

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE EDUCACIÓN
SECUNDARIA



TESIS

*“IDENTIDAD CULTURAL Y AUTOESTIMA EN LA COMUNIDAD
CAMPELINA DE TICLACAYÁN-PASCO”*

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN

MENCIÓN: FILOSOFÍA Y CIENCIAS SOCIALES

PRESENTADO POR:

Bach. TORRES GRADOS, Guzmán

ASESOR:

Dr. Guillermo Alberto ROJAS SOTOMAYOR

CERRO DE PASCO – 2015

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

TESIS

*“IDENTIDAD CULTURAL Y AUTOESTIMA EN LA COMUNIDAD
CAMPESINA DE TICLACAYÁN-PASCO”*

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
EDUCACIÓN: MENCIÓN FILOSOFÍA Y CIENCIAS SOCIALES

PRESENTADO POR:

Bach. Guzmán TORRES GRADOS

.....
PRESIDENTE

.....
MIEMBRO

.....
MIEMBRO

.....
ASESOR

DEDICATORIA

A DIOS, MI ESPOSA PERSEVERANDA, Y MIS
HIJOS POR SU AMOR Y COMPRENSIÓN.

AGRADECIMIENTOS

- ❖ A Dios por ser su hijo predilecto.

ÍNDICE

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
INDICE	
RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA:	10
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1 PROBLEMA GENERAL:	13
1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS:	13
1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS:	13
1.3.1. OBJETIVO GENERAL:	13
1.3.2 . OBJETIVO ESPECIFICO	14
1.4 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN:	14

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO:	17
2.1.1 A NIVEL INTERNACIONAL	17
2.1.2 A NIVEL NACIONAL	19
2.2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	19
2.2.1 RESEÑA HISTORICA DEL DISTRITO DE TICLACAYAN	19
2.3 CONCEPTO DE IDENTIDAD	22
2.3.1 IDENTIDADES NACIONALES E IDENTIDADES ÉTNICAS: LA POLÍTICA DE LA IDENTIDAD	24
2.3.2 LA NOCIÓN DE CULTURA	25
2.3.3 CULTURA E IDENTIDAD CULTURAL, UNA RELACIÓN DIALÉCTICA.	27

2.3.4	IDENTIDAD CULTURAL:	29
2.3.5	PRESENTACIÓN Y CRÍTICA A LA TEORÍA ESENCIALISTA DE LA IDENTIDAD CULTURAL	30
2.3.6	TEORÍA DINÁMICA DE LA IDENTIDAD CULTURAL	32
2.3.7	CONSTRUCCION DE LA IDENTIDAD CULTURAL	33
2.3.8	NIVELES DE IDENTIDAD CULTURAL	37
	I. La Cultura Familiar:	40
	II. La Cultura del Barrio o Vecindario:	41
	III. La Cultura Local.	41
	IV. La Cultura Regional.	42
2.4	AUSTOESTIMA	43
2.4.1	DEFINICIÓN	43
2.4.2	CARACTERISTICAS DE LA AUTOESTIMA POSITIVA	43
2.4.3	COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA	44
2.4.4	VALORES DE LA AUTOESTIMA	46
2.4.5	COMPORTAMIENTO QUE EXPRESA LA AUTOESTIMA	47
2.4.6	FACTORES QUE DAÑAN LA AUTOESTIMA	48
2.4.7	PAUTAS PARA EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA	49
2.4.8	IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA	50
2.4.9	AUTOESTIMA Y DOCENCIA	53
2.5	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:	59
2.6	HIPÓTESIS Y VARIABLES:	60
2.6.1	SISTEMA DE HIPÓTESIS:	60
	2.6.1.1. HIPÓTESIS GENERAL:	60
	2.6.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:	60
2.6.2	SISTEMA DE VARIABLES:	60
	2.6.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE:	60
	2.6.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE:	60
2.6.3	SUBVARIABLES: VARIABLE INTERVINIENTES E INDICADORES:	60

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	62
3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:	62
3.3 ESTRATEGIA PARA PRUEBA DE HIPÓTESIS	64
3.4 POBLACION Y MUESTRA	64
3.4.1 POBLACIÓN	64
3.4.2 MUESTRA	64
3.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	65
3.5.1 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS	65
3.5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	66
3.6 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS	66
3.7 TRATAMIENTO ESTADISTICO	66

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	67
4.1.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO N° 01	67
4.1.2 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO N° 02	77
4.2 CONSTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	88
4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS	90
CONCLUSIONES	
SUGERENCIAS	
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:	
ANEXOS	

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo el dilucidar qué subyace tras la génesis y construcción de una Identidad Cultural, y qué características tiene dicha construcción identitaria. El análisis de ambos ejes (génesis y sus características) conlleva conocer, o al menos dar luces, sobre las perspectivas que tiene la construcción de una identidad cultural, su desarrollo y permanencia, en la ciudad. En este sentido, el marco de la investigación está dada por dos procesos de construcción identitaria: etnogénesis y etnificación. La entrada analítica del estudio lo constituyen las relaciones subyacentes, o redes sociales, que establece en la Comunidad Ticlacayina formal con el Estado y la sociedad civil, como de los contenidos que tras dichos lazos o tejidos sociales, circula la demanda étnica, autonomía cultural y la cuestión del reconocimiento. La tesis es que se está cimentando una identidad cultural propiamente urbana, con sus distinciones y particularidades, incluso con un memoria histórica propia e inventada en la ciudad, y que el Estado y su política indigenista ha tenido un rol protagónico para la configuración étnica en la ciudad de Pasco. En fin, se busca “repensar” el vínculo del estado con el movimiento indígena (la tensión entre etnificación y etnogénesis), como el carácter tensional de la demanda (entre los derechos económicos- sociales y los derechos de reconocimiento como pueblo).

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de Investigación, la identidad cultural constituye un proceso que en la actualidad se encuentra muy poco atendido por parte de las autoridades. A pesar que a primera vista, pudiéramos señalar que dentro de las políticas educativas se encuentra presente; sin embargo, al analizar la forma cómo se está desarrollando, podemos darnos cuenta que aún falta mucho por trabajar.

Antes de hacer referencia a los aspectos conceptuales de lo que constituye el proceso de identidad cultural, resulta necesario analizar lo que se entiende por identidad.

En la actualidad, este constructo psicológico tiene múltiples definiciones, algunos autores como Gissi (1996) señalan que la identidad es la respuesta a la pregunta

¿Quién Soy? Como podemos ver, este autor pone énfasis en la importancia del componente cognitivo en el proceso de construcción de la identidad.

Partiendo de estas afirmaciones pretendemos orientar, fundamentar y sustentar nuestra investigación, destacando la importancia de la identidad cultural y autoestima como vehículo que conduce a la sociedad hacia una buena organización.

Este estudio está estructurado en cuatro capítulos constituidos de la siguiente manera:

El primer capítulo expone los diferentes antecedentes de estudios directamente vinculados con nuestro trabajo de investigación para luego desarrollar las bases teóricas actualizadas así como la determinación de términos básicos.

En el segundo capítulo se presenta la identificación y determinación del problema, la formulación del problema, así como los alcances y limitación de la investigación.

En el tercer capítulo se formula los objetivos generales y específicos, formulación de hipótesis, determinación de variables y su operacionalización, la metodología de la investigación que comprenderá: el método, tipo de investigación, diseño población y muestra.

En el cuarto capítulo se expone las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento de estas así como la confiabilidad y validación de los instrumentos de investigación. Para luego hacer el tratamiento estadístico de los datos recogidos para su interpretación y discusión de resultados.

Finalmente exponemos las conclusiones, las recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos donde consideramos el instrumento de recolección de datos.

El Autor.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA:

En la transformación que demanda el que hacer social, aún se presenta como un desafío el adecuar valiéndonos positivamente de las experiencias sociales e identidad cultural de nuestros pueblos. La autoestima debe ser un auténtico instrumento de transformación social, donde se asuma a la identidad cultural como generadora de soluciones a la preocupación que tiene la sociedad por la calidad de la educación, ya que es conocido por todos que la educación tiene como misión fundamental contribuir a la mejora de la sociedad a través de ciudadanos críticos, honrados, responsables y con compromiso social.

Es decir, para la existencia de un proceso y una auténtica integración socio-cultural o socialización, la identidad cultural y la

autoestima requieren interactuar activa y disciplinadamente con el objetivo de mejorar las condiciones, tanto de los sujetos de una determinada institución como de su propio entorno de vida. Así la acción pedagógica se constituye como un auténtico instrumento de transformación social respaldado por la identidad cultural, el autoestima y los valores sociales.

En términos generales se indica que la identidad cultural de un grupo social determinado (o de un sujeto determinado de la cultura) es: "la producción de respuestas y valores que, como heredero y trasmisor, actor y autor de su cultura, éste realiza en un contexto histórico dado como consecuencia del principio sociopsicológico de diferenciación, identificación en relación con otro grupo o sujeto culturalmente definido."

Asimismo se conceptúa a la cultura como: "un sistema vivo que incluye a un sujeto socialmente definido que, actuando de manera determinada en una situación histórica y geográfica específica, produce objetos materiales y espirituales que los distinguen. La cultura en este sentido amplio surge conjuntamente con el sujeto actuante e incluye su actividad y los productos de ésta".

Cuando se procede al estudio del fenómeno de la cultura es posible percatarse que el concepto se aviene a los criterios más generalizados de la antropología social contemporánea; donde éste se entiende como un conjunto de sistemas autosuficientes, que

asimilan o rechazan influencias externas a partir de su propia estructuración y funcionamiento, al ser capaces de experimentar variaciones en estructuras y funciones a causa de fenómenos económicos, políticos, migratorios o sociológicos en general.

En las últimas décadas del siglo XX y en los años iniciales del presente siglo se presentan fenómenos sociopolíticos de indiscutible complejidad y trascendencia. Estos, por su expresión en el escenario mundial, conllevan a los estudiosos e investigadores de las diferentes disciplinas humanísticas, a abordar el fenómeno de la comunicación entre las culturas y a tratar de desentrañar las variadas y complejas interrogantes que de ellas se derivan.

En tal sentido, la investigación debe asumir el influjo del relativismo cultural en el mundo contemporáneo para renunciar a criterios que recurren a conceptualizar las culturas como entidades o cuerpos homogéneos pocos mutables. Estos asuntos no se comprendían dentro del concepto de cultura vigente hasta la primera mitad del siglo pasado, sin embargo, la introducción de la problemática de la identidad cultural en dicho campo, ofreció el espacio idóneo para su solución.

Es por ello que el concepto de identidad cultural pudiera ser considerado como de intención axiológica sin que la escala de valores que ello conlleva tenga obligatoriamente una connotación

ética, ya que puede referirse a otros ámbitos de la ideología, la espiritualidad y la conciencia de los grupos humanos. Es esta dimensión la que nos plantea su adecuada incorporación al trabajo de la identidad cultural y autoestima en la comunidad de Tíclacayan.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL:

¿Qué relación existe entre la identidad cultural y la autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

- a) ¿Cuáles son los rasgos de identidad cultural en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco?
- b) ¿Qué nivel de autoestima prevalece en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco?
- c) ¿Cuál es el grado de relación que existe entre la identidad cultural y la autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco?

1.3 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS:

1.3.1. OBJETIVO GENERAL:

Determinar el grado de relación que existe entre la identidad cultural y la autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Describir los rasgos de identidad cultural en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.
- b) Indagar el nivel de autoestima a que prevalece en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.
- c) Analizar el grado de relación que existe entre la identidad cultural y la autoestima de la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.

1.4 IMPORTANCIA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN:

El propósito de ésta investigación es buscar la influencia de la identidad cultural en la autoestima de la comunidad de Tíclacayan, de tal manera que se sientan motivados en cuanto a la toma de conciencia, y que propicien la participación, el diálogo, la justicia, la autonomía y la democracia; para legitimar normas sustentadas en valores e identidad. Esto permitirá formar personas aptas para incorporarse en la sociedad y en otros espacios en la vida, con sentido de dignidad, fraternidad, justicia y con identidad en los nuevos retos que requiere la sociedad.

El Ministerio de Educación en la actualidad viene incorporando en su currículo, un programa intercultural con la conformación de equipos de educación bilingüe a fin de promover experiencias educativas democráticas en un territorio multicultural como el nuestro. Busca atender las necesidades educativas de acuerdo con

la realidad diversa del país, que los estudiantes partiendo de sus propias experiencias socio-culturales asuman un compromiso con la nación.

La importancia que tiene este estudio radica en plantear una convivencia armoniosa de la comunidad con su contexto social, favoreciendo tanto al clima organizacional y su dinámica de funcionamiento, como al compromiso socio-cultural. Que en las comunidades se consoliden estrategias que reorienten y faciliten un clima de entendimiento consiente entre todos sus miembros y la colectividad donde se asientan sus pobladores.

La identidad, como ya hemos afirmado, es dialéctica y, de hecho, es contradictoria; en este sentido puede apreciarse que el concepto de lo que somos emerge de una comparación y comprobación siempre antitética, referida a las diferencias y a las similitudes. Desde esta óptica, el fenómeno de la identidad, al establecerse socialmente, se manifiesta en una dinámica funcional cuya expresión implica la posibilidad de ser modificada, dirigida o reorientada.

En el comunal, la identidad se manifiesta como la toma de conciencia de las diferencias y las similitudes referidas a comunidades, grupos sociales y entidades con procesos históricos similares o disímiles. El tratamiento de la dimensión identitaria en los pobladores implica la cosmovisión integral de los diferentes

ámbitos de resolución social, natural y cultural del fenómeno, donde las relaciones del pasado y del presente se resumen en las culturas, proyecciones espirituales, imaginario social, formaciones político sociales, modos de producción y de vida, etc.; donde el hombre ha adoptado desde el pasado formas económicas, sociales y culturales propias.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIO:

2.1.1 A nivel Internacional

En esta misma línea de análisis teórico aparece un trabajo con análoga procedencia, bajo la autoría de las investigadoras García y Baeza, (1996), cuyo título es "Modelo teórico para la identidad cultural". En este trabajo las autoras refieren como finalidad presentar un aparato conceptual-instrumental que "permita interpretar la diversificada información obtenida en los distintos ámbitos de indagación en los cuales se intente desentrañar procesos interculturales característicos". Llegando a la siguiente conclusión:

- Asunción holística del fenómeno de la identidad, a partir de una apreciación total del mismo, donde se tiene en cuenta, no sólo los objetos producidos por una cultura, sino otros elementos como: el alter y el sujeto con el que se comunica, la herencia cultural de éste y la actividad de la cual los objetos son resultado.
- C. Dietrich, (2000), en su tesis titulado "Identidad Nacional y Globalización" realiza un interesante análisis del fenómeno de la identidad y destaca que este sentimiento no es privativo de la sociedad, sino que se extiende a la naturaleza como "una constante en los sistemas biológicos en general. Se trata de un requisito general en los sistemas biológicos, sin el cual no pueden sobrevivir". Su conclusión es:

La identidad es un proceso de equilibración de dos tendencias contradictorias: la conservadora, tendiente a la defensa de la idiosincrasia del sistema frente al entorno y la adaptativa, conducente a atemperar el sistema conforme a los cambios del mundo circundante. El proceso se dirige a evitar posiciones extremas cuya adopción conduciría a la pérdida de la identidad; en el caso de sobredimensionar la primera, el sistema perece por conservadurismo y en el segundo caso, se disemina en el entorno, sobrevive por adaptación; pero pierde

su identidad como ente propio, deja de ser sujeto identitario y pierde su razón de ser.

2.1.2 A NIVEL NACIONAL

Habiendo revisado los temas referentes a la investigación en la Oficina de investigación de la Facultad de Educación y en el Oficina Central de Investigación, así mismo en las instituciones superiores de la región no se encontró ninguna referencia, por la cual es inédita la presente investigación.

2.2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.2.1 RESEÑA HISTORICA DEL DISTRITO DE TICLACAYAN:

Se dice que en el lugar donde se yergue el hermoso pueblo de Ticlacayán existía en los albores de su formación una gigantesca roca color rojizo con manchas negras con apariencia de un hombre. Por eso el nombre del pueblo fue TICLAHUANCA, de TICLA = Rojizo con manchas negras y HUANCA= Piedra; es decir piedra rojiza con manchas negras.

Al transcurrir el tiempo, HUANCA, fue cambiado por CAYÁN que señalaba el lugar donde se encontraba el monolito; así actualmente, ya oficializado el nombre de este lindo y pujante distrito es TICLACAYÁN.

La historia nos dice que en el primitivo territorio vivieron los integrantes de las tribus denominadas: yarush, yanayacus, calancha, cóndorhuain y misharán. Posesionadas estratégicamente de las alturas con fines guerreros, formaron nueve canchas en diferentes partes de su territorio con el fin de realizar en ellas los trabajos agrícolas, ganaderos, urbanísticos, etc. Estas canchas tenían como capital a la comarca de Yarush, situada más o menos a mil doscientos metros de la actual población. Las mencionadas canchas son las siguientes:

1. – PUMACANCHA.
2. – MARCACANCHA.
3. – MATACANCHA.
4. – ATOGCANCHA.
5. – ANTACANCHA.
6. – URUSHCANCHA.
7. – CHACHAGROCANCHA.
8. – HUINCUYCANCHA.
9. – CHUCHUCANCHA.

Se dice también, hablando de su origen, que las tribus más numerosas que dieron sustento inicial a la formación del pueblo fueron las de calacha y las de yarush yanayacus.

La tribu calacha, que le daba preeminente importancia al aspecto guerrero, estaba comandado por el cacique apellidado Alzamora. Esta tribu guerrera y valiente, era también laboriosa. En cambio los yarush yanayacus, estaban comandados por un cacique llamado Chiquillo Quinto, natural de Huariaca. La tradición asegura que éste era un cobrador de impuestos que visitaba continuamente las tribus de aquel lugar; que un día que habían llegado a cumplir su misión, se estaba realizando una asamblea popular con la participación de todo el pueblo; esperando a que los hombres se desocuparan se sentó en un rincón del local donde pudo escuchar el debate; que en un determinado momento, cuando los hombres se habían embebido en una controversia sin salida, Chiquillo Quinto, pidió permiso para intervenir y, al ser autorizado para hacerlo, dio tales soluciones a los problemas –hasta entonces inextricables- que todos los allí presentes quedaron admirados por su talento. Invitado a quedarse en la tribu, al poco tiempo, en razón de su inteligencia y dinamismo, fue elegido cacique.

Actualmente, sólo han quedado ruinas de la residencia de cuatro tribus que dieron origen al pueblo de Ticlacayán.

Las ruinas de Calacha, están a 2500 metros de distancia de la actual población. Son cerros de fuerte estructura rocosa, ubicadas a una altura prominente de donde, se puede apreciar todo el bello panorama del distrito de Ticlacayán.

Las ruinas de Yarush Yanayacus están aproximadamente a 800 metros de la parte oriental y encima de una roca. Fue muy agradable y propicio lugar para vivir y altamente primordial para la defensa.

Las de Misharán están más o menos a 14 kilómetros de la población y apostada frente al imponente nevado de Huaguruncho, donde se han hallado fósiles, herramientas, armas y cerámica.

Las ruinas de Condorhuaín en la parte norte a 1800 metros de la actual población; es una altitud que permitió, en tiempos inmemoriales, aposentar sus trojes donde guardaban para las épocas de escasez. Su nombre se debe a que, en tiempos remotos, vivía allí una nube de majestuosos cóndores.

2.3 CONCEPTO DE IDENTIDAD

La “identidad” no es un concepto fácil de definir. Sus múltiples aplicaciones y diversas referencias hacen de ella una noción de límites ambiguos, que hacen necesario delimitar el concepto mismo de identidad utilizado para este trabajo y sus propósitos. Es por

ello, que la identidad será entendida como una categoría social posible de analizar desde las ciencias sociales y particularmente desde la sociología, por lo que no se trata de discutir sobre la identidad “a secas” y tampoco sobre una identidad individual; se pretende entonces discutir en torno a una identidad circunscrita a lo social, de una identidad social o cultural, si se prefiere.

Una aproximación a la conceptualización aquí buscada la encontramos en las reflexiones del filósofo Tugendhat (1996). La identidad para este autor ha resultado conflictiva porque existiría una tendencia a confundir entre identidad individual e identidad cualitativa, siendo sólo esta última una conceptualización más acabada. La “identidad cualitativa”, según el autor, se refiere precisamente a cualidades con las que una persona o grupo de personas se ven íntimamente conectados, es decir, se trata de una identidad que pasa por la definición que un individuo, o un grupo de ellos, tiene sobre sí mismo y en relación con otros.

Similar al planteamiento de Tugendhat, Gissi nos señala que existen niveles de identidad colectiva, que se encuentran superpuestos y simultáneos en todo sujeto. En el nivel universal todos somos iguales, ya que somos seres humanos. En el nivel individual, todos los seres humanos somos distintos y únicos. Y en el nivel cultural, todos los seres humanos somos muy semejantes y muy diferentes a otros, así como en las naciones,

culturas, clase social, época, generaciones, profesiones, entre otras clasificaciones.

2.3.1 IDENTIDADES NACIONALES E IDENTIDADES ÉTNICAS: LA POLÍTICA DE LA IDENTIDAD

Para Quijano (1992) la identidad “es una categoría relacional, intersubjetiva e histórica (...) No es una propiedad o un atributo de entidades aisladas; ni algo dado, preexistente a su propia historia”. Coincido con este autor en señalar que la identidad no puede entenderse simplemente como algo dado, algo del momento. Se debe entender la identidad, tanto individual como colectiva, como el resultado de ciertas relaciones situadas en contextos históricos y que son consecuencia de un cúmulo de relaciones intersubjetivas. Sin embargo esa categorización relacional no puede limitarse a ser el resultado de esas relaciones.

Las identidades también se modelan, como sugiere García (1995), en relación al consumo. En este contexto debemos entender el peso que tienen las industrias culturales en la configuración de la identidad. La música, el vestido, el inglés, la computación y las actualizaciones pedagógicas son elementos, que si bien son bienes que pueden ser vistos como mercancía, configuran la identidad. Sin embargo, debemos reconocer que esas hibridaciones culturales deben

constituir procesos socioculturales que brinden sentido.

2.3.2 LA NOCIÓN DE CULTURA

Recordemos la definición de cultura de Tylor: (1971) “La cultura o civilización es un todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”. Si bien este concepto es rescatable en la medida que dos componentes que él menciona, el conocimiento y el arte, son manifestaciones específicas y concretas que contribuyen a la formación de una cultura, y es la base de las demás variantes del término cultura, es un concepto muy holísta. No menciona la relación de sentido e intencionalidad que una cultura pudiera tener. Cuando un grupo humano dinamiza sus patrimonios culturales, los puede utilizar como un instrumento para crear cultura. Mientras más valor social se le dé al patrimonio, más nivel de interiorización e identificación tendrá en los sujetos sociales. Es decir, hacer de esas dinámicas, relaciones de sentido. Según Malinowski (1989), la cultura es: “el conjunto integral constituido por los utensilios y bienes de los consumidores, por el cuerpo de normas que rige los diversos grupos sociales, por las ideas y artesanías, creencias y costumbres estaremos en presencia de un vasto

aparato, en parte material, en parte humano y en parte espiritual con el que el hombre es capaz de superar los concretos, específicos problemas que lo enfrentan”.

Para Ralph Linton: (1960), la cultura es: “la configuración de la conducta aprendida y de los resultados de la conducta aprendida, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad. El término configuración significa que tanto la conducta como sus resultados, que componen una cultura, encuéntrense organizados en un todo que sirve de modelo”

Geertz: (2000), apuesta por un concepto semiótico de la cultura porque la observa principalmente como una relación entre símbolos. Sin embargo, cabe rescatar que esos símbolos tienen un significado, una dirección y una intencionalidad que constituye la estructuración de la cultura. Este enfoque es el más adecuado para este estudio. Es importante en el sentido que esos símbolos cargados de significaciones, crean la cultura. Es decir que la cultura está constituida por los significados que las relaciones sociales crean en un espacio determinado. Él dice: “considero que la cultura es esa urdiembre, y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de

significaciones”

En este marco de discusión se han visto diferentes perspectivas de los términos identidad y cultura. Se toma la idea de identidad de Manuel Castels (1998) y la idea de cultura de Geertz (2000). Sin embargo, es necesario mencionar que este modelo de identidad cultural es aplicable sólo en este caso. En ese sentido, la defino como un proceso de construcción de sentido que tiene como propósito el darle relevancia, difusión y promoción a ciertos símbolos cargados con un fuerte significado.

2.3.3 CULTURA E IDENTIDAD CULTURAL, UNA RELACIÓN DIALÉCTICA.

El hombre, como ser orgánico, lucha por sobrevivir y adaptarse a medios ambientes y contextos cada vez más cambiantes, los cuales muchas veces les resultan totalmente adversos. Sin embargo, el hombre como especie, a diferencia del resto de los seres vivos, posee un factor extraorgánico que le ayuda en la tarea adaptativa: **la cultura**. Según White esta “es un mecanismo elaborado, una organización de modos y medios exosomáticos utilizados por una especie animal particular, el hombre, en la lucha por la existencia y la supervivencia” En Bohannon y Glazer: (1992)

Esta conceptualización de la cultura proviene de Weber para quien “el hombre es un animal inserto en tramas de significación que el mismo ha tejido” Geertz. (1992). Por lo mismo, la cultura pasa a ser esa urdiembre de significados.

Así mismo, los procesos económicos, políticos y sociales, pertenecientes también al contexto cultural, entregan un significado común (al grupo cultural) de los eventos de la vida cotidiana, estableciendo o delineando lo que se valora en el grupo determinado y por lo mismo lo que se debe y no se debe hacer, de acuerdo a las normativas propias de este y los usos que se hagan de ellos. Esto genera que el individuo y el grupo en general, se posicionen y hagan suyas algunas características compartidas, seleccionadas tanto subjetiva como objetivamente. De hecho, Cuche, haciendo alusión a la manera en cómo se debe definir la identidad de un grupo humano en relación a su cultura menciona que “para definir la identidad de un grupo, lo que importa no es hacer el inventario del conjunto de los rasgos culturales distintivos, sino encontrar entre estos rasgos los que son empleados por los miembros del grupo para afirmar y mantener una distinción cultural” Cuche.(1999).

De esta manera, la cultura pasa a ser una especie de germen de donde se nutre la identidad cultural para su construcción, cumpliendo esta última “el papel de una brújula que posiciona al grupo y sus miembros en mapas cognitivos (u horizontes) colectivamente seleccionados” Cardoso de Olivera.(1990).

2.3.4 IDENTIDAD CULTURAL:

A simple vista, puede percibirse el carácter universalizador del concepto identidad cultural. Supone, por una parte, una función cuantitativa respecto del número y variedad de individuos a los que unifica y, por otra, una función disciplinaria respecto del rol de las instituciones para producir y conservar discursos de identidad con las reglas de acceso a ellos y las posiciones relacionadas con el hacer y el representar de los individuos en las sociedades. Al respecto señala Vega. (2009), Identidad cultural es el sentimiento de identidad de un grupo, o de un individuo, en la medida en la que él o ella es afectado por su pertenencia a tal grupo o cultura. Está dada por un conjunto de características que permiten distinguir a un grupo humano del resto de la sociedad y por la identificación de un conjunto de elementos que permiten a este grupo autodefinirse como tal. La identidad de un pueblo se manifiesta cuando una persona se reconoce o reconoce a otra persona como miembro de ese

pueblo. La identidad cultural no es otra cosa que el reconocimiento de un pueblo como "sí mismo".

La forma, tal vez, más evidente en que se muestra la identificación de los individuos con una cultura es en la aceptación de los valores éticos y morales que actúan como soportes y referentes para preservar el orden de la sociedad. Su aceptación y cumplimiento hacen más soportable las tareas que los individuos deben cumplir y, a la vez que conserva a los individuos en el grupo, limita la acción del indiferente y el peligro de los disidentes.

La estructura simbólica de la memoria social se encuentra representada en las ideologías. Estas son las que difunden los acontecimientos constitutivos de la identidad de las comunidades, de lo que se desprende su carácter preservante, legitimante e integrador. Al respecto Ricoeur. (1999), manifiesta "La función de la ideología, es la de servir como posta a la memoria colectiva con el fin de que el valor inaugural de los acontecimientos fundadores se convierta en objeto de la creencia de todo el grupo"

2.3.5 PRESENTACIÓN Y CRÍTICA A LA TEORÍA ESENCIALISTA DE LA IDENTIDAD CULTURAL

En los últimos años, el concepto de identidad ha sido objeto de los desafíos más productivos en las ciencias sociales. Así,

desde diversas disciplinas, que van desde la filosofía al feminismo, la noción de una identidad esencial, o sea, integral, originaria y unificada, ha sido fuertemente criticada, aunque antes se haya transformado en bandera de lucha de muchos pueblos, naciones o grupos que se aseguraban selectos y únicos.

El enfoque de la identidad desde esta perspectiva, supone que las culturas son lo que son y que cada cosa la constituye un conjunto determinado de características fijas, inherentes a la cultura. Aquí se pierde de vista el movimiento de lo real, el permanente estado de proceso que caracteriza la construcción social de la identidad. Esta concepción da primacía a una estructura invariable “como una matriz vacía de sentido cuyo vertimiento dependería del contexto cultural” Rodrigo (1998). De hecho, con esto la visión esencialista se ciega para ver a la identidad cultural como resultado de una génesis, y no como estado transitorio, que va cambiando constantemente. Gómez lo describe de muy buena manera, en unas líneas que rayan lo poético y que dan cuenta de cómo se percibe la identidad desde esta perspectiva, dando al mismo tiempo las bases para el entendimiento real de lo que constituye la identidad cultural: “la lente identitaria fija la foto, toma lo inevitablemente provisional por definitivo, lo temporal

por eterno, lo contingente por necesario. Interpreta un resultado en el que interviene el azar como efecto de una ley determinista. No capta ni de donde viene, ni adonde va eso que le parece idéntico o identificador. Ignora que siempre procede de algo diferente y se encamina a algo diferente, en intercambio incesante con otros” Gómez: (1998).

2.3.6 TEORÍA DINÁMICA DE LA IDENTIDAD CULTURAL

El ser humano, de acuerdo a lo que postula Max-Neef: (1986), comparte a lo menos nueve necesidades fundamentales, entre las que se encuentra la necesidad de identidad. Partiendo de esta proposición identidad como necesidad, se podría decir que se trata de un requerimiento de un individuo de pertenecer a un colectivo de “iguales”, de sentirse parte de algo o bien de tener la certeza de que no acaba en sí mismo. De hecho, el individuo tiene necesidad de formar con otros una comunidad o grupo más restringido que las grandes concentraciones humanas: continentes, estados, regiones, ciudades, pueblos, etc.

Según Delgado “esta necesidad de constituir un nosotros se agudiza cuando las interconexiones y los roces con otros grupos se hacen más frecuentes, más intensos y en el marco de unos territorios cada vez más reducidos, de forma que la

voluntad de diferenciarse, contrariamente a lo que solemos pensar, no procede de ningún aislamiento, sino de lo que se vive como un exceso de contacto entre grupos” Delgado. (1998).

De ahí que la identidad cultural tenga por función principal la creación del sentido del entorno, transformándose al mismo tiempo, en una brújula que posiciona a un individuo o grupo en mapas cognitivos colectivamente seleccionados, como lo menciona Cardoso de Oliveira (1990). Sin embargo, este posicionamiento que otorga y que caracteriza a la identidad cultural como tal, se da por una relación dialéctica de un nosotros (semejantes) ellos (distintos de nosotros), o como lo menciona Cuche “la identidad es una construcción que se elabora en una relación que opone un grupo a los otros con los cuales entra en contacto” Cuche.(1999).

2.3.7 CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Analíticamente, la representación social o campo operativo de la identidad cultural, se estructura sobre la base de tres principios fundamentales: el principio de la diferenciación, el de la integración unitaria o de reducción de las diferencias y el de la permanencia a través del tiempo.

El principio de la **diferenciación**, es un proceso a través del cual los individuos y los grupos humanos se identifican siempre y en primer lugar, por la afirmación de su diferencia con respecto a otros grupos. Rodrigo lo afirma al decir que “la identidad cultural es una relación dialéctica entre el yo y el otro. No hay identidad sin el otro” Rodrigo (1998). De esta manera el individuo se reconoce a sí mismo estableciendo la diferencia con otros, de hecho, sin los demás, no se podría diferenciar de nadie, por lo que no se daría cuenta de su especificidad como persona o como grupo cultural.

Torres define a la identidad cultural como el cúmulo de representaciones sociales compartidas que funciona como una matriz de significados que define un conjunto de atributos idiosincráticos propios, que dan sentido de pertenencia a sus miembros y les permite distinguirse de otras entidades colectivas" Torres. (1999), por lo que en su definición, el establecimiento de la diferencia es preponderante.

El segundo principio fundamental de la estructuración de la identidad cultural, es el de la **integración unitaria o reducción de las diferencias**. Este principio descansa sobre la base que existe una unidad identitaria colectiva, la cual integra las diferencias, gracias a un principio unificador que

las subsume y, al mismo tiempo, las neutraliza, las disimula e induce a olvidarlas.

De hecho, como ya se mencionó, la identidad cultural no significa que dentro de un grupo todos sean iguales, más bien, este principio da cuenta de cómo los grupos, al nivel del inconsciente colectivo, propenden por la identificación de elementos subjetivamente seleccionados a partir de diferentes criterios que van surgiendo de la convivencia, de redes de relaciones establecidas dentro de ese espacio-tiempo-social, donde las condiciones de vida y los rasgos culturales tienden a ser similares” Viviescas. (1989).

Por ello, la relación entre identidad y cultura es directa; en el centro de todo proceso de producción de sentido (cultura), se encuentra la construcción de una identidad cultural. Ésta siempre se forma por referencia a un universo simbólico (la cultura), interiorizada en los individuos como un conjunto de representaciones socialmente compartidas, entendidas estas como "una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido orientado hacia la práctica, que contribuye a la construcción de una realidad común por parte de un conjunto social" Torres.(1999). De hecho, mediante la integración unitaria, los rasgos compartidos, así como los distintos

tienden a integrarse y se convierten en símbolos de la identidad cultural.

Pero, si bien es cierto, la identidad cultural constituye una dimensión subjetiva de los actores sociales y de la acción colectiva, para su existencia requiere de una base real compartida, la **permanencia a través del tiempo**, como el tercer principio operativo de la identidad cultural. Este se refiere a la continuidad temporal que posibilita a los sujetos construir una memoria individual o colectiva, que vincule el pasado con el presente y que se proyecte hacia el futuro. Esto corroborado por las palabras de Bermúdez, Pinto y Sulbarán (1997), que creen que en la definición de las identidades colectivas “es el concepto de memoria colectiva, entendida como el acervo de saberes y prácticas comunes, en donde los actores se asumen con una historia común que les identifica”

En definitiva, la identidad cultural, por los atributos mencionados, pasa a ser, Giménez (1994) asevera “la autopercepción de un nosotros relativamente homogéneo en contraposición a los otros, con base en atributos, marcas o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la mismidad identitaria”

2.3.8 NIVELES DE IDENTIDAD CULTURAL:

Como se indicó anteriormente, la Teoría de Sistemas nos permite analizar eficientemente a la diversidad cultural a partir del principio de la recursividad y esto lo podemos hacer en niveles que van descendiendo desde lo más general a lo particular o viceversa, En general, la cultura, como concepto de uso diario, es usada en referencia a forma de vida tanto propia como de otros pueblos. Pero es posible apreciar que hay diferencias culturales dentro de nuestros propios países, incluso cuando son pequeños. También hay momentos en que profesionales de las ciencias sociales deben referirse a las culturas de regiones más amplias como Iberoamérica o Europa, y ni qué hablar del significado de la cultura universal. Al respecto podemos comenzar el análisis del tema con Corad, Kottak, (1994), asevera que: "La culturas también pueden tener un tamaño menor al nacional. Aunque las personas de una misma sociedad o nación comparten una tradición cultural, todas las culturas contienen también diversidad. Los individuos, las familias, los pueblos, las regiones, las clases y otros subgrupos dentro de una cultura tienen diferentes experiencias de aprendizaje al mismo tiempo que comparten otras

Como este artículo está dirigido a estudiantes de Ciencias Sociales, donde cada uno tiene su propia necesidad de uso del concepto de cultura, se ha preferido ampliar la división en niveles culturales al máximo, desde el nivel familiar, al nivel de la cultura universal, como ya se explicó anteriormente, dejando en claro que por razones de presentación y mejor comprensión se ha invertido el orden desde lo familiar hasta lo universal, porque en la práctica educativa moderna y especialmente constructivista, la cultura familiar esta en el primer lugar **en cuanto a proveedora de sentidos culturales a la mente del niño que** llega a manos del profesor, a la vez es bueno recordar que éste será un mediador entre la cultura local y el niño, a la vez que procurará ampliar los horizontes cognitivos de sus alumnos hasta que alcancen niveles más amplios de cultura universal.

Como se indicó anteriormente, la Teoría de Sistemas nos permite analizar eficientemente a la diversidad cultural a partir del principio de la recursividad y esto lo podemos hacer en niveles que van descendiendo desde lo más general a lo particular o viceversa, En general, la cultura, como concepto de uso diario, es usada en referencia a forma de vida tanto propia como de otros pueblos. Pero es posible apreciar que hay diferencias culturales dentro de nuestros propios países, incluso

cuando son pequeños. También hay momentos en que profesionales de las ciencias sociales deben referirse a las culturas de regiones más amplias como Iberoamérica o Europa, y ni qué hablar del significado de "la cultura universal". Al respecto podemos comenzar el análisis del tema con Kottak (1994), quien dice que: "Las culturas también pueden tener un tamaño menor al nacional. Aunque las personas de una misma sociedad o nación comparten una tradición cultural, todas las culturas contienen también diversidad. Los individuos, las familias, los pueblos, las regiones, las clases y otros subgrupos dentro de una cultura tienen diferentes experiencias de aprendizaje al mismo tiempo que comparten otras.

Como este artículo está dirigido a estudiantes de Ciencias Sociales, donde cada uno tiene su propia necesidad de uso del concepto de cultura, se ha preferido ampliar la división en niveles culturales al máximo, desde el nivel familiar, al nivel de la cultura universal, como ya se explicó anteriormente, dejando en claro que por razones de presentación y mejor comprensión se ha invertido el orden desde lo familiar hasta lo universal, porque en la práctica educativa moderna y especialmente constructivista, la cultura familiar está en el primer lugar en cuanto a proveedora de sentidos culturales a la mente del niño que llega a manos del profesor, a la vez es

bueno recordar que éste será un mediador entre la cultura local y el niño, a la vez que procurará ampliar los horizontes cognitivos de sus alumnos hasta que alcancen niveles más amplios de cultura universal.

I. La Cultura Familiar:

Cada familia expresa en su vivir cotidiano -y transmite a sus hijos en el proceso de socialización- una forma particular de ver el mundo y de actuar en él. Así, una familia enseña a tratar a los padres de "tu", mientras que en otras los hijos son enseñados a tratarlos de "Ud.", la misma variación entre familias se observa en las maneras de mesa, etc. Del mismo modo, diferentes familias variarán en costumbres, valores, normas de vida, lenguaje, simbolismos que les son propios, etc. respecto de sus vecinos. Estas diferencias particulares bien pueden ser llamadas la "identidad cultural de cada familia". No desconocemos que al hablar de la "cultura familiar" nos movemos muy cerca de los conceptos que estudia la Psicología Social, pero no podemos dejar de ver que muchos rasgos particulares de las familias corresponden nítidamente a los elementos que hemos llamado culturales. La exacta diferencia entre lo cultural y lo psicosocial, por el momento, queda como tarea para el alumno.

II. La Cultura del Barrio o Vecindario:

También los barrios o vecindarios tienen cierta identidad propia, dependiendo del grado de relaciones comunes, años de antigüedad del vecindario, etc. así ocurre que en Año Nuevo, por ejemplo, hay vecindarios donde las familias se saludan alegremente recorriendo a todos los vecinos en un radio a veces bastante amplio, mientras que en otros vecindarios la gente escasamente se saluda. Hay que tener en cuenta que la casa familiar, su patio, el antejardín y el vecindario son el primer territorio del niño, donde recibe las primeras influencias de su medio ambiente social, y por lo tanto de su enculturación. También hemos observado que muchas mujeres, cuando asumen un rol de actividad destinado solo a las tareas de hogar, terminan encerrándose en un territorio sumamente restringido que corresponde exclusivamente al micromundo del vecindario, con bastante desconocimiento de lo que sucede en el resto del orbe. Es natural, en ese caso, que esas personas terminen preocupándose solo de lo que sucede a las personas que viven dentro de su territorio vecinal.

III. La Cultura Local.

La idea de localidad representa un territorio más amplio que el vecindario inmediato. Lo que permite que una sociedad

humana pueda ser definida como "una localidad" es su identidad cultural, es decir, que posee una cultura más o menos homogénea en cuanto a costumbres tradicionales y modernas, valores, normas de vida, lenguaje, simbolismos y cultura material desarrollada, seguramente, a lo largo de una historia común. Si esta cultura común no es claramente visible no se puede hablar de "una localidad". Para quien está acostumbrado a pensar la cultura en forma amplia, puede que este aspecto de la cultura parezca forzar los argumentos.

IV. La Cultura Regional:

Se refiere a una porción del territorio nacional más o menos amplia que manifiesta una clara identidad regional, esto es reconocible: son distintas la cultura de la Región, comparada con las Regiones. En cambio uno puede identificar que hay más de una identidad regional al interior de la Región. Del mismo modo, culturalmente, las Regiones del Norte son distintas a las regiones del Sur. Las diferencias se deben a que cada región a lo largo de su historia, ha desarrollado sus propios elementos culturales, con sus sabores locales, sus propios significados, valores y costumbres, generando una identidad cultural propia y característica. Uno de los campos más inmediatos para

apreciar los cambios o diferencias en la cultura regional, son las costumbres en las comidas, ya que cada región se caracteriza por sus propias recetas culinarias, lo que hace las delicias de los viajeros y turistas (Los lectores de otros países seguramente podrán reconocer estas "regiones" culturales en que se divide su país.

2.4 AUTOESTIMA

2.4.1 DEFINICIÓN:

La autoestima es un complejo y dinámico sistema de percepciones, creencias y actitudes de un individuo sobre sí mismo. Es multifacético y multidimensional, pues incluye cuatro dimensiones: Autoconcepto académico, autoconcepto social, autoconcepto emocional y autoconcepto fisicomotriz, según Marchago, J. (1992). Por lo tanto. la autoestima alude a una actitud hacia uno mismo que se expresa en la forma habitual de pensar, sentir, amar, trabajar, estudiar y comportarse; manifiesta Branden, N. (1995).

2.4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA AUTOESTIMA POSITIVA

Los jóvenes que tienen un alto sentido de amor propio presentan las siguientes características:

- a) Demuestran un alto grado de aceptación de sí mismo y de los demás.
- b) Reconocen sus propias habilidades. así como las habilidades especiales de otros.
- c) Se sienten seguros en su ambiente y en sus relaciones sociales.
- d) Presentan un sentido de pertenencia y vínculo con los demás.
- e) Tienen un buen rendimiento académico en la universidad.
- f) Se sienten bien con sus trabajos.
- g) Cuando se enfrentan a desafíos y problemas responden con confianza y generalmente alcanzan un alto grado de éxito.
- h) Planifica la vida positivamente en lo relacionado al tiempo y actividades, según Douglas, R. (1995).

2.4.3 COMPONENTES DE LA AUTOESTIMA

Para Chris Mruk la autoestima tiene tres componentes. ellos son:

- a) Cognitivo: se refiere a la opinión que se tiene de la propia personalidad y de las conductas.
- b) Afectivo: se refiere a la valoración de lo positivo y negativo que hay en el individuo. es un sentimiento

de capacidad personal. pues implica un diagnóstico del propio merecimiento o valor como ser humano. Este elemento consiste en una autoestimación que nace de la observación de uno mismo y de la asimilación e interiorización de la imagen y de la opinión que los demás tienen y proyectan de nosotros.

- c) Conductual: se refiere a la autoafirmación y a la autorealización dirigida hacia la práctica de un comportamiento consecuente, lógico y racional, tal como menciona Mruk, Ch. (1999).

Nos dice Raúl Eguizabal que si queremos modificar la autoestima para fomentarla y potenciarla positivamente debemos actuar sobre los diferentes componentes de la misma; sin embargo. “estos componentes están muy relacionados entre sí, de manera que actuando sobre uno de ellos, obtenemos efectos sobre los otros dos. Si modifico un pensamiento negativo acerca de mí mismo por otro positivo, seguramente me sentiré mejor conmigo mismo y este sentimiento de bienestar me impulsará a actuar, probablemente haciendo algo de lo que no me creía capaz”, manifiesta Eguizabal, R. (1999).

2.4.4 VALORES DE LA AUTOESTIMA

Los siguientes valores son la base de la autoestima:

- a) Valores corporales: estimar nuestro cuerpo. aceptarlo con sus limitaciones y defectos.
- b) Valores sexuales: sentirse orgulloso del sexo que se posee. para esto es necesario enseñar a la persona a vivir con responsabilidad la actividad sexual humana. siendo importante el conocimiento de nuestra realidad psíquica. biológica y social.
- c) Valores Intelectuales: son principios que norman nuestro accionar y duran toda la vida. Debemos identificar los talentos. propios de la Inteligencia. para llegar a apreciarlos y valorarlos.
- d) Valores estéticos y morales: el primero se refiere a apreciar la belleza y debemos identificar nuestras habilidades e inclinaciones hacia la danza. la música. la escultura. la pintura. la poesía y otros. porque ello contribuye a valorar nuestras cualidades. El segundo se refiere al respeto de las normas propias de una sociedad como es el respeto al bien ajeno. el rechazo a toda forma de discriminación. la práctica de la tolerancia y la cooperación. la lucha por la justicia y la libertad y otros.

- e) Valores afectivos: son los sentimientos propios del ser humano como la compasión. la alegría. el deseo. el amor y otros; todos ellos dignos de aprecio. los cuales son la base para edificar nuestra autoestima
Horma, F. (1997).

2.4.5 COMPORTAMIENTO QUE EXPRESA AUTOESTIMA

La autoestima influye mucho sobre el comportamiento. Solemos comportarnos según nos veamos y según la autoestima que tengamos, Douglas, R. (1995). Así el individuo con autoestima expresa la alegría de estar vivo a través de su cara, modales, modo de hablar (con voz modulada y una intensidad apropiada a la situación). Se observa que sus palabras son espontáneas y tiene facilidad de movimiento, su postura es relajada y erguida y bien equilibrada. Es decir, existe armonía entre lo que dice y hace en sus movimientos, en sus ideas y expresiones. Así mismo, la persona con autoestima es capaz de hablar de sus virtudes y defectos con franqueza y honestidad. Está abierto a las críticas y se siente cómodo admitiendo sus errores, manifiesta Branden, N. (1995).

2.4.6 FACTORES QUE DAÑAN LA AUTOESTIMA

Muchas veces observamos que tanto profesores como familiares expresan actitudes negativas a los jóvenes, estas acciones contribuyen a disminuir la autoestima de los estudiantes. También muchos padres, sin quererlo, predisponen a sus hijos para el fracaso cuando se refieren a ellos con frases como "bueno para nada". "yo lo hago mejor" y otros. Entonces, debemos evitar las siguientes acciones:

- a) Ridiculizarlo o humillarlo.
- b) Castigarlo por expresar sentimientos "inaceptables" (llorar, encolerizarse y otros).
- c) Transmitirle la idea que es incompetente.
- d) Transmitirle la idea que sus pensamientos y sentimientos no tienen valor o importancia.
- e) Intentar controlarlo mediante la vergüenza o la culpa.
- f) Educarlo sin asertividad y empatía.
- g) Maltratarlo moralmente.
- h) Utilizar el miedo como recurso disciplinario.

Debemos indicar que el docente universitario del siglo XXI, deberá tener una formación mucho más centrada en el manejo de las dimensiones psicológicas de sí mismo y de los alumnos; además,

deberá desarrollar las aptitudes y cualidades para asesorar, guiar, aconsejar, orientar y motivar a los estudiantes para su auto aprendizaje, según Trahtemberg. L. (1995).

2.4.7 PAUTAS PARA EL DESARROLLO DE LA AUTOESTIMA

Para William Montgomery (también para Clark. Clemes y Bean) existen cuatro condiciones fundamentales que deben comenzar a experimentarse positivamente para elevar la autoestima, estas son:

- a) La vinculación: se refiere al establecimiento de relaciones sociales productivas y duraderas. Esto quiere decir que el individuo debe estar inmerso en una actividad productiva y debe compartir funciones con otras personas; de esta manera. la formación del individuo estará influenciada por conexiones familiares. culturales. comunitarias. étnicas. deportivas. ideológicas y otros. La pregunta que aquí debemos responder es: ¿Con quién me junto y comunico. y para qué?
- b) La singularidad: implica el aprecio y reconocimiento de la propia individualidad. apoyada y respetada por los demás. Esta condición incluye respetar los

derechos personales y ajenos. Cada individuo es especial porque puede saber y hacer cosas que no son del dominio común. El individuo debe preguntarse: ¿Quién soy y qué me distingue de los demás?

- c) El poder: es un sentimiento de capacidad para asumir responsabilidades. tomar decisiones. utilizar las habilidades que se tengan para afrontar problemas y solucionarlos, aun cuando la situación sea difícil. En este sentido. es una condición necesaria para cambiar el ambiente desfavorable. La pregunta es: ¿Qué puedo hacer y cómo?
- d) Los modelos: Son pautas de referencia que sirven de guía vital; los modelos pueden ser los valores. los ideales. los intereses. las metas y otros. Las preguntas a considerar son: ¿Cómo debo actuar?. ¿Hacia dónde voy? y ¿En qué creo?, según Montgomery, W. (1997)

2.4.8 IMPORTANCIA DE LA AUTOESTIMA

La gran importancia de la autoestima radica en que:

- a) Constituye el núcleo de la personalidad: Porque la autoestima es una fuerza impulsora que determina

en el hombre a ser él mismo. Además, el dinamismo básico del hombre es su autorrealización.

- b) Determina la autonomía personal: Porque el objetivo de la educación es la formación de personas autónomas, seguras de sí mismas, que se acepten a sí mismas, que sepan autoorientarse en medio de una sociedad en mutación. Para esto es indispensable tener una autoestima positiva.
- c) Posibilita una relación social saludable: El respeto y aprecio hacia uno mismo es la condición necesaria para relacionarse con las demás personas. Por esta condición, podremos estimar a los otros, reconocer sus valores e infundirles fe y esperanza en sus propias capacidades.
- d) Fundamenta la responsabilidad: La autoestima permite que la persona se comprometa a realizar un trabajo, porque tiene confianza en sí mismo y confía en su aptitud. Asumir nuestra responsabilidad con nosotros mismos significa confiar en nuestra propia capacidad para evaluar y lograr el objetivo, sin tener que culpar a los demás de nuestros posibles errores o dificultades.

- e) Supera las dificultades personales: La persona que goza de autoestima es capaz de enfrentarse a los problemas que le sobrevengan. Dispone dentro de sí la fuerza necesaria para reaccionar buscando la superación de los obstáculos. La persona de autoestima negativa, ante los golpes de la vida se deprime, se quiebra y se paraliza.
- f) Apoya la creatividad: La persona creativa surge de la fe en sí mismo, en sus capacidades y en su originalidad. Los que tienen baja autoestima llegan a ser conformistas y tienen el temor de innovar.
- g) Condiciona el aprendizaje: La adquisición de nuevas ideas y aprendizajes están íntimamente ligadas a la atención y concentración voluntaria; la persona que se siente bien consigo mismo tiene motivación y deseo de aprender.
- h) Garantiza la proyección de la persona: Desde sus cualidades las personas se proyectan hacia el futuro, se autoimponen aspiraciones y expectativas de realización y se sienten capaces de escoger y alcanzar sus metas, según Calero, M. (2000).

2.4.9 AUTOESTIMA Y DOCENCIA

La labor docente es de trascendental responsabilidad y por lo tanto debe ser realizada de manera consciente y no de cualquier modo. Para los que estamos inmersos en el quehacer educativo. Educar no nos es circunstancial ni accesorio. Es el núcleo capital de nuestra existencia. La comunidad confía en nuestra obra y por eso de manera consciente nos hemos comprometido educar y somos responsables de esa obra. Sólo los docentes somos los más comprometidos a dignificar nuestra profesión y esto debe darse a partir de una autoestima positiva. Porque una de las metas de nuestra profesión es el cultivo de la autoestima. Por lo tanto. Si queremos influir en su autoestima y formación integral. El docente deberá tener una autoestima suficientemente elevada.

Por otro lado. Es absurdo pensar que nuestra profesión sólo se limita a transmitir conocimientos y cuantificar los resultados académicos. Nuestra función es de trascendental responsabilidad. No olvidemos que el ser humano es más que conocimiento. Es un ser que imagina. Cree, siente, ama y está surcado por otros factores afectivos y sociales que influyen en su trabajo intelectual.

Las últimas investigaciones en Pedagogía y Psicología están poniendo énfasis en la importancia de la afectividad en general y de la autoestima en particular. Como uno de los elementos claves para el desarrollo humano. Porque estos aspectos están relacionados con los intereses fundamentales para el desarrollo de un individuo. Así pues. “la autoestima no es innata es adquirida y se genera como resultado de la historia de cada persona”, según Cruz, J. (1997). Es decir. Se va construyendo a partir de las personas que nos rodean, las experiencias, las vivencias y los sentimientos que se producen a lo largo de nuestra vida. Por lo tanto, la valoración que uno tiene de sí mismo es el resultado de una larga y permanente secuencia de acciones y pasiones que se van configurando en el transcurso de nuestra existencia. Está claro y más en el quehacer educativo, que sólo se logrará cultivar una autoestima positiva en el alumno, si los docentes lo poseen y lo exhiben. Nuestra función como docente es lograr cambios positivos en la autoestima de los estudiantes. Así pues. “mientras más joven es el estudiante, existe más posibilidad que el docente influya sobre el alumno ya sea elevando o

disminuyendo su autoestima” manifiesta, Vicente José. 1991.

Es acertado indicar que hay algunos docentes que no manejan adecuadamente el tacto pedagógico y en vez de generar motivación para el desarrollo, sólo contribuyen a debilitar la autoestima. Debemos indicar que “las críticas negativas como las observaciones irónicas y despectivas y las expresiones de censura, causan en el alumno timidez, pérdida de confianza en sí mismo y bajan su rendimiento académico; mientras que el aplauso, el elogio, las caricias y expresiones verbales positivas de los profesores hacia los alumnos, confirman e intensifican su motivación.

José Vicente está de acuerdo con el psicopedagogo Stanley Coopersmith cuando nombran seis factores que deben crearse en el aula para desarrollar la autoestima de los educandos:

- a) Retos: el profesor debe comprometer al alumno para alcanzar metas cada vez más altas.
- b) Libertad de equivocarse: porque permite que el alumno enmendé sus errores sin miedo a la humillación o al rechazo.
- c) Respeto: debe partir del profesor hacia el alumno.

- d) Cordialidad: debe existir una correlación positiva entre la cordialidad del educador y la autoestima del alumno.
- e) Disciplina: debe surgir del interés cordial del educador (firme. exigente) para con el alumno.
- f) Éxitos: la propuesta educativa debe estar orientada a promover y facilitar el éxito. porque a través del éxito conocemos mejor nuestras capacidades que a través del fracaso.

Para lograr una buena comunicación interpersonal con los educandos y que a su vez ellos se sientan seguros y confiados de las funciones de un buen docente, va a depender de la autoestima que tenga el docente.

Nathaniel Branden subraya las siguientes características de un docente con autoestima baja:

- a) Es inseguro con relación a sus habilidades (intelectuales y emocionales).
- b) No desea entrar en controversia o exponerse a la crítica.
- c) Evade responsabilidades y se desestima.
- d) Se considera menos que otros.
- e) Es conformista y/o fatalista.

- f) Evita participar en los cambios educativos.
- g) Recurre a las amenazas para lograr disciplina.
- h) Tiende a sentir que los demás son fuente de su autoestima (no enseña que la autoestima debe generarse en las relaciones interpersonales y que nace de adentro de las personas).
- i) Tiende a utilizar las evaluaciones como medio para manipular a los estudiantes a la obediencia y conformidad.
- j) Son típicamente maestros infelices.

Mavilo Calero está de acuerdo con Franco Voll cuando subrayan las siguientes características del docente con autoestima alta:

- a) Con su ejemplo estimulan. motivan y ayudan a sus alumnos a buscar y encontrar ellos mismos las soluciones a sus propios problemas y conflictos personales. además de académicos.
- b) Por su forma de hablar y de comportarse consiguen la atención de sus alumnos. conectan con su interés y atención motivadora y consiguen la comprensión de los temas tratados.
- c) Aceptan a sus alumnos tal y como son. Aprecian y realzan sus diferencias personales y las

enfocan desde una perspectiva positiva de aprendizaje mutuo y de superación.

- d) Se relacionan de forma positiva y constructiva con sus colegas y entienden que la colaboración es uno de los factores básicos del bienestar de la persona y de la institución.
- e) Disfrutan de lo que hacen y de los resultados que consiguen. aún sean los resultados negativos.
- f) Son conscientes de la importancia de los nuevos paradigmas educativos de aprender a pensar. En lugar de darle todo el trabajo hecho. limitando así la creatividad y la actividad del alumno. fomentan los paradigmas más recientes de la educación. sobre el aprendizaje para pensar. interpretar. crear y desde allí comprender plenamente los significados de lo que se quiere aprender.
- g) Son optimistas sobre las capacidades y potencialidades de sus alumnos y tienen esperanzas reales sobre cada uno de ellos dentro de sus niveles individuales de desarrollo y maduración.

Reconocen los distintos estilos de aprendizaje y preferencia sensoriales de sus alumnos y la propia. Entienden que las personas para aprender recurren a diferentes estilos (activos. reflexivos) y a distintas preferencias sensoriales (visual. auditivo. táctil) y a acondicionamientos del entorno familiar y social; manifiesta Calero, M. (2000).

2.5 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

- a. **NIVELES.**- Diferencias de altura entre dos o más puntos, altura que una cosa alcanza a diferencia de los otros.
- b. **AUTOESTIMA.**- Se refiere a la evaluación que la persona hace normalmente respecto así mismo, expresa una actitud de aprobación o desaprobación.
- c. **COMUNEROS.**- Personas que pertenecen a la comunidad, mayormente orientado a zonas rurales.
- d. **COMUNIDAD.**- Junta o congregación de personas que viven unidas bajo ciertas reglas.
- e. **SOCIAL.**- Perteneciente o relativo a la sociedad, o a las contiendas entre unas y otras clases que dependen de la base económica.
- f. **ECONÓMICA.**- Administración de los bienes, riqueza privada o pública, escasez o miseria; como también ahorro de dinero y participación en la producción.

- g. **IDENTIDAD CULTURAL.**- Perteneciente a la cultura, resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de ejercitar las facultades intelectuales.
- h. **IDENTIFICAR.**- Reconocer si una persona es la supuesta o la que se busca.

2.6 HIPÓTESIS Y VARIABLES:

2.6.1 SISTEMA DE HIPÓTESIS:

2.6.1.1 HIPÓTESIS GENERAL:

Existe una relación directa y positiva entre la identidad cultural y la autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.

2.6.1.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

NO existe una relación directa y positiva entre la identidad cultural y la autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco.

2.6.2 SISTEMA DE VARIABLES:

2.6.2.1 VARIABLE INDEPENDIENTE:

X: Identidad cultural

2.6.2.2 VARIABLE DEPENDIENTE:

Y: Autoestima

2.6.3 SUBVARIABLES: VARIABLE INTERVINIENTES E

INDICADORES:

- Motivación por aprender.

- Nivel socio económico.
- Grado académico
- Procedencia

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Por la naturaleza del estudio, el Tipo de investigación es Básica porque se apoya en un contexto teórico para conocer, describir, relacionar o explicar una realidad, de acuerdo a lo planteado por Mejía, Elías.

3.2 Diseño de Investigación:

El Diseño de investigación es No Experimental de Corte Transversal y muestra un contraste de hipótesis descriptivo correlacional de acuerdo a las siguientes consideraciones:

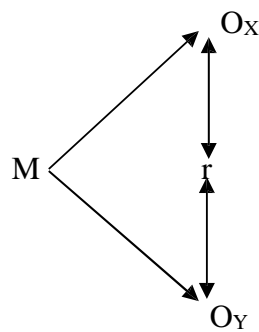
Diseño No Experimental, porque no se manipula el factor causal para la determinación posterior de sus efectos. Sólo se describen y se

analizan su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables

El diseño descriptivo - correlacional tiene por propósito medir el grado de correlación entre dos variables: “Relación entre la identidad cultural y el Autoestima de la Comunidad Campesina de Tlacacayan de la Región Pasco”.

El esquema correlacional se

muestra:



M = Muestras tomadas para Observaciones

O_y = Autoestima

O_x = Identidad Cultural

r = Relación entre las variables

Transversal, porque los objetivos generales y específicos están dirigidos al análisis del nivel ó estado de las variables mediante la recolección de datos en un punto en el tiempo.

3.3 ESTRATEGIA PARA PRUEBA DE HIPÓTESIS

Para fines de la investigación de tipo correlacional causal para comprobar las hipótesis se utiliza una Estrategia divariada, que en términos formalizados corresponde a la siguiente función: $Y = f(x)$

Que se interpreta como que Y es función de X.

Se utilizarán las pruebas de regresión y correlación. La aplicación de la distribución Beta permitirá Confiabilidad apreciar la importancia y la correlación parcial de las Dimensiones en estudio.

La contrastación de las Hipótesis se ejecutará mediante el Valor p, el que requiere de las siguientes interpretaciones:

Si Valor $p \geq 0.05$, se acepta hipótesis Nula (H_0). Si Valor $p < 0.05$, se acepta Hipótesis de Investigación ó Hipótesis alternativa (H_1).

3.4 POBLACION Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

La población de estudio estuvo constituido por toda la población de la Comunidad Campesina de Ticlacayán, según padrón general actualizado al 2014.

3.4.2 MUESTRA

La muestra es probabilística de selección al azar y lo constituyen los campesinos o comuneros en un número de 60:

$$n = \frac{N Z^2}{P Q} = \frac{(N - 1) E^2}{+ Z^2 P Q}$$

3.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

3.5.1 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

- **Observación.** Se ha utilizado ésta técnica a lo largo de la aplicación de la investigación, con la finalidad de recoger la información necesaria.
- **Encuestas.** Mediante la encuesta se recogerá datos más o menos limitados a partir de un número aceptable con la finalidad de conseguir información sobre las variables.
- **Fichajes.** Permitirá registrar los datos más importantes de investigación, entre ellas: Fichas bibliográficas de resumen, cuaderno de campo, etc.

3.5.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

- **Fichas.** Para la consulta bibliográfica y de resumen.
- **Cuestionario.** Es el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consistirá en 10 preguntas referentes a estrategias metodológicas didácticas curriculares y el mercado laboral.

3.6 TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE DATOS

Una vez ya obtenido los datos, tener claro los objetivos propuestos y las variables de las hipótesis. Haber seleccionado la población o muestra objeto del estudio, procesar la información obtenida para luego analizarla y generar conclusiones y discusión de los resultados, se debe efectuar mediante el uso de herramientas estadísticas.

3.7 TRATAMIENTO ESTADISTICO

Utilizando los programas estadísticos: SPSS, MINITAB, etc. Se procesará todas las informaciones obtenidas, para tener resultado óptimo. Para lo cual se tendrá en cuenta la aplicación de la Estadística Descriptiva e Inferencial.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el presente capítulo se presenta los cuadros y los gráficos de la aplicación de los cuestionarios aplicados a la Comunidad Campesina de Tíclacayan de la Región Pasco, cuyos resultados se muestran a continuación.

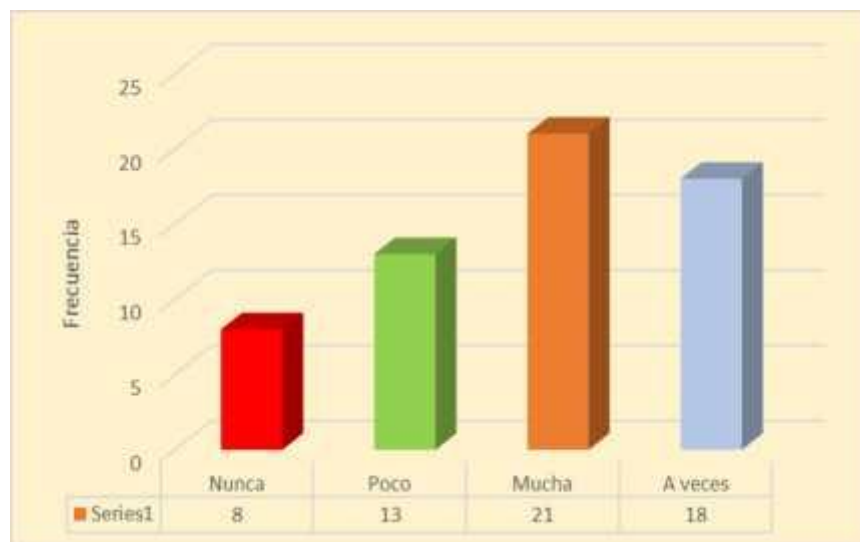
4.1.1 *Resultados del cuestionario No 1*

Cuadro NO. 01 ¿Te sientes identificado con la identidad cultural de tu pueblo?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Nunca	8	8	13,3	13,3
Poco	13	21	21,7	35,0
Mucha	21	42	35,0	70,0
A veces	18	60	30,0	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico No. 01



Interpretación:

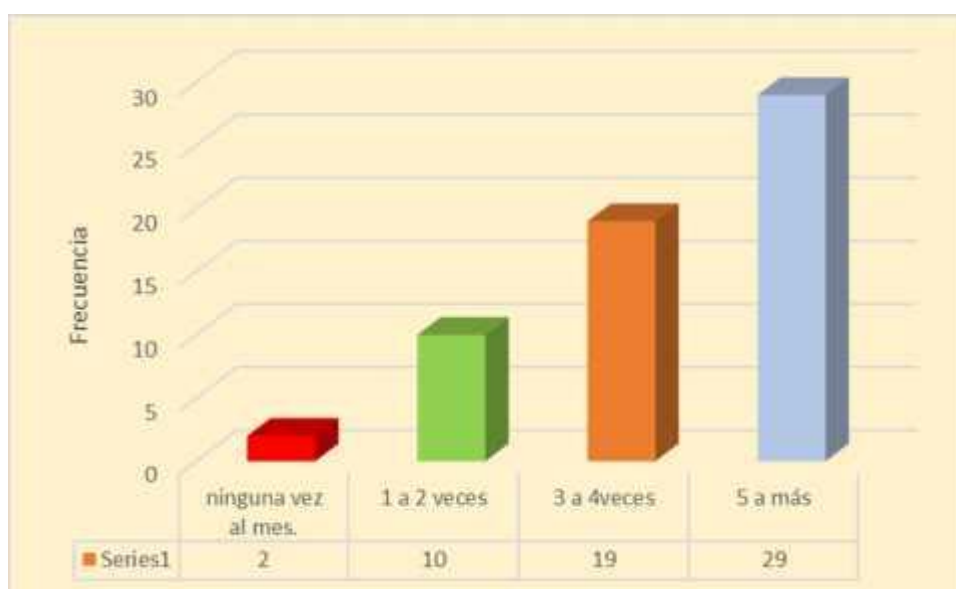
De la tabla anterior se tiene que el 21,7% de los comuneros de Tlacacayan se sienten poco identificados con la cultura de su pueblo; mientras que el 35% de ellos manifestaron que sí están identificados con la identidad de su pueblo.

CUADRO No. 02. ¿Cuántas veces ha visitado lugares que tenga la misma identidad cultural de tu localidad al mes?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Ninguna vez al mes.	2	2	3,3	3,3
1 a 2 veces	10	12	16,7	20,0
3 a 4 veces	19	31	31,7	51,7
5 a más	29	60	48,3	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 02



Interpretación:

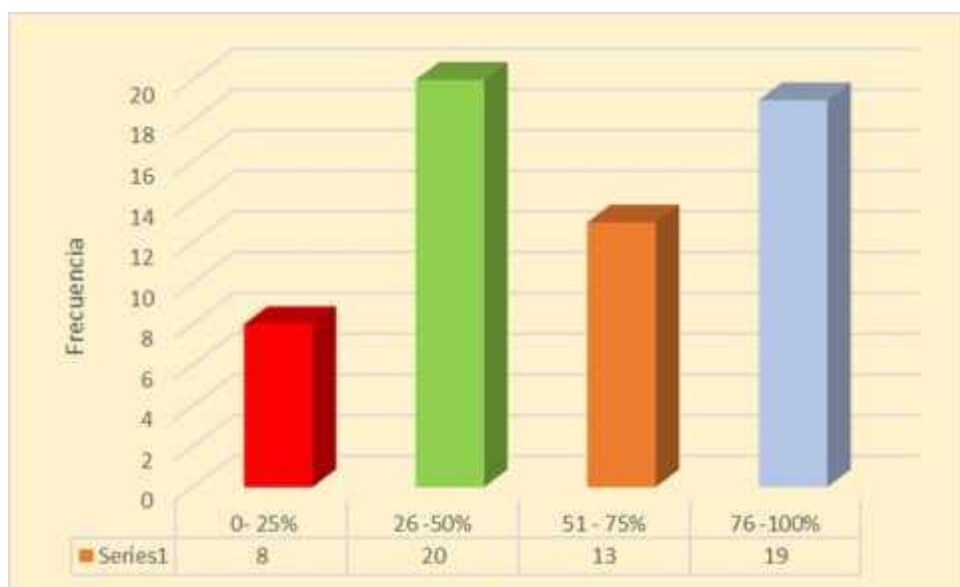
De la tabla anterior se tiene que sólo el 3,3% de los comuneros de Ticlacayan nunca han visitado a los lugares que tengan las mismas identidades culturales de su pueblo; mientras que el 48,3% de ellos manifestaron que sí han visitado más de cinco veces, que representa 29 comuneros de la comunidad de Ticlacayan.

CUADRO No. 03. ¿Qué tanto conoce de la historia de su pueblo? Qué porcentaje le asigna?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
0- 25%	8	8	13,3	13,3
26 -50%	20	28	33,3	46,7
51 - 75%	13	41	21,7	68,3
76 -100%	19	60	31,7	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 03



Interpretación:

Se observa en la tabla anterior que el 31,7% de los comuneros de Tlacayan – Pasco conocen la historia de su pueblo entre 76% a 100%. Pero existe 13,3% de los de estos comuneros conocen la historia de su pueblo en menos del 25%

CUADRO No. 04. ¿Cómo obtuviste información de la historia de tu pueblo?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Por familiares	2	2	3,3	3,3
Centros de estudios	18	20	30,0	33,3
Otras instituciones	21	41	35,0	68,3
Internet	19	60	31,7	100,0
	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 04



Interpretación:

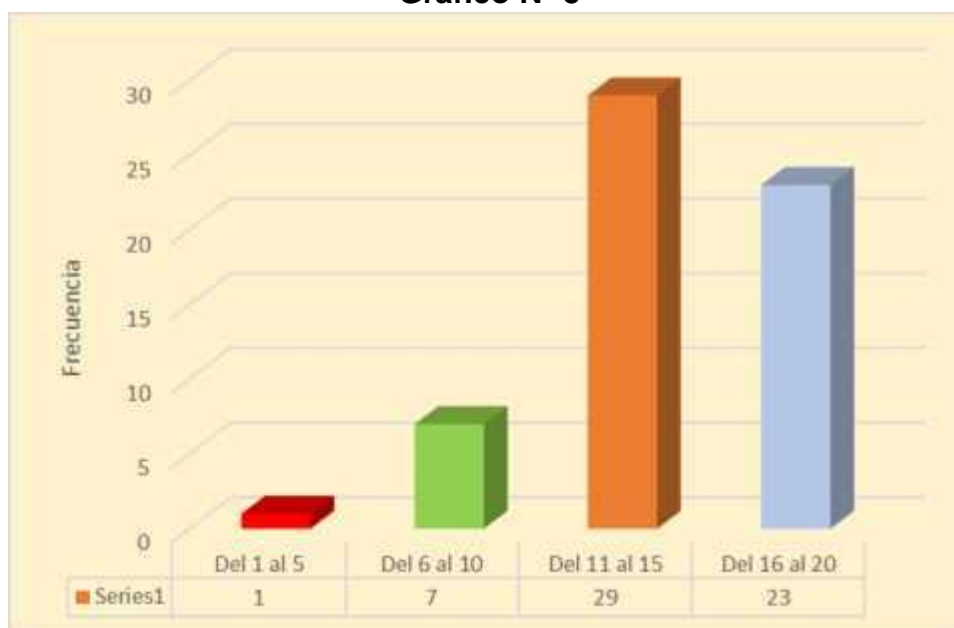
Se observa en la tabla anterior que el 35% de los comuneros de Ticlacayan – Pasco obtuvieron información de la historia de su pueblo de otras instituciones. Pero existe sólo un 31,7% de los comuneros de Ticlacayan la información de la historia de su pueblo se enteraron por internet.

CUADRO No. 05. ¿Considera que el ayudar a promover identidad cultural a nivel de redes sociales ayudara al desarrollo local en tu pueblo? Califique del 1 al 20

Categorías	f _i	F _i	h _i	H _i
Del 1 al 5	1	1	1,7	1,7
Del 6 al 10	7	8	11,7	13,3
Del 11 al 15	29	37	48,3	61,7
Del 16 al 20	23	60	38,3	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 5



Interpretación:

El 48,3% de los comuneros de Ticlacayan encuestados– Pasco, manifestó promover la identidad cultural de su pueblo por las redes sociales la misma que dijeron que ayudara a resolver el desarrollo de su pueblo y existe un 1,7% que poco ayudan a difundir por las redes sociales la cultura de su pueblo.

Cuadro N0. 06 ¿Cómo describiría a Comunidad Campesina de Ticlacayan?

Categorías	fi	Fi	hi(%)	Hi
Centro poblado	8	8	13,3	13,3
Distrito	13	21	21,7	35,0
Tierra del sol y la alegría	21	42	35,0	70,0
En desarrollo.	18	60	30,0	100,0
	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 6



Interpretación:

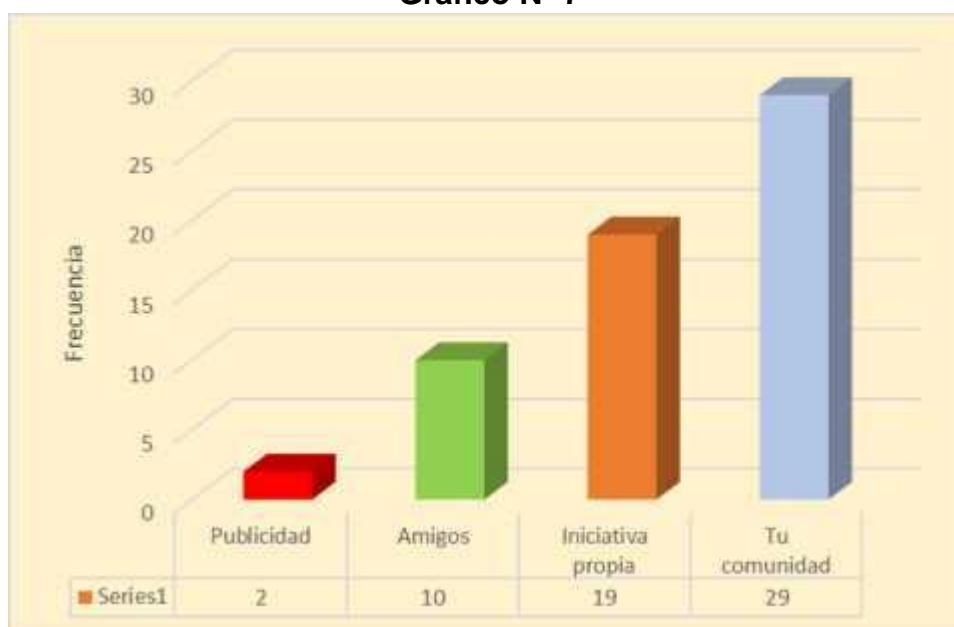
De la tabla anterior se tiene que el 21,7% de los comuneros de Ticlacayan – Pasco, expresaron que describirían a su Comunidad como Tierra del sol y la alegría; mientras que el 30% de ellos manifestaron que lo describirían a su pueblo en desarrollo por las manifestaciones culturales que realizan cada año.

CUADRO No. 07. ¿Cómo se enteró sobre las actividades culturales de la comunidad?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Publicidad	2	2	3,3	3,3
Amigos	10	12	16,7	20,0
Iniciativa propia	19	31	31,7	51,7
Tu comunidad	29	60	48,3	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 7



Interpretación:

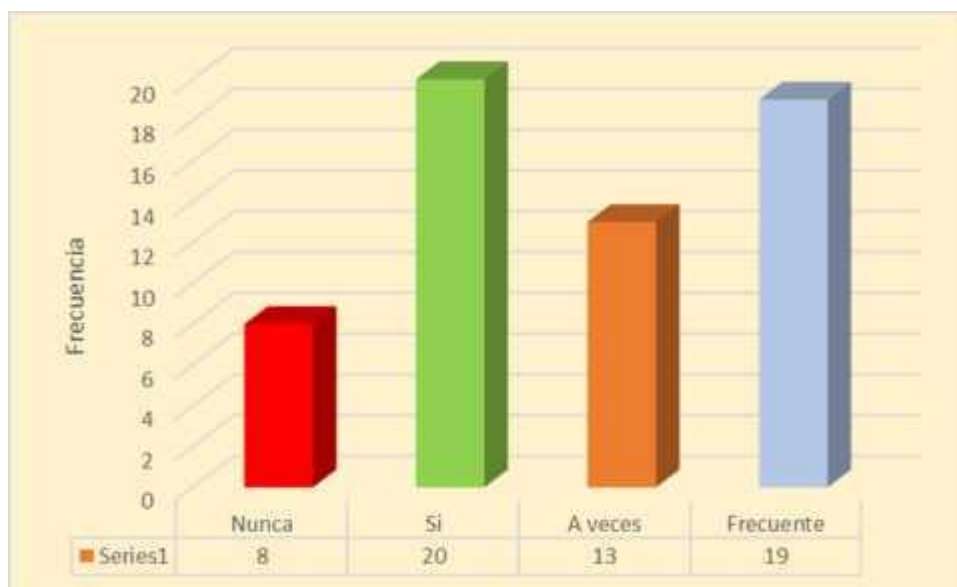
De la tabla anterior se tiene que el 31,7% de los Comuneros de Tlacayan – Pasco, expresaron que las actividades culturales de la comunidad se enteraron por la iniciativa propia de cada poblador; mientras sólo un 3,3% de ellos manifestaron que se enteró las actividades culturales por publicidad de los diferentes medios de comunicación de la Región Pasco.

CUADRO No. 08. Existe publicidad de su localidad en la página de Facebook

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Nunca	8	8	13,3	13,3
Si	20	28	33,3	46,7
A veces	13	41	21,7	68,3
Frecuente	19	60	31,7	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 9



Interpretación:

Se observa en la tabla anterior que el 31,7% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco manifestaron que existe la publicidad de la localidad por las páginas de Facebook de la localidad con frecuencia. Pero existe 21,7% de los estudiantes expresaron que a veces encuentran la publicidad de sus localidad.

CUADRO No. 09. ¿Cómo ayuda a difundir la promoción de identidad de tu pueblo?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Subiendo videos y fotos de tu localidad	2	2	3,3	3,3
Compartiendo videos (link y dándole)	18	20	30,0	33,3
Orientador en tu localidad	21	41	35,0	68,3
Participando en reuniones locales	19	60	31,7	100,0
	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico Nº 9



Interpretación:

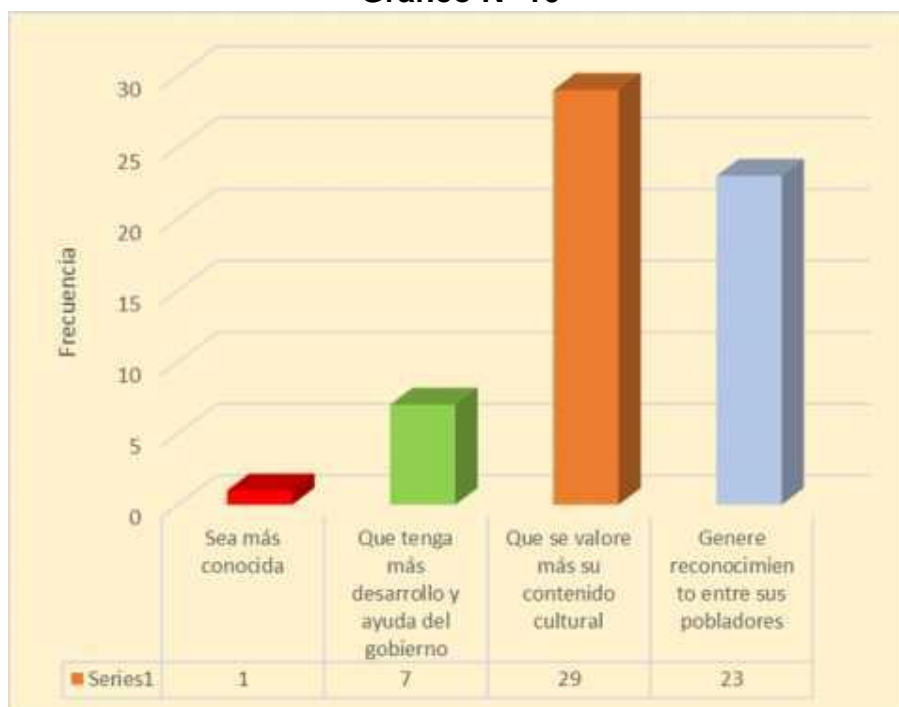
Se observa en la tabla anterior que el 35% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco opinaron que se necesita de un orientador para difundir o promocionar la cultura del pueblo de Ticlacayan. Pero existe sólo un 3,3% que manifiesta que deben subirse videos y fotos en las redes sociales a promocionar la identidad del pueblo de Ticlacayan.

CUADRO No. 10. ¿Qué expectativa espera en la promoción de tu localidad a través de la publicidad en redes sociales?

Categorías	F _i	F _i	h _i	H _i
Sea más conocida	1	1	1,7	1,7
Que tenga más desarrollo y ayuda del gobierno	7	8	11,7	13,3
Que se valore más su contenido cultural	29	37	48,3	61,7
Genere reconocimiento entre sus pobladores	23	60	38,3	100,0
Total	60		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 10



Interpretación:

El 48,3% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco, manifestó que se valore más su contenido cultural de la Comunidad y que estos sean publicitados con mayor frecuencia en las redes sociales y que el 38,3% manifiesta de los generen conocimientos entre sus pobladores de la Comunidad de Ticlacayan.

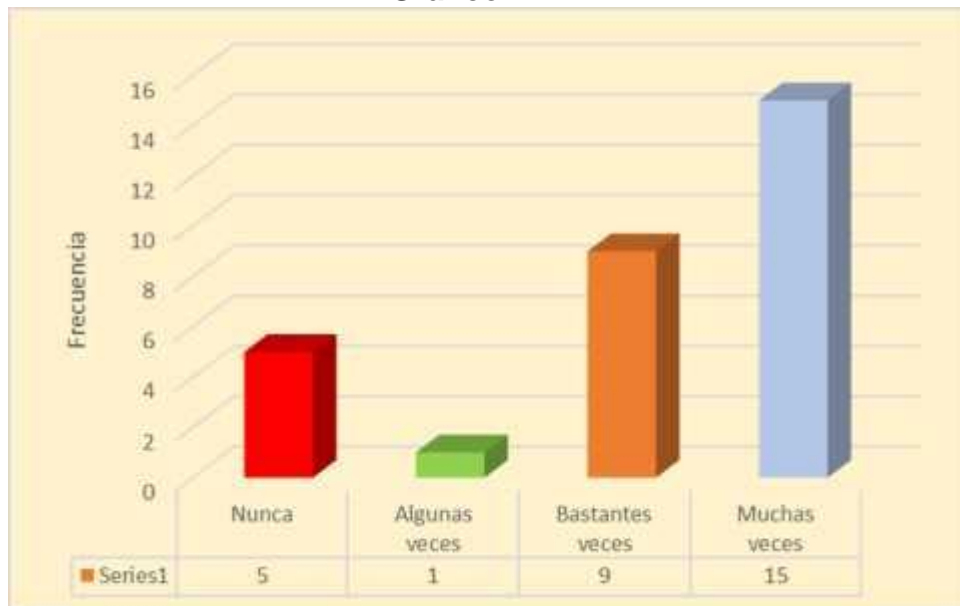
4.1.2 Resultados del cuestionario No 2.

CUADRO No. 11. 1. ¿Te enojas cuando te llevan la contraria?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Nunca	5	5	16,7	16,7
Algunas veces	1	6	3,3	20,0
Bastantes veces	9	15	30,0	50,0
Muchas veces	15	30	50,0	100,0
Total	30		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 11



Interpretación:

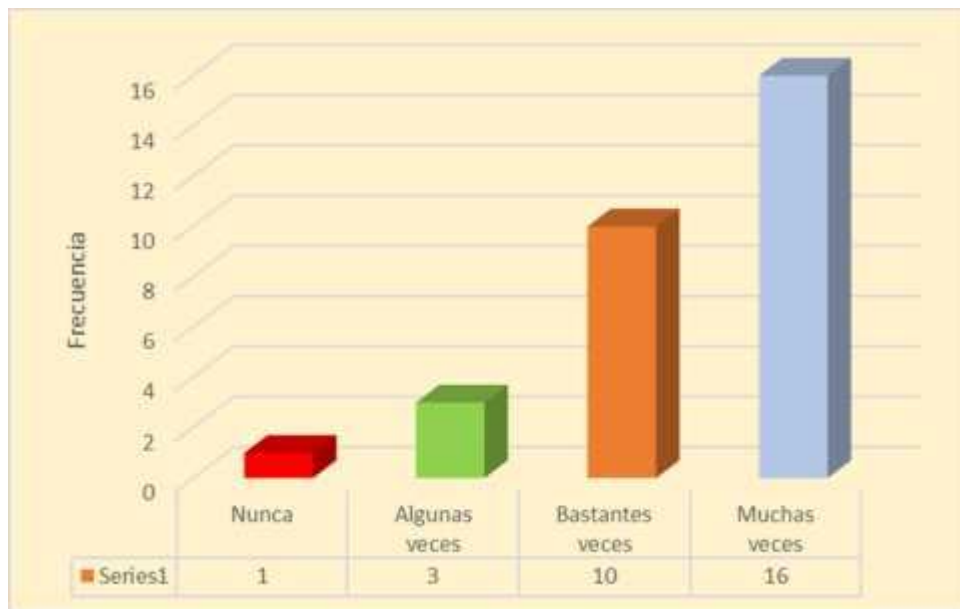
El 30% de los encuestados manifestaron que se enojan bastantes veces cuando su opinión es contraria de ellos(as), mientras que sólo el 16,7% nunca se enojan cuando sus opiniones son contrarios

CUADRO No. 12. 2. ¿Crees que tú sabes más que los demás?

Categorías	f_i	F_i	h_i	H_i
Nunca	1	1	3,3	3,3
Algunas veces	3	4	10,0	13,3
Bastantes veces	10	14	33,3	46,7
Muchas veces	16	30	53,3	100,0
Total	30		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 12



Interpretación:

El 53,3% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco, manifestaron que muchas veces dijeron que saben más que los demás; pero sólo un 3,3% indicaron que saben más que los demás

CUADRO No. 13. ¿Piensas que si te dejas, se van a aprovechar de ti?

Categorías	f_i	F_i	h_i	H_i
Algunas veces	8	26,7	26,7	26,7
Bastantes veces	4	13,3	13,3	40,0
Muchas veces	18	60,0	60,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 13



Interpretación:

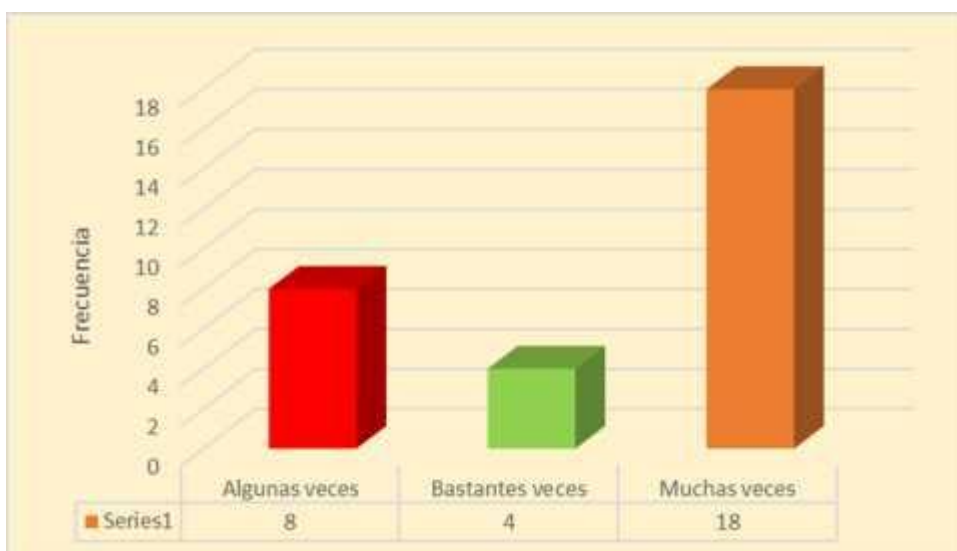
El 60% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco, encuestados piensan que si dan confianza a otros comuneros se van a aprovechar de su persona; sólo un 26,7% de los encuestados piensan algunas veces que si dan confianza se van a aprovechar de su persona

CUADRO No. 14. ¿Crees que a la gente hay que demostrarle quién es el que sabe o manda?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Algunas veces	8	8	26,7	26,7
Bastantes veces	4	12	13,3	40,0
Muchas veces	18	30	60,0	100,0
Total	30		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 14



Interpretación:

El 60% de los Comuneros de Ticlacayan - Pasco, creen muchas veces que deben demostrar personalidad para mandar a los otros comuneros y sólo un 26,7% indicaron que algunas veces debe demostrarse la personalidad para mandar

CUADRO No. 15 ¿Te molesta relacionarte con gente inferior a ti?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Algunas veces	18	18	60,0	60,0
Bastantes veces	12	30	40,0	100,0

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 15



Interpretación:

El 60% de los Comuneros de Ticlacayan – Pasco, en la encuesta dijeron que algunas veces le molesta relacionarse con otras personas que son inferiores a ellos y el 40% de los encuestados se le molestan bastantes veces.

CUADRO No. 16. ¿Crees que algunas personas no reconocer que vales más que ellos?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Algunas veces	1	1	3,3	3,3
Bastantes veces	4	5	13,3	16,7
Muchas veces	25	30	83,3	100,0
Total	30		100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 16



Interpretación:

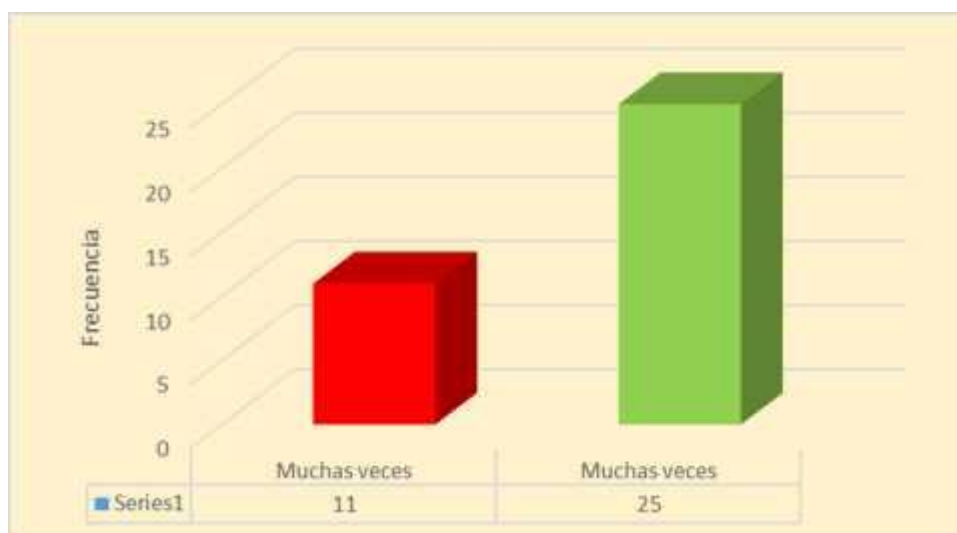
El 83,3% de los Comuneros de la comunidad de Ticlacayan – Pasco, expresaron en la encuesta que muchas veces las personas reconocen que valen más que ellos.

CUADRO No. 17. ¿Cuándo alguien te critica piensas: "quién se cree que es para criticarme?"

Categorías	f_i	F_i	h_i	H_i
Algunas veces	19	63,3	63,3	63,3
Muchas veces	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 17



Interpretación:

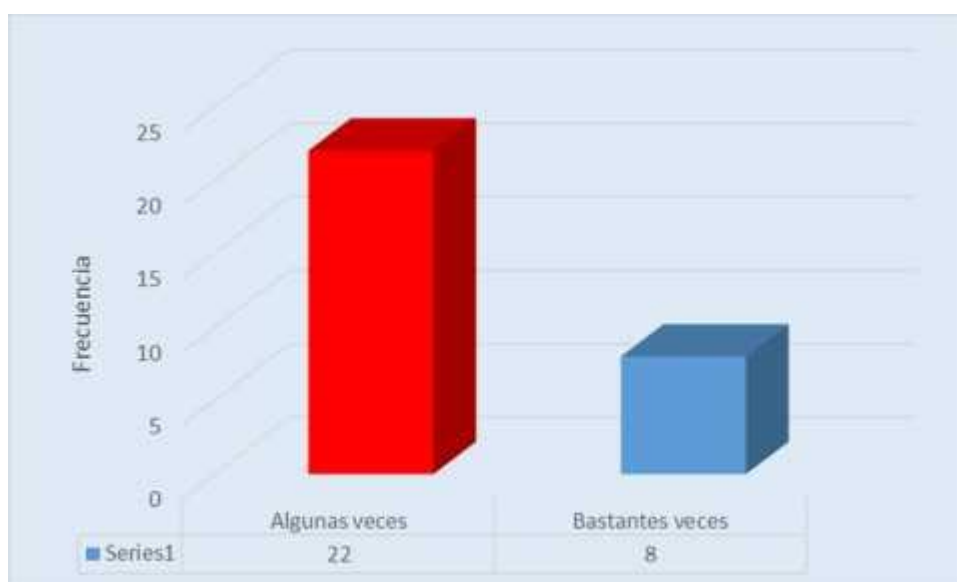
El 63,3% de los comuneros de la Comunidad de Tidlacayan – Pasco, encuestados manifestaron que algunas veces piensan que no es posible recibir críticas de otras personas y el 36,7% piensan que muchas veces cree que lo deben criticar

CUADRO No. 18. ¿Piensas que mucha gente te tiene envidia?

Categorías	f_i	F_i	$h_i(\%)$	H_i
Algunas veces	22	73,3	73,3	73,3
Bastantes veces	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 18



Interpretación:

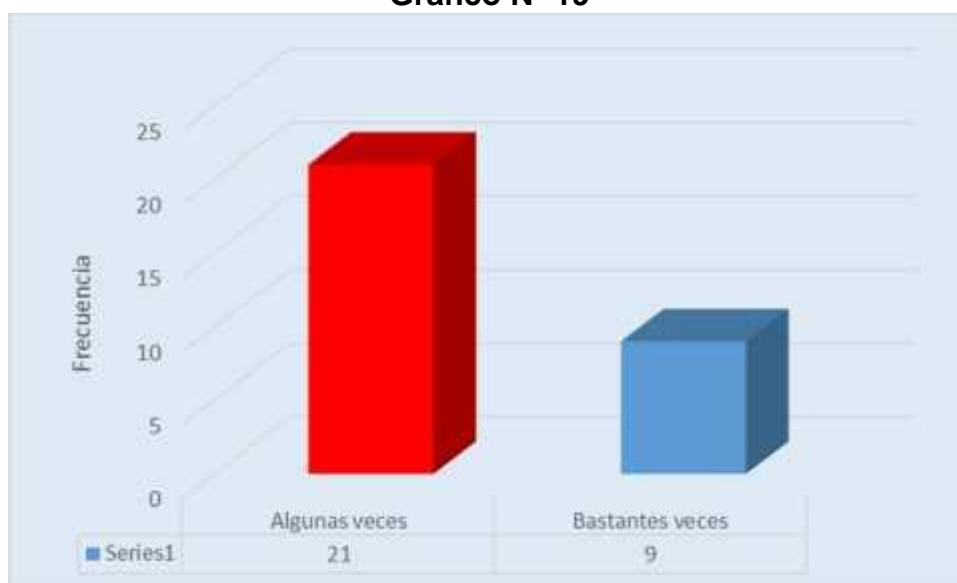
El 73,3% de los comuneros de la Comunidad de Tidlacayan – Pasco, opinaron que si algunas veces tienen envidia de mucha gente y sólo un 26,7% opinan que bastantes veces sienten envidia de la gente

CUADRO No. 19 ¿Crees que no tienes todo lo que te mereces?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Algunas veces	21	70,0	70,0	70,0
Bastantes veces	9	30,0	30,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: *Resultados del cuestionario 1 – 2014.*

Gráfico N° 19



Interpretación:

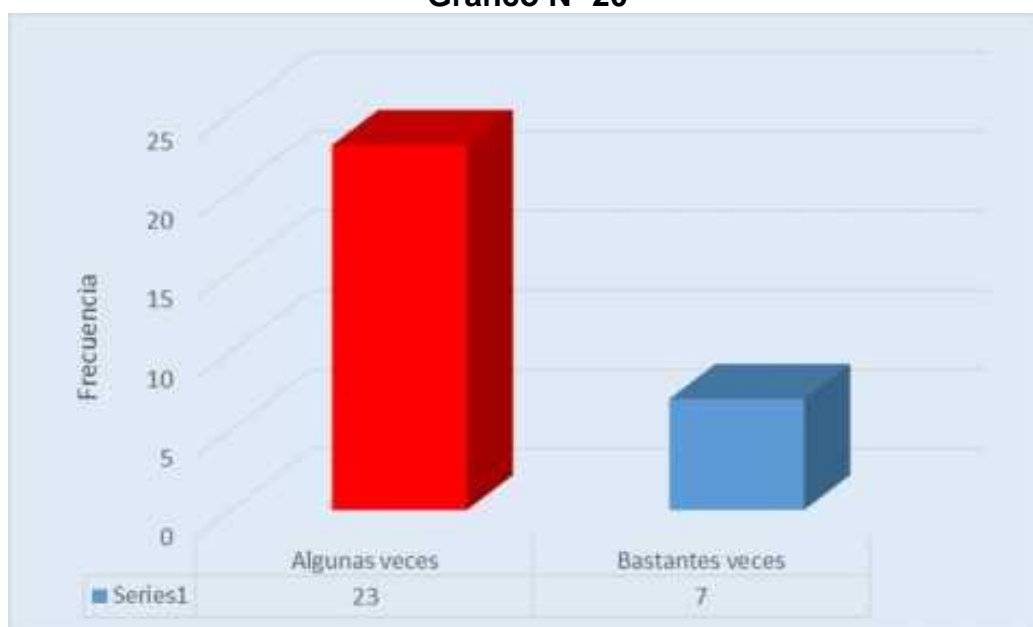
El 70% de los comuneros de la Comunidad de Ticlacayan – Pasco, expresaron que algunas veces no tienen todo lo que merecen.

CUADRO No. 20. ¿Te gustaría demostrarles a los demás lo que realmente vales?

Categorías	f _i	F _i	h _i (%)	H _i
Algunas veces	23	76,7	76,7	76,7
Bastantes veces	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Resultados del cuestionario 1 – 2014.

Gráfico N° 20



Interpretación:

El 76,7% de los comuneros de la Comunidad de Ticlacayan – Pasco, opinaron que algunas veces le gustaría demostrar a los demás lo que realmente valen en la comunidad de Ticlacayan

4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Para probar las hipótesis planteado en nuestra investigación probamos por la prueba estadística de la correlación **Spaerman**, por tener una muestra de estudio cualitativo, que se caracterizó con un nivel de medición del tipo nominal y ordinal de los instrumentos aplicados a la muestra de estudio, esta prueba estadística nos permite medir la asociación de dos variables aprovechando la clasificación por rangos. Por lo cual partimos de muestra hipótesis general planteada:

“Existe relación significativa entre la identidad cultural y el autoestima en la Comunidad Campesina de Tíclacayán-Pasco - 2014”

Para probar esta hipótesis, se analizó teniendo en cuenta el diseño establecido como fue el diseño descriptivo - correlacional tiene por propósito medir el grado de correlación , p. 404 entre dos variables, así mismo se estableció un nivel de significación de 0,05 ó 95% de confiabilidad ($\alpha = 0,05$) por tratarse de una investigación de carácter educativo social.

4.2.1 Planteamiento de Hipótesis Estadística.

H₀: La identidad cultural de los comuneros de la Comunidad Tíclacayan no existe una correlación significativa con la autoestima.

$$r_{xy} = 0$$

H₁: La identidad cultural de los comuneros de la Comunidad Tlacayan existe una correlación significativa con la autoestima.

$$r_{xy} \neq 0$$

4.2.2 Regla teórica de contraste

Si el valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H₀). Si el valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta alterna (H₁).

4.2.3 Estadística de contraste de hipótesis

Se utilizó el Modelo Estadístico de Regresión y Correlación Spearman para conocer la relación de la variable Independiente: Identidad cultural con la de la Variable Dependiente: Autoestima

CUADRO No. 21. Resumen del modelo utilizado

			Identidad cultural	Autoestima
Rho de Spearman	Identidad Cultural	Coefficiente de correlación	1,000	0,833
		Sig. (bilateral)	.	0,0001
		N	30	60
	Autoestima	Coefficiente de correlación	0,833	1,000
		Sig. (bilateral)	0,0001	.
		N	30	60

Fuente: Resultados obtenidos por el investigador – 2014.

Interpretación

Del Contraste de Hipótesis, se obtuvo un Valor $p = 0,0001 < \alpha = 0,05$, por lo que podemos afirmar, que existe relación significativa entre el identidad cultural y autoestima de los comuneros de la Comunidad de Ticlacayan – Pasco. La Correlación Conjunta arrojó 0.833.

4.3 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Luego de realizar la sistematización de los resultados por medio del SPSS Versión 22, y de los Análisis Estadísticos del Modelo de Regresión y Correlación de Spearman, podemos establecer similitudes en lo que nos muestra la teoría científica con la realidad práctica.

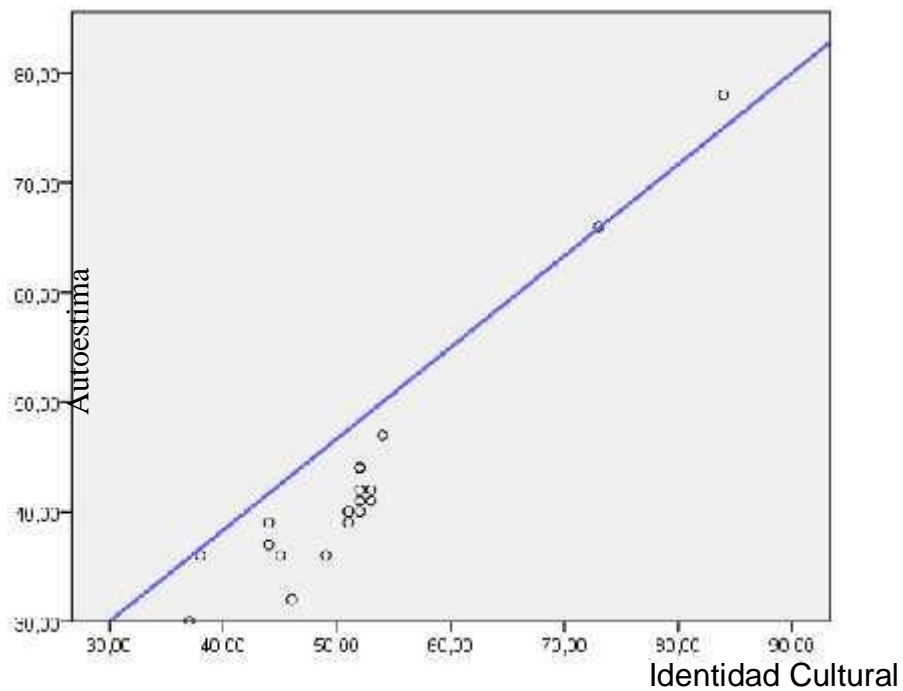
La identidad cultural de los comuneros de la Comunidad de Ticlacayan. Se ha considerado que la dimensión relaciones humanas presenta indicadores que permite analizar el comportamiento de los integrantes de la Comunidad de Ticlacayan -Pasco.

Se evidencia que existe influencia significativa en un 95% (valor $p = .0001 < 0.05$; $r = 0.833$) entre la identidad cultural y autoestima de los comuneros de la Comunidad de Ticlacayan – Pasco, como lo muestra la teoría científica seleccionada en nuestro marco teórico, un adecuado diseño metodológico propuesto, el tener en claro los

objetivos de la de investigación propuesto, hace que se sustente la hipótesis planteada para la investigación desarrollada.

Se puede observar con mayor efectividad de la relación que existe entre las variables dependientes e independientes en el siguiente gráfico:

GRÁFICO No. 21



CONCLUSIONES

Al finalizar el presente estudio se han arribado a las siguientes especificaciones:

1. La identidad cultural y la autoestima en la comunidad de Ticlacayan - Pasco necesita ser reformulada con propuestas que permitan mejorar la calidad de relación entre sus miembros integrantes partiendo de un cambio estructural que empiece en las autoridades para pasar posteriormente a los comuneros consiguiendo de esta manera implementar una política adecuada en su servicio logrando el compromiso personal y social de cada uno de los comuneros.
2. La identidad, la socialización y personalidad son entre otros los factores que influyen directamente en la cultura y autoestima de la comunidad de Ticaclayan, por lo que es preciso implantar una política que englobe esos elementos buscando una relación entre ellos de tal manera que se pueda ir mejorando paulatinamente la identidad con el autoestima de sus comuneros para ser una organización sólida y ejemplar para los restos de las comunidades.
3. La autoestima por parte de los comuneros y autoridades de la Comunidad de Ticlacayan está influenciado por una serie de elementos que van desde el reconocimiento personal, los ascensos oportunos en función a su desarrollo personal, valorando el trabajo y los aportes realizados de tal manera que en su desempeño

demuestren eficiencia y eficacia, convirtiendo de esta manera la comunidad en una entidad que brinda un servicio armonioso entre comuneros.

4. Se ha demostrado además que hay una relación estrecha entre el la identidad cultural y la autoestima de los comuneros de Ticlacayan, es decir que las diversas relaciones entre los miembros de la comunidad influye en la autoestima por lo que es preciso implementar estrategias que desarrollen acciones para lograr convertir la comunidad en una organización modelo.

SUGERENCIAS

1. Es preciso implementar planes de acción inmediatos con políticas en función a la identidad cultural en las comunidades basados en la en la autoestima, para la convivencia armonioso entre comuneros y autoridades.
2. Por la complejidad de los procesos que conforman una comunidad es preciso realizar otros estudios que demuestren los fenómenos causales planteando propuestas para solucionar la diversidad de problemas de conflictos que se presentan en una organización comunal como la nuestra.
3. Los resultados obtenidos deben ser tomados en cuenta para realizar futuras investigaciones que mejoren las relaciones entre los miembros de nuestra comunidad buscando elementos que permitan convertirla en una comunidad eje para el desarrollo de la sociedad.
4. Plantear planes de acción inmediatos que permitan desarrollar estrategias concretas para buscar una mejor productividad en la comunidad teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el presente estudio que ha demostrado la relación entre la identidad cultural y autoestima en la Comunidad de Ticlacayan.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Balestrini, M., (1997). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*.
Caracas, BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Bowman, C. 2001"La Esencia de la Gestión Estratégica" Prentice
May Hispanoamérica
- Carrasco, A. (1987). **Historia crítica de la cultura peruana**; Editorial
San Marcos.
- Casimiro, W., Almeyda, L. y Blanco, S., (2008), **Teoría, diseño y
formulación de proyectos de investigación**. Editorial
GRAMAL S.R.L. – Lima Perú.
- Cassasus, J., (2000). *Problemas de la gestión educativa en América
Latina: o la tensión entre los paradigmas de tipo A y de
tipo B (versión preliminar)*. París, Unesco
- Castells, M., (2003), **La era de la información: economía, sociedad
y cultura**. Vol. II. España: Alianza Editorial.
- Cohen, L., Y Manion, L., (2002). **Métodos de investigación
educativa**. Editorial LA MURALLA. S.A. – La Madrid.
- Gamarra, G. (2008). **Estadística e Investigación**. Editorial San Marcos
– Lima Perú.
- García, C. (2008). **Culturas Híbridas Estrategias para salir y entrar
de la Modernidad**, Grijalbo. México.
- Geertz, C. (2000). **La interpretación de las Culturas**, Editorial
Godisa, Barcelona

- Gissi, J., (2000). Cultura e Identidad en América Latina. Santiago de Chile, Ediciones del Segundo Centenario.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1999). **Metodología de la investigación**, Segunda Edición. Editorial McGRAW-HILL. México
- Hommer y Charpy (1995). **Reingeniería**, Editorial Norma Bogotá. Colombia
- Huertas, L. Espinoza, W. Y Vega, J. (1997): **Peruanidad e identidad**, Editorial Universitaria – UNE. Lima Perú.
- Lessem R. 2002 Gestión de la Cultura Corporativa, Díaz santos S.A Madrid- España
- Linton R. (1960) Una Teoría Científica de la Cultura. Edit. Edhasa. Barcelona.
- Maloniwski, B. 1989 Cultura y Personalidad. Brevaria, Fondo Cultural Económico.
- Quijano, A., (1992). Notas sobre la identidad y nación en el Perú. En: Cuadernos de Antropología. Grupo de Trabajo TOCAFO. Lima.
- Ricoeur, P., (1999) **Ideología y utopía**, Gedisa, Barcelona.
- Tugendhat, E., (1996) Identidad: Personal, Nacional y Universal, Revista Persona y Sociedad. VOL. X, (NO. 1), ABRIL.

Tylor. E. (1871). La ciencia de la cultura. En: J.S Kahn (1975). El concepto de la cultura: textos fundamentales. Ed. Anagrama. Barcelona.

ANEXOS



**INSTRUMENTO PARA MEDIR LA IDENTIDAD CULTURAL
CUESTIONARIO PARA LOS COMUNEROS**

INSTRUCCIONES:

Señores Estudiantes el presente cuestionario tiene por finalidad encontrar información sobre

Identidad Cultural Pasqueña, recuerda que las respuestas son opiniones basadas en tu formación académica y permanencia en la Facultad, por lo tanto no hay respuestas correctas ni incorrectas. Es de carácter anónima por la cual sírvase responder con la mayor sinceridad Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta con un aspa (X) que mejor describa tu opinión

1. Te sientes identificado con la identidad cultural de tu pueblo

- a) nunca
- b) Poco
- c) mucha
- d) a veces

2. ¿Cuántas veces ha visitado lugares que tenga la misma identidad cultural de tu localidad al mes?

- a) ninguna vez al mes.
- b) 1 a 2 veces
- c) 3 a 4 veces
- d) 5 a más

3. ¿qué tanto conoce de la historia de su pueblo? Qué porcentaje le asignas.

- a) 0- 25%
- b) 26 -50%
- c) 51 --75%
- d) 76 -100%

4. ¿Cómo obtuviste información de la historia de tu pueblo?

- a) Por familiares
- b) centros de estudios
- c) otras instituciones
- d) internet

5. ¿considera que el ayudar a promover identidad cultural a nivel de redes sociales ayudara al desarrollo local en tu pueblo? Califique del 1 al 20.

- a) Del 1 al 5
- b) Del 6 al 10
- c) Del 11 al 15
- d) del 16 al 20

6. ¿cómo describiría a Comunidad Campesina de Ticlacayan?

- a) Centro poblado
- b) Distrito
- c) tierra del sol y la alegría
- d) en desarrollo.

7. ¿Cómo se enteró sobre las actividades culturales de la comunidad?

- a) Publicidad
- b) Amigos
- c) Iniciativa propia
- d) Tu comunidad

8. Existe publicidad de su localidad en La Pagina De Facebook.

- a) nunca
- b) Si
- c) a veces
- d) frecuente

9. ¿Cómo ayuda a difundir la promoción de identidad de tu pueblo?

- a) Subiendo videos y fotos de tu localidad
- b) compartiendo videos (link y dándole)
- c) orientador en tu localidad
- d) participando en reuniones locales

10. ¿Qué expectativa espera en la promoción de tu localidad a través de la publicidad en redes sociales?

- a) Sea más conocida
- b) Que tenga más desarrollo y ayuda del gobierno
- c) Que valore más su contenido cultural
- d) Genere reconocimiento entre sus pobladores



**INSTRUMENTO PARA MEDIR AUTOESTIMA
CUESTIONARIO PARA LOS COMUNEROS**

INSTRUCCIONES:

Señores Estudiantes el presente cuestionario tiene por finalidad encontrar información sobre Identidad Cultural Pasqueña, recuerda que las respuestas son opiniones basadas en tu formación académica y permanencia en la Facultad, por lo tanto no hay respuestas correctas ni incorrectas. Es de carácter anónima por la cual sírvase responder con la mayor sinceridad. Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta con un aspa (X) que mejor describa tu opinión.

1. ¿Te enojas cuando te llevan la contraria?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Bastantes veces
 - d) Muchas veces.

2. ¿Crees que tú sabes más que los demás?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Bastantes veces
 - d) Muchas veces.

3. ¿Piensas que si te dejas, se van a aprovechar de ti?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Bastantes veces
 - d) Muchas veces

4. ¿Crees que a la gente hay que demostrarle quién es el que sabe o manda?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Bastantes veces
 - d) Muchas veces.

5. ¿Te molesta relacionarte con gente inferior a ti?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Bastantes veces
 - d) Muchas veces.

6. ¿Crees que algunas personas no reconocer que vales más que ellos?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces

- c) Bastantes veces
- d) Muchas veces.

7. ¿Cuándo alguien te critica piensas: "quién se cree que es para criticarme?"

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Bastantes veces
- d) Muchas veces.

8. ¿Piensas que mucha gente te tiene envidia?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Bastantes veces
- d) Muchas veces.

9. ¿Crees que no tienes todo lo que te mereces?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Bastantes veces
- d) Muchas veces.

10. ¿Te gustaría demostrarles a los demás lo que realmente vales?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Bastantes veces
- d) Muchas veces.