integrados Tiempo dedicado Aprendizajes	
	Periódicos	Preferencias Tiempo dedicado Aprendizajes	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

Es descriptiva.

3.1.2. Nivel de investigación

Es básica.

3.1.3. Diseño

Es correlacional.

3.1.4. Enfoque

Tiene enfoque cuantitativo.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población es de 57 escolares del quinto grado de secundaria.

3.2.2. Muestra

También es de 57 escolares.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas para emplear

Cuestionario sobre identidad cultural.

Cuestionario sobre medios de comunicación.

3.3.2. Descripción de los instrumentos

El cuestionario sobre identidad cultural está elaborado en base a la escala de Likert, buscando completar la información requerida para el estudio.

El cuestionario sobre medios de comunicación está elaborado en base a la escala de Likert, buscando completar la información requerida para el estudio.

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información.

Se desarrolla el proceso descriptivo e inferencial que muestran tablas y figuras.

Se buscará hallar el coeficiente de correlación de Spearman.

Confiabilidad

A partir de las varianzas: el alfa de Cronbach se calcula:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right],$$

Donde

- S_i^2 es la varianza del ítem i ,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- K es el número de preguntas o ítems.

A partir de las correlaciones entre los ítems: el alfa de Cronbach se calcula:

$$\alpha = \frac{np}{1 + p(n-1)},$$

Donde

- n es el número de ítems y
- p es el promedio de las correlaciones lineales entre cada uno de los ítems.

Midiendo los ítems de la variable identidad cultural

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,856	20

Midiendo los ítems de la variable medios de comunicación

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,821	26

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

4.1.1. Variable identidad cultural

Tabla 1

Identidad cultural

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Alto	14	25
Medio	27	47
Bajo	16	28
Total	57	100,0

Fuente: cuestionario a estudiantes

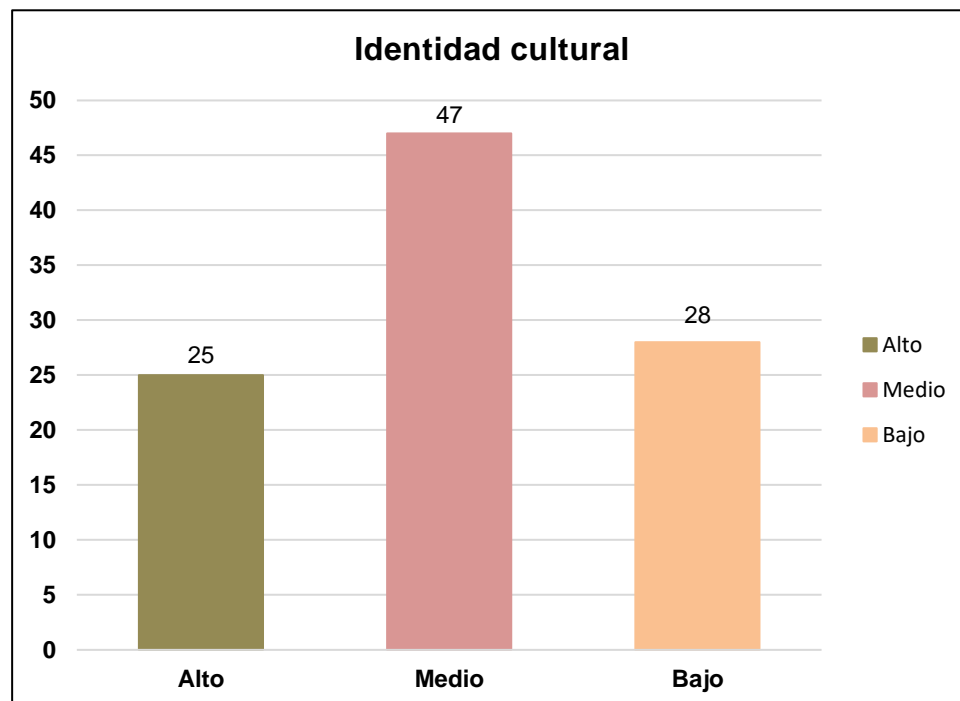


Figura 1 *Porcentaje de identidad cultural*

Interpretación

De la tabla 1 y la figura 1, el 47,0% de los escolares muestran el grado medio en la variable identidad, el 28,0% tienen grado bajo y un 25,0% lograron un grado alto.

Tabla 2

Dimensiones de identidad cultural

Niveles	Valores culturales		Creencias culturales		Normas culturales	
	f	%	f	%	f	%
Alto	17	30	21	37	19	33
Medio	31	54	28	49	29	51
Bajo	9	16	8	14	9	16
Total	57	100,0	57	100,0	57	100,0

Fuente: cuestionario a estudiantes

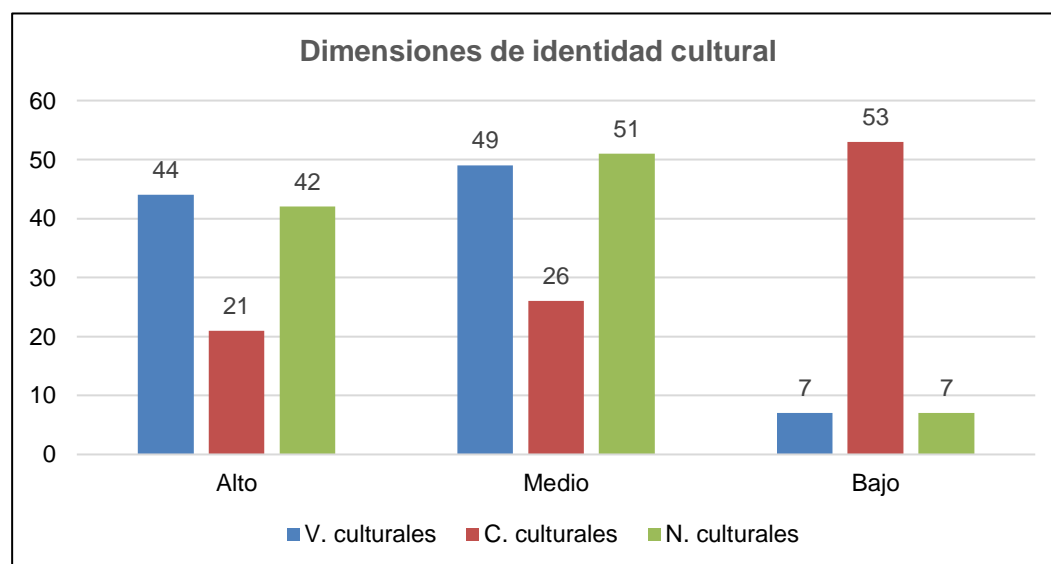


Figura 2 Porcentaje de dimensiones de identidad cultural

Interpretación

De la tabla 2 y la figura 2, el 49,0% de los escolares muestran el nivel medio en los valores culturales, el 44,0% tienen grado alto y un 7,0% lograron un grado bajo; un 53,0% de estudiantes manifestaron un grado bajo en la dimensión creencias culturales, el 26,0% señalan un grado medio, y el 21,0% en el grado alto; un 51,0% manifiestan un grado medio en la dimensión normas culturales, el 42,0% consideran el grado alto y el 7,0% el nivel bajo.

4.1.2. Variable: medios de comunicación

Tabla 3

Medios de comunicación

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Alto	19	33
Medio	21	37
Bajo	17	30
Total	57	100,0

Fuente: cuestionario a estudiantes

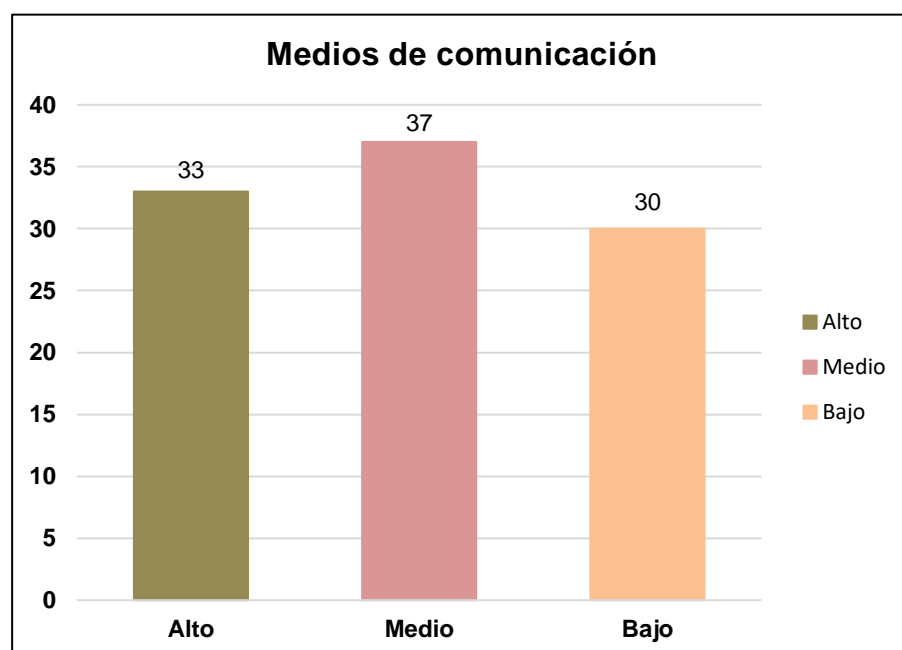


Figura 3 *Porcentaje de medios de comunicación*

Interpretación

De la tabla 3 y la figura 3, el 37,0% de los escolares muestran el grado medio en los medios de comunicación, el 33,0% tienen grado alto y un 30,0% lograron un grado bajo.

Tabla 4

Dimensiones de medios de comunicación

Niveles	Televisión		Radio		Redes sociales		Periódicos	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Alto	25	44	12	21	24	42	26	46
Medio	28	49	15	26	29	51	23	40
Bajo	4	7	30	53	4	7	8	14
Total	57	100,0	57	100,0	57	100,0	57	100,0

Fuente: cuestionario a estudiantes

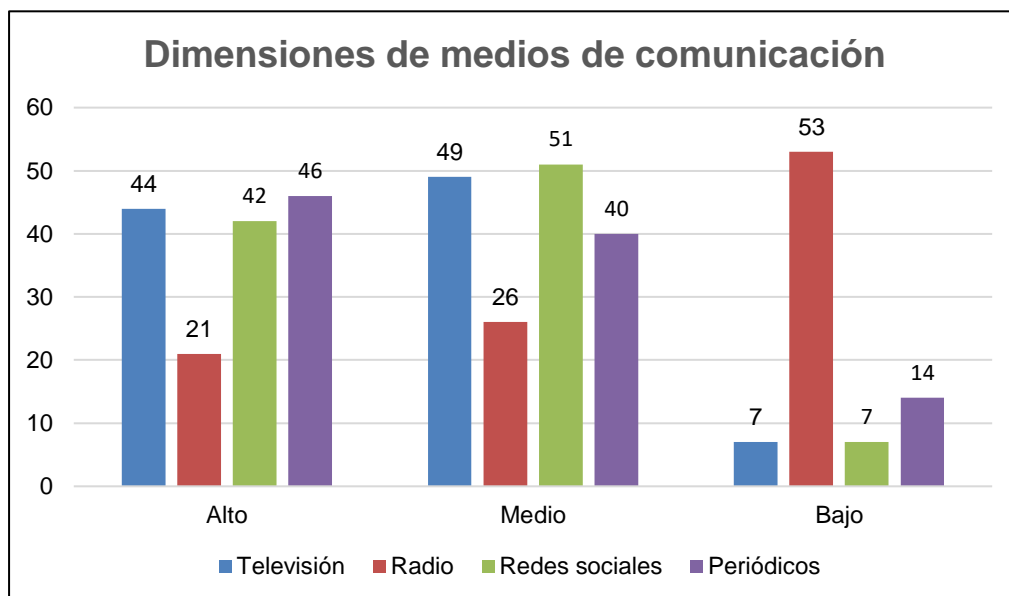


Figura 4 Porcentaje de dimensiones de medios de comunicación

Interpretación

De la tabla 4 y la figura 4, el 49,0% de los escolares muestran el grado medio en la dimensión televisión, el 44,0% tienen grado alto y un 7,0% lograron un grado bajo. Un 53,0% manifiestan un grado bajo en la dimensión radio, el 26% señala el grado medio y el 21,0% el grado alto. El 51,0% de estudiantes manifiesta el grado medio en la dimensión redes sociales, el 42,0% el grado alto, y el 7,0% el grado bajo. El 46,0% de estudiantes señaló el grado alto en la dimensión periódico, el 40,0% en el grado medio, y solo el 14,0% en el grado bajo.

4.2. Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov

Tabla 5

Consecuencias de la evaluación de normalidad Kolmogorov-Smirnov

Variables y dimensiones	Kolmogorov-Smirnova		
	Estadístico	gl	Sig.
Identidad cultural	,235	57	,000
Valores culturales	,187	57	,000
Creencias culturales	,181	57	,000
Normas culturales	,184	57	,000
Televisión	,219	57	,000
Radio	,111	57	,000
Redes sociales	,257	57	,000
Periódico	,189	57	,000
Medios de comunicación	,231	57	,000

Interpretación:

Del análisis de la tabla 5, se considera que se debe utilizar la prueba no paramétrica de correlación de Spearman.

4.3. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

H_a: Existe relación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

H₀: No existe relación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Tabla 6

Correlación entre identidad cultural y los medios de comunicación

			Identidad cultural	Medios de comunicación
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coeficiente de correlación	1,000	,635**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	57	57
	Medios de comunicación	Coeficiente de correlación	,635**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	57	57

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Toma de decisión

En la tabla 6, la correlación es de $r=0,635$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 63,5%.

Hipótesis específica 1

Ha: Existe correlación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

H0: No existe correlación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Tabla 7

Correlación entre los valores culturales y los medios de comunicación

			Valores culturales	Medios de comunicación
Rho de Spearman	Valores culturales	Coeficiente de correlación	1,000	,418**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	57	57
	Medios de comunicación	Coeficiente de correlación	,418**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	57	57

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Toma de decisión

En la tabla 7, la correlación es de $r=0,418$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 41,8%.

Hipótesis específica 2

Ha: Existe correlación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

H0: No existe correlación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Tabla 8

Correlación entre las creencias culturales y medios de comunicación

			Creencias culturales	Medios de comunicación
Rho de Spearman	Creencias culturales	Coeficiente de correlación	1,000	,621**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	57	57
	Medios de comunicación	Coeficiente de correlación	,621**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	57	57

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Toma de decisión

En la tabla 8, la correlación es de $r=0,621$, con un valor $Sig < 0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 62,1%.

Hipótesis específica 3

Ha: Existe correlación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

H0: No existe correlación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019.

Tabla 9

Correlación entre las normas culturales y medios de comunicación

			Normas culturales	Medios de comunicación
Rho de Spearman	Normas culturales	Coeficiente de correlación	1,000	,539**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	57	57
	Medios de comunicación	Coeficiente de correlación	,539**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	57	57

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Toma de decisión

En la tabla 9, la correlación es de $r=0,539$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 53,9%.

4.3. Discusión de resultados

Se tiene en cuenta las condiciones que se han podido observar y contrastar con la información estadística, se puede afirmar que hay una correspondencia condicionante entre la identidad cultural y los medios de comunicación, los alumnos pierden su identidad ante el avasallamiento de la información de los medios de comunicación masivos y su consumo por parte de los estudiantes. Los resultados de mi investigación los ponemos a consideración.

El objetivo general propuesto era, establecer la correspondencia entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, los resultados estadísticos descritos en la investigación señalan que el 47,0% de los escolares presentan el grado medio en la variable identidad, el 28,0% tienen grado bajo y un 25,0% lograron un grado alto. Los resultados son contrastados con los que proponen Mateus (2009) señala Se manifiesta que el proceso histórico de la sociedad quinchileña ha formado una conciencia colectiva que es comunicada a todas las generaciones para que se mantenga incólume las manifestaciones culturales construidas en todos los años de gloria de los antepasados. Para Manrique y Hernández (2015) afirman que Los medios analógicos informativos no influyen en la identidad cultural de las juventudes que habitan en la urbanización San Andrés, en Trujillo. No existe correspondencia estadística significativa entre los dos componentes estudiados.

El objetivo específico 1 propuesto era, identificar la correspondencia entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, los resultados estadísticos descritos en la investigación señalan que el 49,0% de los escolares presentan el grado medio en los valores culturales, el 44,0% tienen grado alto y un 7,0% lograron un grado bajo. Con relación a los medios de comunicación los resultados muestran el 37,0% de los escolares presentan el grado medio, el 33,0% tienen grado alto y un 30,0% lograron un grado bajo Los resultados son contrastados con los que proponen Rocha (2013) señala que un profesional de la comunicación organizacional deberá ser capaz de brindar asesoría técnica para ofrecer productos de comunicación; enseñar y desarrollar habilidades de comunicación con sus colaboradores en

general de la organización; investigar y obtener información relevante que nutra los procesos de comunicación dentro de la organización; difundir filosofía organizacional de manera efectiva logrando permear en los integrantes de la misma; y también promover la misma filosofía en los públicos externos de la organización. Según Galván y Ramos (2013), afirman que Los medios de declaración (radio, televisión) tienen un rol trascendente en el proceso evolutivo de la sociedad, en el sentido que de ella depende la forma de actuar de las personas que la conforman.

El objetivo específico 2 propuesto era, determinar la correspondencia entre las costumbres culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, los resultados estadísticos descritos en la investigación señalan que un 53,0% de estudiantes manifestaron un grado bajo en la dimensión creencias culturales, el 26,0% señalan un grado medio, y el 21,0% en el grado alto. Con relación a los medios de comunicación los resultados muestran el 37,0% de los escolares presentan el grado medio, el 33,0% tienen grado alto y un 30,0% lograron un grado bajo Los resultados son contrastados con los que proponen Loor (2017) señala que se realizó la observación de 12 programas del canal 47 TV MICC por lo tanto se concluye que estos programas no cumplen el art 37 LOC Derecho de acceso a las personas con discapacidad se debe traducir con subtítulos o lenguaje de señas. Sin embargo, los demás parámetros son cumplidos satisfactoriamente en los 12 programas analizados. Durand (2017) indica que la población encuestada, como primera opción para informarse de diversas noticias, prefiere América TV (56,8) sobre otros medios televisivos. En tanto, RRP, con 51.9%, es el medio de mayor preferencia sobre otras emisoras radiales. Se puede concluir que ambos medios de comunicación audiovisual lideran la preferencia de la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, porque además de contar con programas cuyos contenidos aborda temas de coyuntura local, también se respaldan en programas noticiosos de cobertura nacional.

El objetivo específico 3 propuesto era, comprobar la correspondencia entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, los resultados estadísticos descritos en la investigación señalan que un 51,0% manifiestan un grado medio en la dimensión normas culturales, el 42,0% consideran el grado alto y el 7,0% el grado bajo. Con relación a los medios de comunicación los resultados muestran el 37,0% de los escolares presentan el grado medio, el 33,0% tienen grado alto y un 30,0% lograron un grado bajo Los resultados son contrastados con los que proponen Beltrán y Pillaga (2013), señalan que se aprecia cierta desidia por parte

de los gobiernos de turno también las autoridades municipales, que se refiere a la probación rural, que no han sido atendidos en sus necesidades, así como ignorar el pasado histórico que genera el orgullo de la cultura generada por las personas que vivieron en el pasado. Según Berrospi (2014) afirma que los dueños de las empresas de comunicación, siempre se han opuesto al control de sus empresas por parte del estado. Pero es evidente que las condiciones en que se presentan los programas propalados no generan cultura, solo permiten la regresión de elementos que distorsionan la cultura de los pueblos, lo que en las instituciones educativas posibilita que los estudiantes de diferentes grados de estudios se limiten a observar y validar esos contenidos negativos para la cultura local, ello está incidiendo en la pérdida de la identidad cultural en los estudiantes de las instituciones educativas de las ciudad de Huánuco.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primero: De la hipótesis general, se muestra la correlación es de $r=0,635$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 63,5%.

Segundo: De la hipótesis específica 1, se muestra la correlación es de $r=0,418$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 41,8%.

Tercero: De la hipótesis específica 2, se muestra la correlación es de $r=0,621$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 62,1%.

Cuarto: De la hipótesis específica 3, se muestra la correlación es de $r=0,539$, con un valor $\text{Sig}<0,05$, se acepta la hipótesis alterna. Existe correlación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, siendo la correspondencia de magnitud moderada de 53,9%.

5.2. Recomendaciones

Primero: Al comprobarse la relación del 63,5% entre la identidad cultural y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar

Julio C. Tello, Hualmay, 2019, se recomienda a los directivos y docentes del centro escolar adecuar los contenidos en el Proyecto Curricular Institucional temas relacionados a la identidad cultural de los pueblos del Perú, así como el de utilizar como recursos de aprendizaje los diversos medios de comunicación focalizando y priorizando programas que difundan contenidos culturales peruanos.

Segundo: Al comprobarse la relación del 41,8% entre los valores culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, se recomienda a los directivos y docentes del centro escolar mejorar en tres aspectos básicos del desarrollo de los valores culturales, como son los patrones de conducta, su forma de pensar y su forma de actuar respetando la diversidad de manifestaciones de cultura de todos los integrantes de la comunidad educativa.

Tercero: Al comprobarse la relación del 62,1% entre las creencias culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, se recomienda a los directivos y docentes del centro escolar sostener y mejorar las condiciones del respeto y atenuación de las tradiciones transmitidas de generación a generación, el respeto a los sentimiento autóctonos y respeto a las costumbres populares desterrando todo tipo de discriminación.

Cuarto: Al comprobarse la relación del 53,9% entre las normas culturales y los medios de comunicación en alumnos del quinto grado de educación secundaria en el centro escolar Julio C. Tello, Hualmay, 2019, se recomienda a los directivos y docentes del centro escolar sostener y mejorar las formas de comportarse, así como las reglas de comportamiento sociales, así como las conductas grupales, sin generar desorden ni fomentar actitudes negativas en la ciudadanía.

Quinto: Según lo determinado por los resultados estadísticos se debe considerar que la problemática relacionada a la investigación debe promover otros estudios sobre las variables propuestas.

CAPÍTULO VI: FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

6.1. Fuentes Documentarias

- Beltrán, G., & Pillaga, M. (2013). *Impactos culturales de los medios de comunicación en la Comunidad de Huayrapungo (San José de Masanqui), Canton Cañar*. Tesis de Pregrado, Universidad de Cuenca, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, Ecuador.
- Berrospi, V. (2014). *El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Perú.
- Burga, O., & Idrogo, A. (2018). *Influencia de la televisión en el rendimiento académico de los alumnos del cuarto grado "B" de la Institución Educativa "Víctor Raúl Haya de la Torre" de Bambamarca, 2018*. Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Posgrado, Lima.
- Durand, G. (2017). *Los Medios de Comunicación de mayor consumo en la población más convulsionada del distrito de Víctor Larco, provincia de Trujillo, 2017*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Facultad de Ciencias Sociales, Perú.
- Galván, J., & Ramos, R. (2013). *Medios de comunicación social (radio, televisión) en la formación de valores morales en los alumnos del 6to. grado de la Institución Educativa N° 36003 del barrio de Santa Ana-Huancavelica*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Huancavelica, Facultad de Educación, Perú.
- Loor, M. (2017). *Estudio del contenido de la televisión comunitaria como generador de identidad cultural en relación a la aplicación de la ley orgánica de comunicación*. Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Colombia.
- Manrique, C., & Hernández, S. (2015). *Influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes residentes en la urbanización San Andrés-Trujillo*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación, Perú.

- Mateus, Á. (2009). *Medios de Comunicación y su influencia en la identidad social de las víctimas. Estudio de caso: La detención masiva en el Municipio de Quinchía*. Tesis de Pregrado, Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Programa de Sociología, Colombia.
- Rocha, A. (2013). *Comunicación, identidad y medios digitales como elementos para lograr el éxito organizacional*. Tesis de Pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios Superiores, México.
- Valdivia, L. (2012). *Identidad Cultural y actitud frente a los apellidos étnicos (Quechua y Aymara) de los estudiantes de enfermería de la UNJBG - Tacna, 2012*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohman, Facultad de ciencias de la salud, Tacna.

6.2. Fuentes Bibliográficas

- Aguayo, T. (2003). *Pedagogía Intercultural*. Madrid: McGraw Hill.
- Alarcon, C. (2006). *Persona, familia y relaciones humanas*. Lima: Quebecor.
- Anda, C. (2003). *Introducción a las ciencias sociales*. Ciudad de Mexico: Limusa.
- Ander Egg, E. (1987). *Léxico del Animador*. Buenos Aires: Humanitas.
- Avogrado, M. (2002). *La comunicación de las nuevas tecnologías*. México: Razón y Palabra.
- Barriga, P. (1997). *Teorías contemporáneas de la educación*. Lima: UNMSM.
- Boggio, A. y Lora, C. (1973). *Cuesta arriba o cuesta abajo*. Lima: DESCO.
- Bony, F. (2008). *Teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- Calderon, C. (1990). *Identidad, modernidad y democracia. Discurso de la perplejidad. La República*,.
- Cánepa, G. (1998). *Máscara. Transformación e Identidad en los Andes*. Lima: PUCP.
- Capella, J. (1991). *Una década en la educación peruana, 1980-1990*. Lima: Reflexiones y Propuestas.
- Fukumoto, M. (1986). *Antropología educativa*. Huacho: UNJFSC.

- Gissi, J. (1982). Identidad, carácter social y cultura latinoamericana. *Estudios Sociales*, 33, 158-159.
- Manrique, N. (2006). *Sociedad. Colección Temática "El Comercio"*. Lima: El Comercio.
- Marzal, M. (1989). *Identidad cultural e identidad nacional*. Lima: Semana Social del Perú.
- Mendo, J. (1991). *Educación e Identidad Cultural*. Lima.
- MINEDU. (2003). *Modernización de la educación secundaria*. Lima: Minedu, Dirección nacional de educación secundaria y tecnológica.
- Morrison, M. (1999). *Fundamentos de Enfermería en Salud Mental Componentes de la Cultura*. México: Fondo Edioria.
- Paoli, J. (1990). *Comunicación e información: perspectivas teóricas*. México: Trillas UAM.
- Ramirez, Y. y Boggio, C. (2000). *Educación intercultural. Material autoinstructivo*. Lima: Facultad de educación de la UNMSM.
- Salazar Bondy, A. (1976). *Entre Escila y Caribdis*. Lima: INC.
- Vega, J. y Otros. (1997). *Peruanidad e Identidad*. Lima: Universitaria.

6.3. Fuentes Hemerográficas

- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Sitios de redes sociales: Definición, historia y erudición. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), 21-34.
- Maturano, J. (2001). Identidad, cultura y crisis de futuridad en Memorias del Subdesarrollo. *Revista Casa de Las Américas*, 222, 30.
- Piscitelli, A. (2006). Nativos e inmigrantes digitales. ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 11, núm. 28, 179-185.
- Romo, M. (1987). El Nuevo Orden Internacional de la Comunicación y la Información. *Iteso Documentos de Ciencias de la comunicación*, 14-22.
- Vergara, J. y Vergara, J. (2002). Cuatro tesis sobre la identidad cultural latinoamericana. Una reflexión sociológica. *Revista de Ciencias Sociales*, 12. Universidad Arturo Prat., 80.

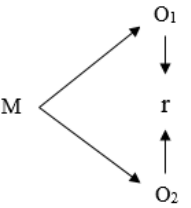
6.4. Fuentes Electrónicas

Concepto.de. (12 de diciembre de 2020). *Concepto.de*. Obtenido de Definición de medios de comunicación: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

ANEXOS
MATRÍZ DE CONSISTENCIA

IDENTIDAD CULTURAL Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESTUDIANTES DEL QUINTO GRADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LA I. E. JULIO C. TELLO, HUALMAY, 2019.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		
			Variable	Dimensión	Indicador
<p style="text-align: center;">GENERAL</p> <p>¿Cuál es la relación entre la identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019?</p> <p style="text-align: center;">ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cuál es la relación entre los valores culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las creencias culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las normas culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019?</p>	<p style="text-align: center;">GENERAL</p> <p>Establecer la relación entre la identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p style="text-align: center;">ESPECÍFICOS</p> <p>Establecer la relación entre los valores culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p>Establecer la relación entre las creencias culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p>Establecer la relación entre las normas culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p>	<p style="text-align: center;">GENERAL</p> <p>Existe relación significativa entre la identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p style="text-align: center;">ESPECÍFICOS</p> <p>Existe relación significativa entre los valores culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre las creencias culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre las normas culturales y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria en la Institución Educativa Julio C. Tello, Hualmay, 2019.</p>	<p style="text-align: center;">V1 Identidad cultural</p>	<p>Valores culturales</p> <p>Creencias culturales</p> <p>Normas culturales</p>	<p>Patrón de conducta</p> <p>Forma de pensar</p> <p>Forma de actuar</p> <p>Secuelas generacionales</p> <p>Sentimientos genuinos</p> <p>Costumbres populares</p> <p>Formas de comportarse</p> <p>Reglas de comportamiento</p> <p>Conductas grupales</p>
			<p style="text-align: center;">V2 Medios de comunicación</p>	<p>Televisión</p> <p>Radio</p> <p>Redes sociales</p> <p>Periódicos</p>	<p>Programas</p> <p>Tiempo dedicado</p> <p>Aprendizajes</p> <p>Programas</p> <p>Tiempo dedicado</p> <p>Aprendizajes</p> <p>Integrados</p> <p>Tiempo dedicado</p> <p>Aprendizajes</p> <p>Preferencias</p> <p>Tiempo dedicado</p> <p>Aprendizajes</p>

METODOLOGÍA		POBLACIÓN Y MUESTRA
Método, diseño e instrumentos	Técnicas	
<p>Diseño de la Investigación Descriptivo – correlacional</p> <p>Técnicas de recolección de datos Encuesta</p> <p>Instrumentos de recolección de datos Cuestionarios</p> <p>Formalización</p>  <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 <--> r O2 </pre> <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación de la V₁ O₂ = Observación de la V₂ r = Correlación entre ambas variables</p>	<p>Tabulación de datos</p> <p>Representación gráfica</p> <p>Análisis e interpretación de datos</p> <p>Aplicación de SPSS 24.</p>	<p>Población</p> <p>Total = 57 estudiantes de quinto año.</p> <p>Muestra</p> <p>57 estudiantes del 5° año.</p>

CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

INSTRUCCIONES: La información que nos proporcionarás será solo de conocimiento del investigador, por tanto, responde en base a la siguiente escala:

1	Nunca	2	Algunas veces	3	Frecuentemente	4	Casi siempre	5	Siempre
---	-------	---	---------------	---	----------------	---	--------------	---	---------

N°	ÍTEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
Valores culturales						
1	Consideras que en la I. E. se respetan los patrones de conducta de todos los estudiantes					
2	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos de integración cultural					
3	Consideras que en la I. E. se respeta la forma de pensar de todos los estudiantes					
4	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las formas de pensar de los estudiantes					
5	Consideras que en la I. E. se respeta la forma de actuar de todos los estudiantes					
6	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las formas de actuar de los estudiantes					
Creencias culturales						
9	Se observa en la I. E. las secuelas generacionales que transmiten la cultura de los pueblos originarios					
10	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las secuelas generacionales de los estudiantes					
11	Se observa en la I. E. los sentimientos genuinos que transmiten la cultura de los pueblos originarios					
12	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre los sentimientos genuinos de los estudiantes					
13	Se observa en la I. E. manifestaciones de costumbres populares que transmiten la cultura de los pueblos originarios					
14	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las costumbres populares de los estudiantes					
Normas culturales						
15	Se observa en la I. E. formas de comportamiento autóctono de los estudiantes					
16	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las formas de comportamiento autóctono de los estudiantes					
17	Se observa en la I. E. las reglas de comportamiento autóctono de los estudiantes					
18	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las reglas de comportamiento autóctono de los estudiantes					
19	Se observa en la I. E. formas de conductas grupales autóctonas de los estudiantes					
20	El reglamento interno de la I. E. contiene artículos sobre las formas de conductas autóctonas de los estudiantes					

CUESTIONARIO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INSTRUCCIONES: La información que nos proporcionarás será solo de conocimiento del investigador, por tanto, responde en base a la siguiente escala:

1	Nunca	2	Algunas veces	3	Frecuentemente	4	Casi siempre	5	Siempre
---	-------	---	---------------	---	----------------	---	--------------	---	---------

N°	ÍTEMS	ESCALA				
		1	2	3	4	5
Televisión						
1	Consideras que la TV peruana emite programas culturales que favorecen la educación					
2	Los docentes utilizan los programas de TV para generar nuevos conocimientos en los estudiantes					
3	El tiempo dedicado a ver TV es suficiente para que te distraigas y relajés					
4	En el tiempo que dedicas a ver TV logras consolidar la cultura peruana					
5	Consideras que la TV peruana logra desarrollar aprendizajes en los estudiantes					
6	La TV peruana te ayuda a lograr aprendizajes					
Radio						
9	Los programas que escuchas en la radio son generadores de cultura					
10	Creés que las emisoras de la localidad deben de transmitir programas educativos					
11	Consideras que el tiempo dedicado a escuchar la radio te permite plasmar tu idea de cultura					
12	El tiempo que le dedicas a escuchar programas te genera condiciones culturales					
13	Los programas radiales son generadores de aprendizajes					
14	Las emisoras radiales te ayudan a lograr aprendizajes					
Redes sociales						
15	Consideras que es difícil estar integrados a las redes sociales					
16	Las redes sociales son formas de comunicación de fácil entendimiento					
17	Consideras que el tiempo dedicado a las redes sociales te ayudan a desarrollar elementos culturales					
18	Mediante las redes sociales puedes contactarte con grupos culturales propios					
19	Consideras que las redes sociales te permiten lograr aprendizajes					
20	Las redes sociales son generadores de aprendizajes					
Periódicos						
21	Consideras que los periódicos de tu preferencia te ayudan a estar informado					
22	Los periódicos que utilizan jergas y lenguaje vulgar son importantes para ti					
23	Consideras que el tiempo dedicado a la lectura de periódicos te ayudan a desarrollar elementos culturales					
24	Puede compartir las experiencias de la lectura de periódicos en el aula					
25	Consideras que los periódicos son generadores de aprendizajes					
26	Los periódicos son fáciles de leer y comprender					