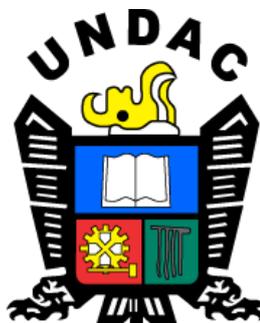


**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los  
estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San**

**Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020**

**Para optar el grado académico de Maestro en:**

**Gerencia e Innovación Educativa**

**Autora:**

**Bach. Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ**

**Asesor:**

**Mg. Pelayo Teodoro ALVAREZ LLANOS**

**Cerro de Pasco - Perú - 2023**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**T E S I S**

**Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los  
estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San  
Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020**

**Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:**

---

**Dra. Nancy Marivel CUYUBAMBA ZEVALLOS  
PRESIDENTE**

---

**Dr. Oscar SUDARIO REMIGIO  
MIEMBRO**

---

**Mg. Marianela Susana NEIRA LOPEZ  
MIEMBRO**



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión  
Escuela de Posgrado  
Unidad de Investigación

**INFORME DE ORIGINALIDAD N° 080 - 2023 - DI-EPG-UNDAC**

La Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Similarity, que a continuación se detalla:

Presentado por:  
**Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ**

Escuela de Posgrado:  
**MAESTRÍA EN GERENCIA E INNOVACIÓN EDUCATIVA**

Tipo de trabajo:  
**Tesis**

TÍTULO DEL TRABAJO:

**"LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DEL 4TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN MIGUEL DE ACOBAMBA TARMA JUNÍN 2020"**

**ASESOR (A): Dr. Pelayo Teodoro ALVAREZ LLANOS**

Índice de Similitud:  
**27%**

Calificativo  
**APROBADO**

Se adjunta al presente el informe y el reporte de evaluación del software similitud.

Cerro de Pasco, 19 de junio del 2023

Dr. Julio César Carhuarica Meza  
Director de la Unidad de Investigación de la Escuela de Posgrado  
UNDAC  
Pasco - Perú

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme llegar a esta parte de mi vida, por ser mi fuerza, por darme salud, por guiarme y bríndame los recursos necesarios para lograr mis metas que tanto anhelé.

## **AGRADECIMIENTO**

A los catedráticos de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión por contar con profesionales dedicados a la docencia e impartir conocimientos, sin embargo, la consideración y el aprecio por su labor académica, me ayudaron en mi tarea de superación y bienestar.

A mis familiares por transmitirme las enseñanzas necesarias para poder superar los obstáculos que se presentaron en la vida académica.

A todos mis colegas de estudios de la maestría, quienes han compartido conmigo todos los sacrificios en la vida universitaria.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como propósito determinar la relación de los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba. Se aplicó un diseño Descriptivo correlacional en la encuesta para medir la relación entre medios de comunicación y la identidad cultural de los estudiantes mediante un cuestionario aplicado a 63 estudiantes de 4to grado A, B y C varones y mujeres de educación secundaria. El instrumento aplicado cumple con los criterios de validez y confiabilidad establecidos mediante juicio de expertos y el estadístico Alfa de Cronbach. Los cálculos estadísticos fueron establecidos con aplicación de SPSS. Los resultados determinaron la relación que existe entre medios de comunicación e identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria. De acuerdo con dichos resultados, se concluye que existe relación significativa entre los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes.

***Palabras clave:*** Medios de comunicación, identidad cultural

## **ABSTRACT**

The purpose of this research work was to determine the relationship between the media and cultural identity in the students of the 4th grade of secondary school at the San Miguel de Acobamba Educational Institution. A descriptive correlational design was applied in the survey to measure the relationship between the media and the cultural identity of the students through a questionnaire applied to 63 4th grade A, B and C male and female secondary school students. The instrument applied meets the validity and reliability criteria established through expert judgment and the Cronbach's Alpha statistic. Statistical calculations were established with the application of SPSS. The results determined the relationship that exists between media and cultural identity in 4th grade high school students. According to these results, it is concluded that there is a significant relationship between the media and cultural identity in students.

**Keywords:** Media, cultural identity

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, en otros países, la clave del éxito en el desarrollo de la identidad cultural son los medios de comunicación, que estimulan y promueven el aprendizaje de los estudiantes, utilizándolos todos los días en el aula. Sin embargo, en Perú, los medios de comunicación no se utilizan como recurso educativo, dejando a los estudiantes con un desarrollo cultural limitado.

Los docentes muestran poco interés en el uso de los medios de comunicación, ajenos al desarrollo de competencias, áreas extraescolares y, por tanto, ajenos a su formación integral. En la Institución Educativa San Miguel de Acobamba se encontró que los docentes no utilizan los medios, aun cuando los tienen, lo que genera que los estudiantes no comprendan los temas que se imparten.

A través de este estudio, pretendo demostrar la importancia del uso de los medios de comunicación en el desarrollo de una identidad cultural que tenga un impacto significativo en los estudiantes: asimismo, mejora la calidad del aula, brindándoles nuevos conocimientos de manera didáctica e interesante para captar su atención; especialmente cuando se trata de interactuar y explorar medios tecnológicos por su cuenta.

Esta investigación también es muy importante para los docentes, ya que tendrán nuevas y mejores opciones para cambiar y mejorar la forma en que enseñan en el aula.

En la actualidad, observamos que aún existen docentes que enseñan de manera tradicional, por aprendizaje memorístico; por ello, decidimos utilizar las herramientas para aplicarlas a través del diseño descriptivo correlacional.

Esta investigación consta de cuatro capítulos:

El Capítulo I presenta el planteamiento del problema, el desarrollo de los objetivos y la trascendencia y alcance de la investigación.

El marco teórico se propone en el Capítulo II, en el que se considera el contexto de la investigación, sustento teórico y científico, definiciones de términos básicos, hipótesis y variables relacionadas con el tema planteado.

La sección Metodología del Capítulo III aborda el diseño del estudio, la población y el tamaño de la muestra, los métodos, explica el procedimiento de recopilación de datos y las herramientas utilizadas en el estudio.

La visualización de datos a través de cuadros y gráficos estadísticos, así como su respectivo análisis, constituye el Capítulo IV.

Finalmente, se tuvieron en cuenta las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

**La autora**

## ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

### CAPITULO I

#### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA .....	1
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	4
<i>1.3.1. PROBLEMA GENERAL</i> .....	4
<i>1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.</i> .....	4
1.4. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	5
<i>1.4.1. OBJETIVO GENERAL</i> .....	5
<i>1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.</i> .....	5
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	6

### CAPITULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO .....	8
<i>2.1.1. ANTECEDENTE INTERNACIONAL</i> .....	8
<i>2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES</i> .....	10
<i>2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES</i> .....	12

2.2.	BASES TEÓRICAS – CIENTÍFICAS .....	14
2.2.1.	<i>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</i> .....	14
2.2.2.	<i>IDENTIDAD CULTURAL</i> .....	24
2.3.	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS .....	36
2.4.	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	38
2.4.1.	<i>HIPÓTESIS GENERAL</i> .....	38
2.4.2.	<i>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</i> .....	38
2.5.	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	39
2.5.1.	<i>VARIABLE INDEPENDIENTE. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.</i> .....	39
2.5.2.	<i>VARIABLE DEPENDIENTE:</i> .....	39
2.6.	DEFINICIÓN OPERACIONAL DE VARIABLES E INDICADORES .....	40

### **CAPITULO III**

#### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.2.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN .....	42
3.3.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	42
3.4.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	43
3.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	43
3.5.1.	<i>POBLACIÓN</i> .....	43
3.5.2.	<i>MUESTRA</i> .....	44
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	45
3.6.3.	<i>TÉCNICAS</i> .....	45
3.6.4.	<i>INSTRUMENTOS</i> .....	45
3.7.	SELECCIÓN, VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN. ....	46

3.7.1. VALIDEZ DEL INSTRUMENTO.....	46
3.7.2. CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO .....	47
3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS .....	49
3.9. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO .....	50
3.10. ORIENTACIÓN ÉTICA, FILOSÓFICA Y EPISTÉMICA. ....	51

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO .....	52
4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	53
4.2.1. RESULTADOS POR VARIABLES Y DIMENSIONES .....	53
4.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	58
4.4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	71

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

## **CAPITULO I**

### **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. Identificación y determinación del problema**

La cultura es una parte integral de nuestro desarrollo. Nos ayuda a diferenciarnos de otros grupos sociales y nos da un sentido de pertenencia al entorno. La identidad cultural se refiere a los valores, ideologías y costumbres que te hacen sentir parte de una comunidad. Tener una identidad cultural nos ayuda a conocernos a nosotros mismos, estimula la curiosidad por otras culturas y estimula la creatividad. Es importante que los estudiantes desarrollen una identidad cultural al trabajar con los medios desde una edad temprana. Estamos limitados al contacto físico durante estos tiempos restringidos debido a COVID-19.

Actualmente, el Perú es reconocido como un país con un rico patrimonio material e inmaterial, por lo que cuando un peruano es reconocido en el exterior, orgullosamente se identifica con la cultura peruana; pero también hay peruanos que tramitan su identidad en el exterior, por lo tanto, como no hay otra cultura, la ven como propia. Cabe señalar la importancia de la cultura para la humanidad, como

se nombró en el Congreso Mundial de Políticas Culturales desarrollado en México en 1982, Perú con la participación del Dr. Luis Enrique Tord:

La UNESCO (1982) menciona que:

La cultura da a las personas el poder de reflexionar sobre sí mismas. Eso es lo que nos convierte en seres particularmente humanos, racionales, críticos y moralmente comprometidos. Nos permite reconocer valores y tomar decisiones. A través de ellos la persona se expresa y toma conciencia de sí misma, reconociéndose a sí mismo como un proyecto inacabado, cuestionando el propio logro, buscando incansablemente un nuevo significado y creando una obra que lo trascienda. Por lo tanto, se considera relevante que los seres humanos tengan un sentido de pertenencia a un lugar o grupo para preservar la cultura y reconstruir su identidad, a partir de su pasado, presente y posible futuro, porque constantemente está cambiando.

Preservar la identidad cultural es ahora una necesidad para iluminar la memoria del presente en lugar de insistir en el pasado. Carecer de identidad cultural en un pueblo es abandonar valores, perder conciencia de nuestro interior, de nuestros orígenes. La globalización refleja las tendencias extranjeras a través de modelos de países más desarrollados, lo que hace que los estudiantes pierdan su identidad cultural, porque los jóvenes son más propensos a imitar. Esto los aleja más de sus raíces, tradiciones, costumbres y creen que están mejor como otras personas, lejos de sus orígenes. En esta cuestión es muy importante el papel que juega el centro educativo, porque es el lugar donde los alumnos deben formarse y educarse en su identidad cultural.

En estos días, estamos presenciando un desarrollo y una evolución de los medios que era inimaginable hace solo unos años. Este progreso es paralelo al

proceso de globalización del desarrollo social. La globalización abarca todas las áreas y dominios de la sociedad, desde la base económica hasta la superestructura social. La superestructura es una parte importante de la cultura, es un concepto tan amplio que cubre tantas áreas y dominios de la vida, es la superestructura con la que la gente entra más en contacto. En este sentido, es importante que los valores e identidades culturales que adquirimos a través de diferentes medios sean aportes a la existencia social, es decir, al desarrollo personal, y contribuyan al enriquecimiento de la conciencia cultural humana.

Los valores de la solidaridad contrarrestan el sentido de egoísmo e individualismo, el amor a la naturaleza nos lleva a cuidarla y vivir en armonía espiritual con ella, los recursos naturales son vistos como recursos para todos los seres humanos y defienden este concepto de los egoístas. y ansia de dinero Quienes se dejan llevar por la destrucción de nuestra identidad cultural sin detenerse a pensar en las consecuencias para nosotros, arrojan elementos de lenguaje que envenenan y matan la propagación de nuestra cultura. Es importante difundir la identidad cultural a través de los medios que nos muestran y nos entregan los cantos de la arquitectura y de la vida todos los días.

En el siglo XXI, la tendencia de desarrollo social marcada por el desarrollo de los medios de comunicación y el proceso de globalización, las ideas contenidas en él juegan un papel primordial. Es en este sentido que se necesita identidad cultural donde los derechos son iguales. La identidad cultural debe proporcionarse sobre la base de la tolerancia, la comprensión, el respeto y la aceptación de la diversidad cultural y potenciar el derecho a la libertad de elección, así como sucede a nivel mundial con en nuestra ciudad de Tarma.

## **1.2. Delimitación del problema**

### ***Delimitación espacial***

La investigación se desarrolló en el Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma.

### ***Delimitación temporal.***

Se realizó la investigación de setiembre a diciembre de 2020.

### ***Delimitación social.***

La investigación se realizó con los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma.

## **1.3. Formulación del problema**

### ***1.3.1. Problema general***

¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?

### ***1.3.2. Problemas específicos.***

- ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?
- ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación y las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?
- ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación y las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?

- ¿Cuál es la relación entre los medios de comunicación y el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?

#### **1.4. Formulación de objetivos**

##### ***1.4.1. Objetivo general***

Determinar la relación entre los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

##### ***1.4.2. Objetivos específicos.***

- Determinar la relación entre los medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
- Determinar la relación entre los medios de comunicación y las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
- Determinar la relación entre los medios de comunicación y las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
- Determinar la relación entre los medios de comunicación y el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### **1.5. Justificación de la investigación**

La justificación teórica define el papel de los medios de comunicación en la identidad cultural y es vista como un fenómeno estructurante. La comunicación no es ajena a ninguno de los intercambios que realizan los actores de la identidad

cultural. El arte y la práctica representan un caso especial dentro de las cantidades antes mencionadas, y deben ubicarse y distinguirse nítidamente. La comunicación permite a que muchas personas de distintos grupos sociales dentro de una comunidad intercambien diferentes informaciones e ideas positivas y productivas.

La justificación metodológica, pretende plantear a los medios de comunicación como propuesta en el desarrollo de la identidad cultural, el cual puede utilizarse en investigaciones posteriores o simplemente puede utilizarse como punto de partida para desarrollar la identidad cultural y aportar al desarrollo de nuestro país.

La justificación practica de los medios de comunicación, cuyo fin principal es comunicar objetivamente, pero según su tipo ideológico, pueden especializarse en: informar educar, transmitir, formar opiniones, enseñar a los alumnos a desarrollar la identidad cultural.

#### **1.6. Limitaciones de la investigación**

En todo proceso investigativo existen inconvenientes que dificultan su avance, pero la paciencia y perseverancia al trabajo investigativo ayudan a superar las dificultades. Las siguientes son algunas de las dificultades encontradas durante el proceso de investigación:

- Limitación financiera.

Existieron ciertas limitaciones financieras, ya que el trabajo de investigación fue autofinanciado, sin embargo, esta dificultad fue superada y se continuó con el desarrollo del estudio.

- Limitación de información.

Dado el entorno académico en el que se ubicaron los estudiantes, por ejemplo, exámenes, estudios, la recopilación de información tomó más tiempo de

lo esperado. Para superar este inconveniente, los días de evaluación tuvieron que reprogramarse en función del tiempo y la disponibilidad de la actividad académica.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

##### ***2.1.1. Antecedente internacional***

Toribio & Álvarez (2019) publicaron sobre cómo moldear la identidad a través de la moda y la cultura visual. Para ello, analizaremos los resultados de las experiencias de participación de 30 jóvenes de diferentes grados de Educación Secundaria Obligatoria y Grados de la provincia de Granada desde 2015 hasta 2018. Se han utilizado métodos cualitativos en el análisis social, utilizando encuestas, creando imágenes e historias personales, basándose en fundamentos teóricos de la historia de la moda, la sociología y la psicología del marketing. Las conclusiones extraídas intentan dar respuesta a los objetivos planteados al inicio del proyecto, permitiendo por un lado el desarrollo de herramientas educativas que ayuden a los adolescentes a responder preguntas personales a través de sus identidades y, por otro lado, aportando investigación empírica de cara al futuro para introducir nuevos con gran potencial y posibilidades de futuro tema de investigación.

Vaquerizo (2020) en su artículo analiza la relación entre la cultura internacional y los flujos de comunicación, tomando como referencia las recomendaciones del Informe McBride, publicado en 1980, como advertencia de la concentración del poder mediático en manos de unos pocos países, situación que favorece la estandarización. culturas de este planeta. Su propósito es actualizar el panorama tomado por el informe anterior a la luz de la disección de los orígenes y el control del panorama de los medios y sus principales canales y audiencias. A través del análisis cualitativo de los principales grupos mediáticos y de los canales internacionales de mayor difusión, es posible identificar cómo están funcionando los mecanismos de influencia cultural que operan actualmente en el planeta. Los resultados no difieren significativamente de los informados por McBride, que muestra que el control mediático de los principales grupos de difusión permanece en manos de un pequeño grupo de países occidentales, cuyo mensaje continúa ayudando a difundir culturas, políticas y economías hegemónicas. Aunque esta dinámica es generalizada, el documento también hace eco de muchas respuestas diferentes que se han intentado a nivel local, desde la creación de medios basados en lazos culturales y, en muchos casos, dirigidos a las comunidades de la diáspora, hasta el surgimiento de oportunidades de innovación relacionadas con los medios digitales. ecosistema en relación con el desarrollo del sistema.

Walls (2020) menciona en su ensayo donde pretende dar algunas reflexiones sobre la estrecha relación entre cultura y comunicación, como reflejo de la sociedad, la creatividad y el esfuerzo humano. El estudio de estas dos dimensiones es de vital importancia para la transmisión y difusión del patrimonio cultural. A través de una revisión bibliográfica, se extraen los conceptos, aspectos

y características clave que más definen el campo de la comunicación y la gestión cultural desde la perspectiva de una serie de investigadores y expertos en la materia.

### ***2.1.2. Antecedentes nacionales***

Troncos (2021) menciona en su trabajo sobre la competencia profesional que analiza uno de los canales de comunicación más directos para los empleados de COFIDE y su impacto en el sentido de orgullo, pertenencia e identidad cultural de la banca de desarrollo del Perú. Este canal tiene nombre propio llamado COFIBreak, un espacio de diálogo interno que informa y reconoce las acciones del equipo de COFIDE. Hoy es el único medio de comunicación interna que brinda información institucional directa y la posibilidad de conocer en tiempo real los comentarios o consultas de los colaboradores. Al inicio de este trabajo se describe en detalle la historia de COFIDE, sus principales rasgos institucionales y su propósito: promover el desarrollo sostenible e incluyente del país. Luego, se hará un recorrido por la historia de COFIBreak, que comenzó con una forma y nombre diferente al que tiene ahora. Además, se mencionará la dinámica antes y durante la pandemia. Estos detalles ayudarán a respaldar el vínculo directo que existe entre las comunicaciones internas y la cultura organizacional. La hipótesis de este trabajo es que COFIBreak, un evento interno mensual realizado por el departamento de comunicación representa una buena herramienta de comunicación directa que fortalece la identidad cultural de la institución. En la misma línea, se identificó el gran desafío de mantener este espacio, ahora en su nuevo formato digital. La investigación y análisis de esta hipótesis se sustenta en encuestas de opinión y entrevistas en profundidad a líderes y colaboradores de COFIDE. Entre los principales hallazgos se encontró que COFIBreak en su fase virtual representó un

espacio de reunión e integración a nivel interno y el principal canal de información directa a la ciudadanía.

Contreras (2020) en su investigación sobre el entorno educativo en Perú representa enormes desafíos, principalmente en las zonas rurales, donde una gran proporción de las escuelas tienen dificultades para lograr mejoras sostenibles en el aprendizaje y donde los recursos humanos y materiales necesarios para brindar una educación de calidad son escasos. Sin duda, superar esta situación o encontrar el equilibrio es una tarea difícil que requiere esfuerzo e innovación constantes. En este escenario, el papel de los medios de comunicación juega un papel clave en la coordinación de esta relación para la mejora educativa a largo plazo y el impacto social que acompaña. La transmisión de conocimientos y prácticas ancestrales en la escuela es una tarea difícil y de aprendizaje en el camino. En este contexto, la presente investigación toma el caso de estudio como institución educativa número 56022 Ccocacunca de la comunidad Qquehwar en Cusco, Perú. En esta comunidad rural existe una identidad cultural asociada a la cultura quechua. Durante más de una década, la escuela ha nutrido las diversas habilidades de sus estudiantes mediante el uso continuo de fuentes de comunicación que no solo facilitan el aprendizaje colaborativo y la conciencia ambiental, sino que también mejoran la capacidad de representar y proteger las tradiciones ancestrales locales. su cultura. e identidad comunitaria.

Decurt (2018) su investigación se refiere a la relación que el partido fujimorista, Fuerza Popular, busca forjar con los medios de comunicación en pos de sus fines políticos. Se basa en casos concretos de inestabilidad de la situación política del país para obtener resultados fiables. Además, se analizan los espacios específicos de los cuatro vehículos más utilizados: Periódicos, radio, sitios web y

televisión revelan líneas editoriales claramente favorables al fujimorismo. Finalmente, se realizaron entrevistas a los principales actores del caso. Toda la información obtenida está respaldada por una bibliografía selectiva con fines estratégicos e informativos. A través de este libro, se pretende llegar a los recién llegados a los medios y periodistas, así como a los profesionales, al público desinformado ya cualquier persona con interés y conciencia crítica sobre los temas clave de la gestión y la prensa.

### ***2.1.3. Antecedentes locales***

Basilio y Resines (2019) el propósito de la investigación es identificar las relaciones que existen entre los medios inmigrantes venezolanos en el distrito de Yanacancha de Pasco en el año 2019. El estudio es del tipo básico, con un diseño descriptivo relevante y método científico a nivel de descriptivo explicativo. Las técnicas de recolección de datos aplicaron encuestas, revisiones bibliográficas y bibliográficas, y como resultado de la recolección de información se pudo establecer que las redes sociales, la televisión y los medios escritos están directamente relacionados con la xenofobia hacia los inmigrantes venezolanos. Tenemos ciudadanos venezolanos involucrados en el cambio social, y los resultados nos permiten saber que las redes sociales, principalmente Facebook, están asociadas a un aumento de la xenofobia. El 39% de los yanacanchinos cree que las publicaciones en Facebook aumentan la xenofobia, pero el 40% de los venezolanos cree que la información de los medios ha influido en el aumento de la xenofobia. La televisión, como cree el 80% de los ciudadanos inmigrantes, es un medio influyente para el aumento de la xenofobia, principalmente a través del cual se difunden noticias sobre delincuencia. Los medios escritos también han sido vinculados a la xenofobia hacia los inmigrantes venezolanos, respondiendo el 70%

de los ciudadanos venezolanos que se les ha negado entre una y doce veces un trabajo para el que estaban calificados.

Blanco y Llana (2019) en su tesis mencionan sobre los restos arqueológicos de los Yarus Punta, parte del gran pueblo Yaro que ocupó las tierras altas de la región de Huánuco. Pasco. HuNing. Huancavelica. Ayacucho. Lima y Áncash. Muchos de los restos arqueológicos de estos antepasados se encuentran en regiones andinas como los Grandes Pueblos, que se ubican al borde de su extinción por la despreocupación de las autoridades y el olvido de los peruanos. A diferencia de otros lugares donde se difunde y valora el patrimonio cultural, la identidad sociocultural de la comunidad yarusyacan está siendo erosionada por su apatía, además, con la tecnología, la ciencia, la modernidad y la globalización de este mundo, se debe principalmente al habitar provocado por la adaptación cultural de los residentes. En la actualidad, los residentes se han dejado llevar por el rápido y desenfrenado avance de la globalización, que ha dañado cada vez más su identidad natural, y también se pierde en la modernidad implantada en la juventud, abandonándola su identidad. Es por esto por lo que es recomendable buscar el reconocimiento de los conocimientos de los estudiantes sobre el valor histórico, cultural y económico del sitio arqueológico Yarus Punta, involucrando a actores de la población local para que puedan contribuir a la identidad sociocultural.

Torres (2018) el propósito de este trabajo es dilucidar los orígenes y las razones detrás de la construcción de identidades culturales, y lo que caracteriza tales construcciones identitarias. El análisis de los dos ejes (orígenes y sus características) requiere comprender o al menos revelar perspectivas sobre la construcción, desarrollo y persistencia de las identidades culturales en las ciudades. En este sentido, el marco de investigación está dado por dos procesos de

construcción identitaria: la etnogénesis y la raza. El insumo analítico del estudio consiste en la relación subyacente o red social que establece la comunidad formal Ticlacayina con el Estado y la sociedad civil, así como lo que transmite necesidades étnicas, necesidades culturales detrás de dichos vínculos o estructuras sociales, cuestiones de autonomía y reconocimiento. La tesis es que se está consolidando una identidad cultural urbana apropiada, con sus distinciones y particularidades, incluso con memoria histórica propia e inventada en la ciudad, y que el Estado y sus políticas indígenas juegan un papel en la configuración racial de la ciudad. papel en la ciudad de Pasco. Finalmente, busca “repensar” el vínculo entre el Estado y los movimientos indígenas (la tensión entre raza y etnia), y el carácter tenso de las necesidades (la relación entre los derechos económicos y sociales y el derecho al reconocimiento como pueblo).

## **2.2. Bases teóricas – científicas**

### ***2.2.1. Medios de comunicación***

La primera definición de comunicación lo encontramos en la retórica del mismo Aristóteles, donde la ve como "la búsqueda de todos los medios de persuasión a nuestro alcance", y el fin principal de la comunicación es la persuasión, el método de comunicación en el que los oradores intentan inducir a otros a estar de acuerdo con ellos siguió siendo popular hasta la segunda mitad del siglo XVIII, aunque el énfasis ya no estaba en los métodos de persuasión sino en construir una buena imagen del orador (Beltrán 1981). Encontramos que el concepto de influencia aún es válido en la definición de comunicación de Osgood (1961): "En el sentido más general, siempre que un sistema, una fuente afecta a otro, el receptor, mediante la manipulación de alternativas, podemos con la

propagación las señales pueden transmitirse a través de los canales que los conectan.

En el siglo XIX, la sociedad industrial moderna emergente puso menos énfasis en la comunicación y más énfasis en el nuevo elemento dinámico y transformador de la industria. Pero poco a poco se hizo evidente que el trabajo es ante todo una actividad comunicativa. Fue a principios del siglo XX, entre la Primera Guerra Mundial y la Segunda Guerra Mundial, cuando se utilizaron los medios de comunicación como herramienta de incitación masiva. En este espacio intelectual, político y social, los medios, según Katz y Lazarsfeld (1979), fueron concebidos como "un nuevo tipo de fuerza unificadora en una sociedad amorfa con pocas conexiones humanas". Dentro de estos supuestos, se han desarrollado muchos modelos de comunicación para comprenderlos, justificarlos y explicarlos.

Por otro lado, se puede apreciar que, históricamente, a nivel semántico, las palabras "comunicación" y "comunicación" han sufrido cambios significativos, pasando paulatinamente del significado de "compartir" a centrarse en el significado de "transmitir". (Lobo, 1997).

Los orígenes de los modelos cibernéticos y la teoría de la información se remontan a 1927, cuando Lasswell publicó *The Technique of Propaganda in the World Wars*, que incluía un análisis de la propaganda norteamericana, francesa, británica y alemana. En 1948, influenciado por la teoría clásica de la psicología estímulo-respuesta, desarrolló el modelo descriptivo que conocemos hoy, agregando al esquema de comunicación de Aristóteles: "quién, qué, a quién", "cómo" y "cómo" "para qué" y sugerir, describir una conducta comunicativa, respondiendo a las siguientes preguntas (Pastor, 2006) Quién, Que qué, ¿En qué canal (medios), a quien, ¿Cuál es el efecto?

Shannon y Weaver (1949) vieron la comunicación como un proceso lineal. “Los problemas de comunicación consisten en replicar en un punto un mensaje seleccionado en otro punto de forma exacta o aproximada. Un mensaje suele tener un significado, se refiere o se relaciona con algún sistema, alguna entidad física o conceptual”. más tarde contribuyeron con una teoría matemática de la comunicación, que introdujeron con la siguiente declaración: "El término comunicación se usará aquí en un sentido muy amplio, incluyendo todos los procedimientos mediante los cuales una mente puede influir en otra" (Shannon y Weaver, 1971).

Bateson y Ruesch (1965) señalaron en su modelo funcional que “la definición de comunicación incluye los procesos donde las personas interactúan entre sí”. También informan como el comportamiento anormal puede verse como un trastorno de la comunicación. Ruesch (1980) amplió este concepto al afirmar que "la comunicación es un principio organizador natural que conecta a los seres vivos entre sí...". La comunicación está regulada por tres propiedades de los organismos: "entrada" (percepción), funciones centrales (memoria y toma de decisiones), y finalmente "salida" (expresión y acción).

Para Watzlawick, la comunicación puede definirse como “un conjunto de elementos que interactúan en el que cualquier modificación de uno de estos elementos afecta las relaciones entre los demás elementos” (Marc y Picard, 1992, p. 39). La comunicación, así concebida, es un proceso continuo e integral, un todo unificado que no puede entenderse al margen del contexto en el que se produce.

De acuerdo con DeFleure (1993, p. 10), "Cuando un organismo (fuente) codifica información en una señal y la pasa a otro organismo (receptor), este último decodifica la señal y es capaz de hacer apropiada Cuando hay una reacción, se

produce la comunicación.” Esta definición se aplica a cualquier tipo de relación, incluso las que existen en el mundo animal, donde los humanos son únicos en su capacidad de abstracción y en su diversidad de señales.

Por su parte, Hervás (1998) define la comunicación como “el proceso por el cual una o más personas, por cualquier procedimiento, transmiten mensajes de diferente contenido a otra persona o personas, utilizando deliberadamente símbolos significativos para ambas partes. y construir relaciones que marcan la diferencia” (p. 12).

Según H. Mendo y Garay (2005), podemos pensar en la comunicación como “un proceso de interacción social, de naturaleza verbal o no verbal, con la intención de comunicar y que puede influir, de forma intencionada o no, en el comportamiento de las personas a las que transmite. en las personas mencionadas en el informe”.

Los medios de comunicación son herramientas o formas de contenido técnico que llevan a cabo el proceso de comunicación (Asale, 2022). El término se usa a menudo para referirse a las redes sociales, pero otros medios, como el teléfono, son medios interpersonales en lugar de medios masivos. Desde su nacimiento y desarrollo, los medios de comunicación se han convertido en una fuente de poderoso poder e influencia social a nivel mundial. De hecho, a veces se les llama el cuarto poder, en referencia a los poderes legislativo, ejecutivo y judicial debido a su capacidad para moldear la opinión pública (Cuarto Poder, 2022).

Los medios de comunicación están en constante evolución a medida que los avances tecnológicos han podido aumentar su circulación e inmediatez a lo largo de los años. Probablemente, los primeros medios de comunicación entre las personas fueron símbolos y símbolos utilizados en la prehistoria, que se reflejan en

la cultura material en diversas manifestaciones del arte prehistórico. La apariencia del texto es el punto de partida de la historia. Desde ese momento, los cambios económicos y sociales han impulsado el nacimiento y desarrollo de diferentes medios, desde medios como el escrito asociado a la escritura y su mecanización (imprenta siglo XV) hasta el audiovisual asociado a la era de la electricidad (siglo XX primera mitad del siglo XX), como la radio y la televisión, y la revolución informática y de las telecomunicaciones (revolución científica y tecnológica o tercera revolución industrial desde la segunda mitad del siglo XX), que permitió el surgimiento de redes en línea como periódicos y video blogs, entre los cuales cada uno de estos es fundamental para diferentes etapas del llamado proceso de globalización (Hiru, 2022).

### **Origen de los medios de comunicación**

Históricamente podemos hablar de tres fases generales de la evolución de los medios: el surgimiento y desarrollo de los medios tradicionales a partir del siglo XIX, el apogeo de la comunicación de masas a lo largo del siglo XX con el nacimiento de los medios escritos y, finalmente, nuestra revolución de los medios virtuales que está ocurriendo hoy en día.

Específicamente, podemos decir que, a la velocidad de la revolución industrial, surgieron y se desarrollaron los medios de comunicación masivos (Mass Media), avanzando en la difusión de la cultura y la información de toda la sociedad. La prensa, la radio y la televisión se convirtieron luego en los principales medios de comunicación a través de los cuales se podía entender diversos acontecimientos políticos, sociales, culturales y económicos, tanto nacionales como internacionales.

Debido a los avances tecnológicos, especialmente los aplicados a las nuevas tecnologías de la comunicación, como hemos vivido en los últimos años desde la

aparición de Internet, se han desarrollado nuevas formas de comunicación masiva virtual, que permiten transmitir información de manera instantánea a todo el globo, el concepto de medio de comunicación ha sufrido profundos cambios de acuerdo a la necesidad e interés de la población, marcados por una mayor apertura y mayor libertad de expresión, más voces, llegando cada vez a más usuarios o destinatarios. Si bien el advenimiento de los medios escritos en el siglo XIX permitió a una gran parte de la población acceder a datos de información, las redes sociales de hoy han difundido masivamente esta realidad y democratizado el acceso a la información para siempre.

### **Características de los medios de comunicación**

La función primordial de los medios de comunicación es la comunicación real, pero pueden especializarse según el tipo ideológico: informan, educan, difunden, entretienen, opinan, educan, controlan, etc.

Una característica positiva de los medios de comunicación es que hacen posible que una amplia gama de contenidos de información, como noticias, avances tecnológicos, descubrimientos científicos, etc., lleguen a vastas áreas del mundo a la vez. De esta manera, más personas pueden tener acceso inmediato a dicha información. Del mismo modo, los medios de comunicación de masas han permitido que muchas relaciones humanas se entrecrucen, o al menos no se pierdan del todo, porque posibilitan una comunicación real. Otro factor positivo surge en el ámbito económico: quienes tienen acceso a los medios de comunicación pueden adquirir cierta conciencia del producto, es decir, crean sus propias demandas porque los medios de comunicación suelen actuar como formadores. Espectáculo. Entonces, desde una perspectiva comercial, este es un aspecto positivo de lo que pueden hacer el marketing y la publicidad.

Las características negativas son la manipulación de la información y su uso en beneficio de grupos específicos. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, donde muchas personas lo siguen por la influencia que adquiere el mensaje en el proceso (como sucede cuando se generaliza a individuos o grupos). Otro aspecto negativo de los medios de comunicación es que muchas veces carecen de controles parentales, por lo que los menores pueden acceder a contenidos explícitos como la televisión o Internet. Por ello, la mayoría de los países, como España, tienen normativas que restringen lo que se puede mostrar en televisión en determinados horarios (Pérez, Cabero y Vilches, 2016).

### **Clasificación de los medios de comunicación**

Desde tiempos inmemoriales, los humanos han buscado comunicarse con sus pares. Así, en el siglo XX, las formas y estrategias de comunicación, desde la escrita hasta la digital y la virtual, se complejizaron. Hay que distinguir los medios de comunicación interpersonal, como el teléfono, de los medios de comunicación de masas a través de los cuales la sociedad en su conjunto recibe información. En el primer medio, existe un intercambio de información o retroalimentación de ideas, donde el interlocutor se convierte en el moderador que responde al primero, este último tiene la capacidad de transmitir información a una comunidad que no puede retroalimentar esa información de manera inmediata.

A partir de la definición anterior de conceptos, podemos entender muchos sistemas diferentes como medios de comunicación. Con el fin de establecer la mejor clasificación y racionalización posible, podemos dividirlos todos en las siguientes categorías:

**Medio audiovisual.** Se caracteriza por poder oír y ver información al mismo tiempo. Los sistemas de comunicación emiten imágenes y sonidos con el propósito de ilustrar información.

El ejemplo más evidente de medios audiovisuales es la televisión, pero también plataformas de streaming como Netflix o Youtube. Tradicionalmente, el nacimiento de los medios audiovisuales se asocia con el nacimiento del cine a principios del siglo XX.

**Medio radiofónico.** Bajo este medio, la información sólo puede transmitirse en formato sonoro. Uno de sus puntos fuertes es la facilidad de producción y acceso, ya que es técnicamente menos complejo que los medios audiovisuales.

Los medios de difusión masiva son canales de radio, pero el teléfono también entra en esta categoría.

**Medio impreso.** La prensa escrita es el medio más antiguo y tiene una larga trayectoria en la comunicación de masas. Los periódicos, libros o revistas fueron los medios de comunicación más habituales hasta el siglo XX. Sin embargo, los medios impresos también son muy importantes en los círculos privados o en la comunicación bidireccional, como escribir cartas, etc.

Además, es el medio que permite conservar la información durante más tiempo, ya que el papel se mantiene intacto a lo largo de los años, mientras que el soporte de audio o vídeo digital tiene una duración limitada.

**Medio digital.** Los medios digitales se han expandido enormemente desde la aparición de la tecnología de la información en la década de 1980. Sus principales herramientas son los teléfonos móviles, los ordenadores y las tabletas.

Otras clasificaciones

Según el científico de la comunicación Harry Pross, podemos dividir los medios en tres categorías adicionales según el uso del canal:

- Medios primarios: aquellos que no requieren ninguna máquina y su código es natural, por ejemplo, palabras habladas.
- Medios secundarios: El medio por el cual el emisor transmite el mensaje al receptor utilizando ayudas tecnológicas. Este es el caso de una revista que utiliza la imprenta como ayuda en la transmisión de información.
- Tercer medio: En esta categoría, ambos participantes de la comunicación utilizan máquinas. Por ejemplo, las comunicaciones por radio en las que el emisor y el receptor requieren asistencia técnica para comunicarse.

Debido a la complejidad de los medios, Harry Pross (1972) los dividió en tres categorías según su teoría.

- Medios primarios: aquellos que no requieren ninguna máquina y su código es natural, por ejemplo, palabras habladas.
- Medio secundario: El medio por el cual el emisor transmite el mensaje al receptor utilizando ayudas técnicas. Este es el caso de una revista que utiliza la imprenta como ayuda en la transmisión de información.
- Tercer medio: En esta categoría, ambos participantes de la comunicación utilizan máquinas. Por ejemplo, las comunicaciones por radio en las que el emisor y el receptor requieren asistencia técnica para comunicarse.

### **Importancia de los medios de comunicación**

Los medios de comunicación tienen un rol y papel importante en el desarrollo humano y la sociedad. Su objetivo principal es presentarse como un conducto para que las personas se comuniquen y obtengan información.

Por un lado, los medios de comunicación permiten que las personas se comuniquen entre sí sin importar la distancia. A lo largo de los años, gracias al desarrollo de la tecnología, los medios de comunicación han logrado conectar a personas de diferentes partes del mundo, no solo a través del sonido sino también a través de las imágenes.

La inmediatez se ha convertido en la principal virtud de las redes sociales en estos días. Esto permite a los consumidores aprender instantáneamente sobre noticias y eventos relevantes de otras partes del mundo.

Los medios de comunicación se refieren a los medios por los cuales las personas pueden transmitir información. Para realizar este proceso, el remitente del mensaje, el mediador y el receptor, es decir, para que la comunicación sea efectiva, deben existir los roles de hablante de la comunicación e interlocutor de los pensamientos. En cualquier caso, siempre estamos hablando de un fenómeno social basado en uno de los elementos característicos del ser humano: la capacidad de hablar y comunicarse.

Pero los medios de comunicación son importantes no sólo porque no sólo son útiles herramientas de interacción social que satisfacen una de las necesidades humanas más básicas, sino también porque juegan un papel importante en la formación de la opinión pública (cuarto poder), e incluso se convierten en el base para que algunos gobiernos creen o La base del accidente. Aquí podemos decir y retomar la idea de la responsabilidad de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, la importancia de no ocultar datos precisos y veraces, la autenticidad de las publicaciones, sobre todo en la generación de reacciones populares en determinadas hechos .. en este sentido, como un ejemplo vívido, podemos recordar el uso de Hitler de la influencia de los medios como una

táctica para manipular a la sociedad alemana para que apoye su ideología, incluso para que pudiera justificar los actos terroristas cometidos en su nombre.

### **2.2.2. *Identidad cultural***

Actualmente existen múltiples definiciones de este constructo psicológico, siendo algunos autores como Gissi (1996) quienes señalan que la identidad es la respuesta a la pregunta de quién soy yo. Como hemos visto, este autor enfatiza la importancia del componente cognitivo en el proceso de construcción de la identidad.

Otros autores han discutido la importancia de los componentes cognitivos, afectivos y socioconductuales, como Fukumoto 1990, citado en Salgado (1999), quien afirma que la identidad significa responder a preguntas como: ¿qué es uno? ¿Cómo piensa una persona acerca de quién es? ¿A quién conoces?

Little, citado por Pezzi, (1996), describe la identidad como dinámica, enfatizando que cambia, incorpora valores culturales y es una estructura en constante cambio que se origina a partir de las necesidades de grupos sociales particulares, y las condiciones de su existencia. Surge la necesidad.

Yavaloy 2001, citado por Grimaldo (2004), señaló que la identidad personal se refiere a las características personales y únicas de un individuo, tales como: gusto, etc.; es decir, las cualidades de un individuo como ser único que le pertenecen sólo a él.

Como sugieren las definiciones anteriores, la identidad se refiere a la conciencia y apreciación de los muchos aspectos de nuestra organización a lo largo de nuestras vidas.

En resumen, podemos decir que la identidad es vista como un proceso por el cual un individuo se define y evalúa a sí mismo, teniendo en cuenta su pasado,

presente y futuro. De esta manera, las inclinaciones y talentos de las personas se reconcilian con los roles originales de los padres, los compañeros y la sociedad misma.

Respecto a la definición de cultura, Shafer (1980, citado en Nanzer, 1988) afirma que cultura es todo lo que creamos específicamente, pasado, presente y futuro, espiritual, moral o material. Incluye no solo ideas, invenciones, artefactos, símbolos, valores, creencias y obras de arte, instituciones económicas, estructuras y costumbres sociales, creencias morales, ideologías políticas, leyes y reglamentos, y la suma total de todo lo creado por la mente humana y creará tanto como las manos humanas han producido o producirán.

González s.f., citado por Peszi, Chávez y Miranda (1996), afirma que la cultura es un conjunto de expresiones que objetivan, con mayor o menor plasticidad, un mundo de mayor significado general para algunas personas.

El énfasis aquí está en los elementos materiales de la cultura como expresión de la comunidad humana.

Por su parte, Campos s.f., citado por Pezzi, Chávez y Miranda (1996) afirma que se trata de un sistema completo (abstracto) de normas y características de vida comunicadas a través de signos, propiedad específica de los seres humanos. En esta definición, el énfasis está en los elementos inmateriales de la cultura, es decir, aquellos organizados de manera abstracta.

Grimson (2001) señaló que el concepto de cultura es uno de los más controvertidos y ambiguos de las ciencias sociales. En este sentido, el concepto debe ser reforzado por el uso sistemático de las dimensiones de tiempo y espacio. La cultura es histórica, y ninguna sociedad puede entenderse sin una comprensión

de su historia y cambio. A su vez, cada sociedad se ubica en un espacio y tiene interrelaciones con otras sociedades.

Una cultura compartida imbuye a una sociedad con el trabajo en equipo y permite a sus miembros vivir y trabajar juntos con un mínimo de confusión e interacción. Además, la sociedad da a la cultura su expresión abierta de comportamiento y la transmite de generación en generación. Sin embargo, las sociedades están estructuradas de tal manera que solo pueden expresar la cultura a través de los individuos de los que forman parte, y solo pueden perpetuar la cultura a través de la educación de esos individuos (Linton, 1992).

A su vez, la Declaración Universal de la Diversidad Cultural de la UNESCO (2001) afirma que la cultura es considerada un conjunto de diferentes características espirituales y materiales, intelectuales y afectivas que caracterizan a una sociedad o grupo social, además del arte y la literatura, modos de vida, formas de vivir juntos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.

Para INC (2002), la cultura se refiere a la forma en que los seres humanos son, sienten, piensan y actúan. La definición anterior constituye una visión amplia de la comprensión cultural, ya que se refiere a los componentes cognitivos, emocionales y conductuales de una persona.

En cuanto a la cultura, no debe olvidarse su importancia en la formación de la generación. Al pertenecer a una cultura adquirimos muchos conocimientos, prácticas, tradiciones y formas de vida. En este contexto, Giroux (2001) destaca que la cultura se ha convertido en la actualidad en una fuerza educativa dominante y que su función como importante condición educativa del aprendizaje es importante para establecer formas de alfabetización en los diversos contextos sociales e institucionales a través de los cuales aprenden las personas, y determinar

su relación con el mundo social. La relación entre cultura y educación no puede desligarse de la dinámica central de la política y el poder.

Por otro lado, respecto al concepto de identidad cultural, Gissi (1996) afirma que la identidad cultural asume simultáneamente la identidad del otro o de los otros, y/o que somos otros para ellos. Definición cultural A la hora de identificar, es necesario tener en cuenta dos conceptos básicos: endógeno y exógeno. Desde esta perspectiva, Batzin (1996, citado por Rengifo, 1997) define la identidad cultural como la forma en que una persona se define a sí misma (influencia de factores endógenos) y cómo la definen los demás (énfasis en factores exógenos). Para Ampuero (1998), la identidad cultural se refiere en sentido general a la forma particular en que un pueblo o sociedad existe y se expresa, como resultado de sus componentes ancestrales pasados, que se consideran herederos e integradores, en el tiempo y en el espacio.

Para Gorosito (1998), la identidad es un aspecto de la reproducción cultural, es cultura que se interioriza en el sujeto y se apropia en forma de autoconciencia en el contexto de un campo limitado de sentido compartido con otros.

Salgado (1999) planteó que la identidad cultural se refiere a los elementos culturales formados a partir de nuestras costumbres, hábitos, fiestas, bailes, modos de vida y todo lo que pertenece a nuestro folclore, el cual es una expresión en sí mismo. Nuestro pasado y presente y nuestras predicciones para el futuro.

La definición anterior enfatiza la importancia de la experiencia previa, ya que esta identidad se forma a una edad temprana. Así somos representados de manera diferente por nuestros padres, hermanos y toda la familia, y es importante en la construcción de la identidad cultural.

En particular, la identidad cultural se entiende como un proceso dinámico por el cual las personas que comparten una cultura se definen y evalúan a sí mismas como pertenecientes a esa cultura; además, también actúan de acuerdo con las normas culturales resultantes. Asimismo, deja entrever cómo lo definen otras culturas.

Según Hall (1995), la identidad cultural no es simplemente una expresión de la "verdadera historia" de cada grupo o nación, sino que puede entenderse como la historia del establecimiento de su pasado de cada comunidad a través de ejercicios de memoria selectiva. (citado en Fuller, 2002).

Puede verse que el establecimiento de la identidad cultural atraviesa todo el proceso de desarrollo de un individuo, e incluso involucra toda la historia del grupo. Es así como este factor de identidad puede organizarse de manera favorable a partir de una adecuada política cultural, una buena orientación, un diagnóstico certero de la situación, la consideración de fortalezas y debilidades.

Fuller (2002) afirma que la investigación de la identidad cultural debe ser localizada, contextualizada y centrada en el actor para respetar los derechos al reconocimiento y las libertades individuales. O, al menos, encontrar formas de considerar tanto los intereses como las perspectivas para cada caso particular.

### **Origen de la identidad cultural**

Según las definiciones antropológicas y sociológicas, la identidad surge de la diferenciación, de la reafirmación ante los demás y, muchas veces, de la pertenencia al territorio, aunque el concepto mismo trasciende las fronteras nacionales.

Este sector social puede estar limitado geográficamente, sin embargo, la situación de refugiados, desplazados, migrantes y otros grupos también es evidente.

Algunas expresiones culturales definen un sentido de identidad con más fuerza que otras, en detrimento de otras prácticas de la vida cotidiana. Por ejemplo, expresiones culturales que son muy locales, como desfiles, música y danza. La UNESCO llama a estas expresiones "patrimonio cultural inmaterial".

***La identidad cultural como un asunto colectivo.*** Un problema fundamental para entender el concepto de identidad es identificar el patrimonio cultural de un pueblo, ya que la identidad sólo puede surgir del patrimonio cultural, que es preexistente y existe independientemente de su reconocimiento o valoración.

Es la propia comunidad la que configura activamente su patrimonio cultural. Lo hace privilegiando ciertas costumbres que entiende como propias, configurando el significado de su identidad.

La identidad cultural tiene características positivas porque los grupos de personas se han conocido históricamente (y continuamente) en sus propios entornos físicos y sociales.

Para ello, es necesario reafirmar la variabilidad de la identidad y el acervo cultural, están condicionados por agentes externos y una retroalimentación constante entre ellos.

En resumen, la identidad tiene que ver con la historia y el patrimonio cultural. Además, la identidad cultural no puede afianzarse sin la capacidad de reconocer el pasado, sin referencias simbólicas específicas que ayuden a construir el futuro.

### **Características de la identidad cultural**

El concepto de identidad (del latín *identitas*) ha sido tema de interés en diversos campos y disciplinas, desde la sociología hasta las ciencias políticas, las matemáticas, la medicina, la antropología y el derecho.

La acepción la tenemos del Diccionario de la Real Academia Española, donde la identidad, en general, se define como "de la misma cualidad", es decir, "idéntica a otras cosas con las que se compara".

La preservación de la identidad de un grupo se entiende como el deseo de preservar los valores, tradiciones, usos, creencias, etc. que configuran las identidades individuales y colectivas. Así, facilita el reconocimiento del sujeto y su pertenencia a un grupo.

En última instancia, la identidad conduce a la respuesta, protección y preservación de la identidad cultural y, en última instancia, a la resistencia a otras identidades (grupos), que pueden interrumpir la supervivencia del grupo receptor.

### **Importancia de la identidad cultural**

Es por esto que (Rivera & Cabra, 2016) analiza cómo los docentes manejan los problemas de identidad y qué factores importantes deben desarrollarse, el tema a menudo se distorsiona hasta el punto en que los estudiantes no están claros y confundidos. Identificar los factores que contribuyen al desarrollo de un estudiante es fundamental para poder desarrollar un conjunto de instrucción que fomente el interés del estudiante, y los maestros deben guiar de acuerdo con la cultura de la población que los rodea.

Cultivar este aspecto no es un desarrollo fijo adquirido en un cierto período de la vida, sino que una persona se desarrolla de acuerdo a la interacción social con varias personas.

Tanto la identidad personal como el proceso por el cual describimos y determinamos quiénes somos, así como transcurre la vida, el ser humano tiene la necesidad de expresar y defender su identidad social, lo que significa motivación

personal, y revisando varios artículos podemos diferenciar entre una persona. Estar entre personas es un valor adquirido (Vásquez, 2018).

### **Clasificación de la identidad cultural**

Entender de dónde venimos como sociedad local para valorar quiénes somos y reforzarlo a nivel colectivo es la clave fundamental para mantener la identidad cultural de una nación. A continuación, desglosamos los elementos que refuerzan la identidad:

**La memoria** colectiva. Una recopilación de información sobre un ideario colectivo que valora a los ancianos de la comunidad como fuente de conocimiento y naturaleza de la identidad.

Desde el socio construccionismo se define la memoria colectiva como “la reconstrucción conjunta y constante de eventos pasados a través de las diversas versiones que se generan de estos, en las conversaciones cotidianas de un grupo social, las cuales a la vez darán lugar a la creación de objetos de naturaleza social” (Aguilar y Quintero, 2000, p. 34). Esta definición parte del supuesto de que son las interacciones y el lenguaje de los seres humanos los que asumen la función de dar forma a las distintas acciones sociales, los sujetos en la interacción particular frecuentemente están generando sentidos (Gergen, 1996).

Para la historia de la memoria colectiva, Olick y Robbins (1998) rastrearon el surgimiento de este fenómeno dentro de las ciencias sociales. Primero, discuten cómo Hugo von Hofmannsthal acuñó por primera vez el término memoria colectiva en 1902.

El primero de estos enfoques citados por Schwartz (1992), asume que el pasado es una construcción social determinada por los intereses del presente. En este enfoque se inscriben autores como Herbert Mead, Halbwachs y Lowenthal, los

cuales, coinciden en presentar un concepto atemporal de la memoria colectiva, que relaciona lo que se recuerda en un contexto dado con las creencias, intereses, aspiraciones y miedos del aquí y ahora (Middleton y Edwards, 1992).

*Las tradiciones y folclore.* Comprender por qué las celebraciones se llevan a cabo de cierta manera, su simbología y lo que representan para las comunidades a nivel colectivo es fundamental para valorarlas, protegerlas y defenderlas a largo plazo.

Para (Ardilas, 1975) alega que la tradición es la memoria a través de la lengua de una cultura, “Ella se ha formado con un intercambio de culturas extranjeras”.

De igual manera, se puede destacar lo que dice (Martínez, 1996) con relación a la cultura popular tradicional “ella constituye la sumatoria de identidades familiares y sus interrelaciones en el tiempo y en el mismo ámbito local”.

Según Arets (1984), la cultura popular tradicional se dividía en los siguientes grupos: material, espiritual y social. Cabe decir que esta subdivisión tiene como finalidad la clasificación y la necesidad de organizar regularmente contenidos culturales y educativos masivos.

Desde este punto de vista y siguiendo la información recabada por Arets (1984), quien cita la biblioteca del Instituto Nacional de Estudios del Folklore (INDEF, 1975), se hace referencias a esta clasificación de la cultura popular tradicional.

“La investigación en cultura social se realiza de forma sincrónica y asincrónica y tiene fines propios, distintos a la investigación sociológica, ya que nos dedicamos a la recolección de aspectos autóctonos de la cultura social, una persona nos interesa en tanto que es un recipiente para el folclore

o las tradiciones étnicas para estudiar y aprender una persona de la ciudad” (p. 255).

Arguedas, el Folklore, estudia de manera general, las artes tradicionales de cualquier pueblo; y sobrado particularmente, sus cuentos, leyendas, danzas y canciones.

Vale recordar que es inseparable del primer investigador y promotor del folklore en el Perú, el guionista y antropólogo peruano, José María Arguedas (1911 - 1969), quien definió la palabra “folklore”, más asociada a nuestra diversidad cultural, desarrolló el esquema de castas propuesto por el dramaturgo inglés William J. Thoms (1803 - 1885), quien concibió una promesa al combinar repeticiones en una:

folk, que significa humano, y lore, que significa conocimiento, sabiduría. La definición utilizada por el Jefe Thoms para tachar un anuncio importante estudiaría "la antigua memorización de las clases populares de las naciones civilizadas".

Jornadas culturales. Profundiza la transmisión, evita la pérdida de tradiciones por parte de quienes vivían en los pueblos y de quienes estaban cerca de la población, pero no entendían las razones de la tradición.

(*Jornadas Culturales*, n.d.) Las Jornadas Culturales, por tanto, se perfilan como una de las actividades que más se aproximan a este gran objetivo.

Un lugar, donde podrás disfruta, hacer amigos y sobre todo enriquecerte de de la cultura en general (*Jornadas Culturales*, n.d.).

Las actividades culturales son eventos o reuniones que invitan a generar vínculos y unión entre miembros de una misma comunidad, y a la vez que

son el canal que transmite las creencias, las costumbres, las tradiciones y los conocimientos de generación en generación (Jaureguialzo, 2021).

Aporte social. La persona es amigable y quiere ser respetada en la familia y en la comunidad, y muchas fiestas de consumidores muestran a personas importantes como el alcalde, representante, reina de la fiesta, señorita o señor, esto refuerza el sentido de pertenencia a un pueblo o comunidad significado.

Rae (n.d.) Aportación que deben realizar los socios como contrapartida de las acciones suscritas o de las participaciones asumidas para formar el patrimonio de la sociedad y cubrir adecuadamente su cifra de capital social.

(Daniels, 2003). El objetivo de un enfoque sociocultural es explicar las relaciones entre la acción humana, por un lado, y las situaciones culturales, institucionales, e históricas donde se realiza esta acción, por otro (Wertsch, 1999). Estos enfoques cuestionan el carácter “natural” de las prácticas educativas, al enmarcarlas en su origen y desarrollo sociohistórico.

Cole (1999) expresa en tal sentido, que las conductas de los sujetos se comprenden “relacionalmente en su contexto” Esto implica una forma de interpretación relacional de la mente, los objetos y los contextos, en un único proceso sociocultural. Wells (2004) señala que la capacidad humana para implicarse en actividades conjuntas mediadas por herramientas es crucial en el desarrollo cultural y personal, ya que los sujetos se ven condicionados por las actividades en las que participan.

### **Elementos de la identidad cultural**

*La información cultural*, tal como está, requiere la comprensión de dos cosas importantes: identidad y cultura. Como resultado de estos eventos, fue

posible crear una explicación precisa. El desarrollo mutuo requiere la cooperación de los individuos.

*Identidad, cultura y el hombre.* En términos de cultura, que representa los pilares fundamentales de cualquier sociedad, también requiere contexto histórico, elaboración experiencial o tangible e interacción simbólica.

*Las tradiciones se transmiten de una generación a otra* a través de textos orales y escritos, que permiten construir la cultura y las tradiciones de una comunidad.

Además de elementos de cultura e identidad, existen personas e imágenes personales sin las cuales sería imposible establecer alguno de estos parámetros. El sentido de pertenencia y la protección de la identidad están garantizados a través de la contribución inconsciente y consciente de cada persona a su cultura.

### **Formación de la identidad cultural**

Hay muchas formas de desarrollar la identidad cultural, como las instituciones educativas y las familias; también puede transmitirse a través de historias y dentro de historias (historias informales contadas por personas comunes, transmitidas oralmente).

Según algunos autores, el concepto de identidad empieza a aparecer en las personas cuando ven la diferencia entre ellos y los demás.

Algunos autores adoptan un enfoque unificado, explicando que la identidad tiene características nacionales, influenciadas por orígenes, raíces y creencias. En otras palabras, este enfoque sugiere que la identidad surge de lo que es una persona, mientras que el primero dice que surge por diferencias o diferencias.

Sin embargo, ambos puntos de vista sostienen que las influencias ambientales son necesarias para la formación de la identidad cultural, ya sea en una gran ciudad cosmopolita o en un pequeño pueblo tribal.

*La identidad cultural dentro del proceso formativo.* Las identidades culturalmente amplias se forman gracias a la historia y las obras de arte como monumentos, algunos libros y pinturas.

Una forma clave de establecer esta identidad es a través de las palabras, ya que son uno de los principales factores que deben estar presentes para crear esta conexión entre un grupo de personas.

Actualmente existe una gama de programas educativos que dan forma a la identidad cultural de un individuo desde una edad temprana. Lo hacen a través de diferentes asignaturas académicas y de ocio que tratan temas culturales, como música y danza tradicionales o asignaturas de historia, lengua y literatura.

La imagen de un mentor o maestro es importante en cualquier entorno educativo, especialmente en la formación de jugadores. Estas personas son las encargadas de despertar el interés de los jóvenes en el desarrollo económico y social de su grupo, el cual se logra a través de la participación de todos los miembros de esta comunidad.

### **2.3. Definición de términos básicos**

- **Medios:** Pérez y Gardey (2010) Un conjunto de herramientas, dinero y productos básicos necesarios para un propósito específico.
- **Comunicación:** Pérez y Merino (2016) El acto de comunicarse o comunicarse, la transmisión de una señal a un emisor y receptor por un código común.

- **Red social:** Una página web donde los usuarios de Internet intercambian información personal y contenido multimedia, creando una comunidad virtual interactiva de amigos, Pérez y Gardey (2011).
- **Emisora de Radio:** Pérez y Merino (2013) Es una forma de comunicación que brinda programas de radio con diferentes tipos de contenido. Así como existen diferentes canales de comunicación, también existen diferentes estaciones de radio que puedes sintonizar configurando frecuencias específicas.
- **Televisión:** Pérez y Merino (2010) Sistema de transmisión de imágenes y sonidos a largas distancias a través de ondas hertzianas.
- **Internet:** Pérez y Gardey (2008) es una red de computadoras que están interconectadas alrededor del mundo en forma de telaraña. Consiste en servidores (o "nodos") que brindan información a unos 100 millones de personas, conectados entre sí por teléfono y redes cableadas.
- **Costumbres:** (Guacho, 2014), que son los conocimientos y tradiciones que tiene la comunidad o el pueblo, que se transmiten de generación en generación, para que las personas las practiquen con sus hijos y familiares, y se mantengan en la tradición, (p. 41).
- **Cultura:** Adam Kuper (1982), que consta de cualidades únicas, inmateriales, físicas, filosóficas y existenciales, que caracterizan a las comunidades.
- **Conciencia cívica:** Binetti R. (2014), es un conocimiento que se ve como una obligación que todos tenemos como especie humana, sabiendo que tenemos derecho a exigir respeto, legalidad, justicia y a convivir pacíficamente como seres humanos.

- **Identidad Cultural:** Promover la cultura de convivencia llena de respeto, humildad, solidaridad, y dignidad. Llevar la sociedad a desarrollarse interna y externamente, imbuida de los valores propios de su localidad. Orduña (2003).
- **Tradición cultural:** Se basa en tipos de vestimenta, idioma y tradiciones según su ubicación geográfica. La tradición es un conjunto de creencias, , religión, ritos, costumbres y valores heredados de vuestros antepasados y transmitidos de generación en generación como herencia indígena. (Huarte Cuéllar, 1 de junio de 2002).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Existe relación significativa entre los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a) Existe relación significativa entre los medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
- b) Existe relación significativa entre los medios de comunicación y las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
- c) Existe relación significativa entre los medios de comunicación y las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

- d) Existe relación significativa entre los medios de comunicación y el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

## 2.5. Identificación de variables

### 2.5.1. *Variable Independiente.* Los medios de comunicación.

**Definición conceptual:** Los medios de comunicación son medios técnicos utilizados para cualquier forma de comunicación. Este término suele hacer referencia a los medios de comunicación, es decir, que brindan información o noticias al público, como la televisión o la radio.

**Definición operacional:** La variable independiente los medios de comunicación se define mediante sus dimensiones: medios audiovisuales, medios radiofónicos, medios impresos y medios digitales con sus indicadores, a los cuales se fueron cuantificados mediante índices, las cuales fueron medidos en niveles.

### 2.5.2. *Variable dependiente:*

Identidad cultural.

**Definición conceptual:** Conjunto de expresiones socioculturales (creencias, costumbres, tradiciones, símbolos, y valores) que brinda al individuo que pertenece a una comunidad un sentido de conexión con sus pares.

**Definición operacional:** La identidad cultural se define de sus respectivas dimensiones: memoria colectiva, tradiciones y folclore, jornadas culturales y aporte social con sus indicadores, a los que se cuantificaron mediante índices, que fueron medidos por niveles.

## 2.6. Definición operacional de variables e indicadores

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable los medios de comunicación*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Niveles y rangos</b>
Medios audiovisuales	• Audio		
	• Video		
	• Televisión		Bueno
	• YouTube		[75 – 101]
	• Netflix		
<i>Medios radiofónicos</i>	• Canales de radio	1	Regular
	• Teléfono	a	[48 – 74]
<i>Medios impresos</i>	• Periódicos	7	
	• Libros		Bajo
	• Revistas		[20 – 47]
<i>Medios digitales</i>	• Tablet		
	• Dispositivos móviles		
	• Ordenadores		

**Tabla 2***Operacionalización de la variable identidad cultural*

<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Niveles y rangos</b>
Memoria colectiva	• Recopilación de información	1 - 6	Bueno [75 – 101]
	• Trabajo colaborativo		
	• Conocer las festividades		
Tradiciones y folclore	• Identificar las simbologías	7 - 12	Regular [48 – 74]
	• Valorar las tradiciones		
	• Defender las tradiciones y el folclore		
Jornadas culturales	• Difusión	13 - 16	Bajo [20 – 47]
	• Tradiciones		
Aporte social	• Trabajo colectivo	17 - 20	
	• Pertenencia pueblo		

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Tipo de Investigación**

El presente estudio es de tipo básico descriptivo porque describe los datos y características de la población en estudio tal como se presentan las variables medios de comunicación e identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### **3.2. Nivel de investigación**

El nivel de investigación es correlacional que es un método de investigación no experimental donde el investigador compara las dos variables, por que relaciona la estadística entre ambas sin la influencia de otra variable extraña.

#### **3.3. Método de investigación**

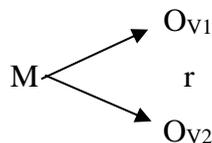
El desarrollo de esta investigación fue orientada a través del método científico que es una herramienta que permite resolver la veracidad o falsedad de un postulado. Cuyos procedimientos son:

1. Planteamiento del problema de investigación
2. Formulacion de hipotesis de investigación.
3. Recopilacion y analisis de datos .

4. Confirmación o rechazo de hipótesis de investigación.
5. Resultados y conclusiones.
6. Formulación de teorías.

### 3.4. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en el desarrollo del presente estudio fue el descriptivo correlacional con una muestra y dos observaciones, cuyo diagrama es el siguiente:



M: Muestra

O<sub>v1</sub>: Observación de la variable 1: Medios de comunicación.

O<sub>v2</sub>: Observación de la variable 2: Identidad cultural

r: Coeficiente de correlación entre variables.

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Para Mejía (2005), la población es la suma de los elementos de estudio, delineados por el investigador según las definiciones desarrolladas en el estudio. Población y universo tienen características similares, por lo que a la población se le puede llamar universo, o viceversa, universo, población.

La población sujeta a estudio estará conformada por 63 estudiantes de 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### Tabla

### *Distribución poblacional*

Sección	Estudiantes		Total
	Hombre	Mujer	
A	10	14	24
B	13	07	20
C	08	11	19
<b>Total</b>			<b>63</b>

**Fuente:** Acta oficial de evaluación del nivel secundaria EBR - 2020

#### **3.5.2. Muestra**

El muestreo es una técnica para estudiar una muestra obtenida después de aplicar esta técnica a una población, un estadístico, que es un número obtenido por cálculo o manipulación estadística, que proporciona un número o elementos representativos de una población. Las técnicas de población se utilizan cuando la población tiene un gran número de elementos, no se requieren técnicas de muestreo si la población es pequeña (Mejía, 2005).

Se utilizó un muestreo no probabilístico, que consiste en seleccionar las unidades a observar en base a criterios elegidos por el investigador (Ronc y Pasco, 2015).

- **Criterios de inclusión.** Tanto los estudiantes de sexo masculinos como femeninos matriculados en el 4to grado de secundaria
- **Muestreo.** Se empleo el muestreo intencional, considerando a todos los estudiantes matriculados en las tres secciones que funcionan en la Institución Educativa: 24 estudiantes del cuarto A, 20 estudiantes del 4to B, y a los 19 estudiantes del 4to C. Según Zarcovich (2005), este tipo de muestreo requiere tomar datos de una muestra que abarca todo el universo (porque es finita y pequeña). la muestra representativa sujeta a estudio estará conformada 63

estudiantes de 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

### **3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.3. Técnicas**

La técnica empleada fue la encuesta, según López y Fachelli (2015), Esta es una técnica que se lleva a cabo a través de una herramienta llamada cuestionario, que está destinada únicamente a las personas y brinda información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. Las encuestas pueden tener resultados cuantitativos o cualitativos y centrarse en preguntas predefinidas con secuencia lógica y un sistema de respuesta integrado. Se obtienen principalmente datos numéricos. Esta es una técnica de uso común en las ciencias sociales, y con el tiempo se ha extendido a la investigación científica. Actualmente, se considera un evento en el que todas las personas han participado o participarán al menos una vez en la vida.

La técnica utilizada para recolectar información es la encuesta, la cual consiste en recopilar información a través de una herramienta conformado por preguntas (63 estudiantes del 4to grado).

#### **3.6.4. Instrumentos**

El instrumento utilizado fue el cuestionario, para Arias (2020) es una herramienta de recolección de datos de uso común en la investigación científica. Consiste en un conjunto de preguntas enumeradas en una tabla con un rango de respuestas posibles para que respondan los encuestados. No hay una respuesta correcta o incorrecta, todas las respuestas conducen a resultados diferentes y se aplican a la multitud.

Cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo a lo planificado, con el fin de obtener información necesaria.

**Finalidad:** Recoger información sobre las variables de una manera ordenada, el cual permite obtener respuestas sobresalientes, para probar hipótesis y poder evaluar los resultados.

**Características:** Clara, interesante, novedosa, secuencial

### **3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.**

#### **3.7.1. Validez del instrumento**

Para (Hernández et al., 2001), la validez se refiere a la medida en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir y conduce a conclusiones válidas, en este caso la identidad cultural. La validez evaluada es una prueba diseñada, desarrollada y aplicada de tal manera, y mide lo que se pretende medir. La validez de contenido, criterio y constructo del instrumento fue revisada por 03 expertos investigadores profesionales de alta trayectoria profesional por cada variable de estudio en el ámbito de la elaboración y validación de instrumentos.

Se envió a los expertos para que validaran el instrumento, el cuadro de operacionalización de las variables, además del instrumento con las preguntas y sus alternativas. En función a sus observaciones se procedió hacer las debidas correcciones en cuanto al contenido, calidad de redacción, amplitud de contenido, congruencia, coherencia y otros aspectos que consideraron necesario realizar mejoras, Al cumplirse este procedimiento, las observaciones y sugerencias de los expertos permitieron el rediseño del instrumento de medición.

Las escalas sobre medios de comunicación e identidad cultural fueron evaluadas por tres expertos en estadística, investigación y gestión educativa, obteniendo los resultados como se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 1**

*Validación del instrumento de investigación. Cuestionario sobre medios de comunicación*

<b>Expertos</b>	<b>Valoración</b>	<b>Aplicabilidad</b>
Dr. Guillermo Gamarra Astuhuaman	82%	Aplicable
Mg. Miguel A. Ventura Janampa	84%	Aplicable
Mg. Nicolas D. Huerta Cecilio	87%	Aplicable

**Tabla 2**

*Validación del instrumento de investigación. Cuestionario de identidad cultural*

<b>Expertos</b>	<b>Valoración</b>	<b>Aplicabilidad</b>
MG. Oscar A. Deudor Nájera	83%	Aplicable
Mg. Nicolas Corilla Razhuaman	80%	Aplicable
Mg. Guillermo Orihuela Segura	86%	Aplicable

### **3.7.2. Confiabilidad del instrumento**

La confiabilidad es una forma de estadística que determina si el instrumento de recolección de datos es precisa y consistente.

Por otro lado, según Hernández y el Cnel. (2010), "la confiabilidad de una métrica es la medida en que las aplicaciones repetidas al mismo objeto u objeto producen los mismos resultados" (p. 200).

De acuerdo con (Soto, 2015), la confiabilidad de un instrumento “significa información que es útil para verificar si un instrumento ha recolectado información incorrecta y por lo tanto ha llevado a conclusiones erróneas, o si es un instrumento confiable para realizar mediciones estables y consistentes; Utilizando la tabla, donde puede ver el nivel de confiabilidad recomendado” (p.73). Alfa de Cronbach.

Valores	Nivel
-1 a 0	No es confiable
0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
0,9 a 1,00	Alta confiabilidad

**Tabla 3**

*Confiabilidad global Cuestionario sobre medios de comunicación*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,822	,832	12

Como se puede ver, el nivel de confiabilidad que tiene el instrumento Cuestionario de sobre medios de comunicación es fuerte, con 0.82 Alfa de Cronbach.

En este caso, para determinar la consistencia interna, la herramienta realizó la prueba de Alfa de Cronbach, la cual determinó la consistencia interna de cada

ítem con un valor mayor a 0.80 de probabilidad lo que indica una fuerte confiabilidad.

**Tabla 4**

*Confiabilidad global Cuestionario sobre identidad cultural*

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,957	,959	63

Como se puede ver, el nivel de confiabilidad que tiene el instrumento Cuestionario sobre identidad cultural es muy alta, con 0.95 de Alfa de Cronbach.

En este caso, para determinar la consistencia interna, se realizó la prueba de Alfa de Cronbach, la cual determinó la consistencia interna de cada ítem con un valor mayor a 0.90 de probabilidad lo que indica una alta confiabilidad.

Los datos fueron procesados en el programa Excel y el software estadístico SPSS 0.26 para determinar el nivel.

**3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

La técnica empleada fue la encuesta, según López y Fachelli (2015), Esta es una técnica que se lleva a cabo a través de una herramienta llamada cuestionario, que está destinada únicamente a las personas y brinda información sobre sus opiniones, comportamientos o percepciones. Las encuestas pueden tener resultados cuantitativos o cualitativos y centrarse en preguntas predefinidas con secuencia lógica y un sistema de respuesta integrado. Se obtienen principalmente datos numéricos. Esta es una técnica de uso común en las ciencias sociales, y con el tiempo se ha extendido a la investigación científica. Actualmente, se considera un

evento en el que todas las personas han participado o participarán al menos una vez en la vida.

La técnica utilizada para recolectar información es la encuesta, la cual consiste en recopilar información a través de una herramienta conformado por preguntas aplicado al grupo de estudio (24 estudiantes del 4to A), (20 estudiantes del 4to B) y (19 estudiantes del 4to C).

Los datos que se obtuvieron en esta investigación fueron procesados y analizados a través del método estadístico, la misma que comprende los siguientes procedimientos:

- Elaboración de un registro de datos por dimensiones.
- Clasificación de datos en tablas estadísticas.
- Representación gráfica de datos.
- Estimación de estadísticos.
- Prueba de hipótesis general y específicos a través del test de Spearman con un 95% de confianza.
- Formulación de teorías.

### **3.9. Tratamiento estadístico**

Para el tratamiento estadístico de los datos recabados en esta investigación se procederá del modo siguiente:

- Construcción de una base de datos por variable y dimensiones en el Ms. Excel para exportar al programa estadístico SPSS. versión 26
- Gestión de tablas, gráficos y estadísticos a través del programa estadístico SPSS.
- Pruebas de hipótesis con un nivel de significancia del 5% a través del programa estadístico SPSS. Versión 26

### **3.10. Orientación ética, filosófica y epistémica.**

Para todos los procedimientos en este estudio, se apegaron a los principios de la norma APA 7a Edición, que considera el uso correcto de citas escritas directas e indirectas, además de originalidad, evitando el plagio de información, utilizando el sistema Turnitin para reducir el índice de similitud con la investigación pertinente, y por último los estudiantes de la encuesta de consentimiento informado de los destinatarios, adjuntando la información necesaria en el documento a enviar.

## **CAPITULO IV**

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **4.1. Descripción del trabajo de campo**

Para realizar la investigación de los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la I.E. San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020. Realice la solicitud al director de la I.E. para realizar dicha investigación en la institución educativa a su cargo , el cual fue aceptada, la mencionada investigación conto con una duración de tres meses por los diferentes dificultades que ocasionó la pandemia, se realizó la aplicación del cuestionario, primero de la variable independiente que es de los medios de comunicación y posterior a ello se aplicó la variable dependiente de identidad cultural, teniendo en cuenta el acta oficial de las tres secciones de cuarto de secundaria, finalizada la aplicación del cuestionario se procedió a tabular los resultados obtenidos y es como a continuación se muestra.

## 4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

### 4.2.1. Resultados por variables y dimensiones

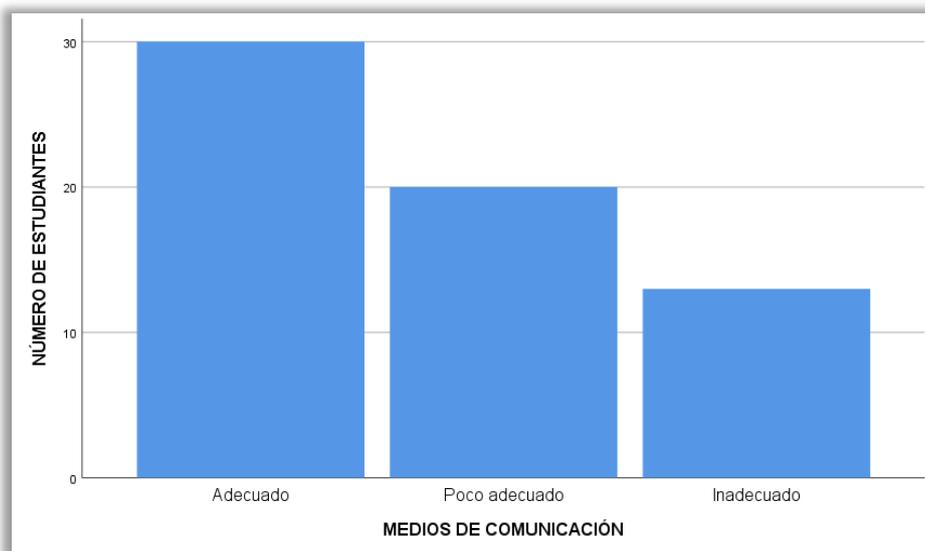
**Tabla 5**

*Uso de los medios de comunicación por los estudiantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Adecuado	30	47,6
Poco adecuado	20	31,7
Inadecuado	13	20,6
Total	63	100,0

**Figura 1**

*Uso de los medios de comunicación por los estudiantes*



Los resultados muestran que, treinta estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma que representa el 47,7% usan los medios de comunicación en forma adecuada, entre tanto veinte de ellos que viene a ser el 20,6% usan los medios de comunicación poco adecuado, finalmente se observa que trece de ellos utilizan los medios de comunicación en forma inadecuada.

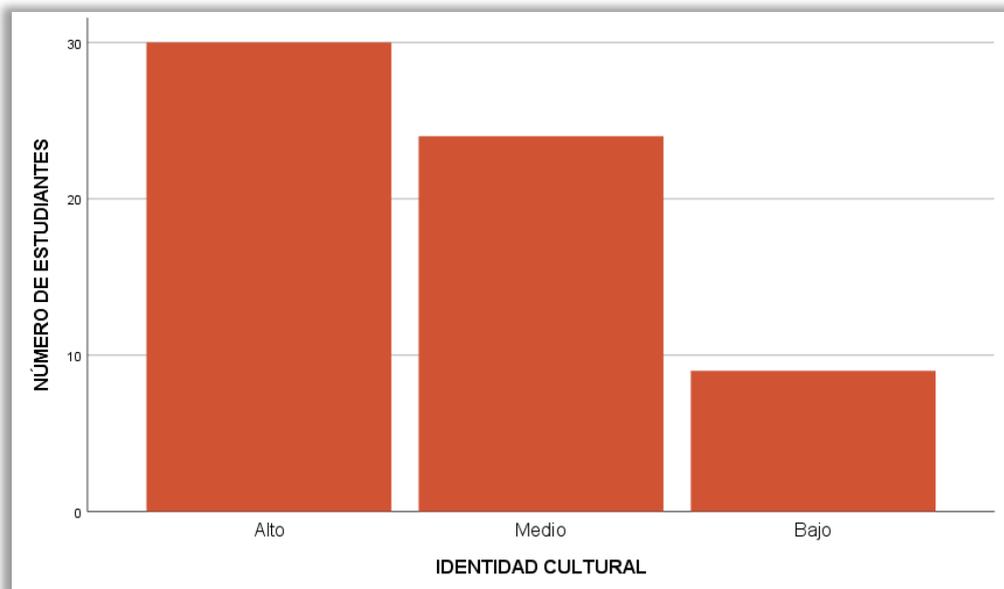
**Tabla 6**

*Identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	30	47,6
Medio	24	38,1
Bajo	9	14,3
Total	63	100,0

**Figura 2**

*Identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de secundaria*



Los resultados indican que el 47,7% de los estudiantes del cuarto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba tienen alto nivel de identidad cultural, asimismo el 38,1% evidencian tener un nivel medio de identidad cultural, finalmente, el 14,3% de los estudiantes tienen bajos niveles de identidad cultural.

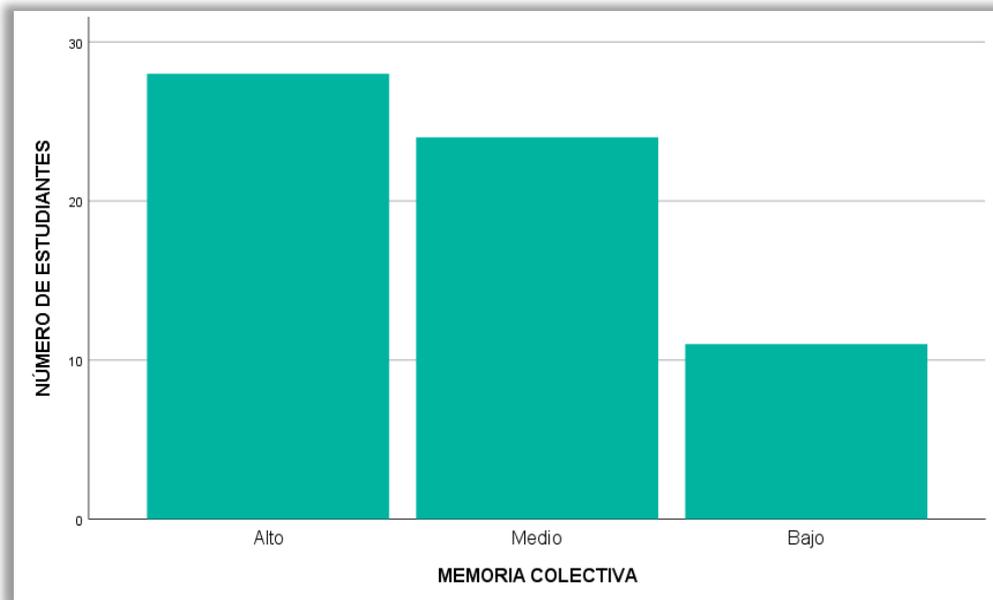
**Tabla 7**

*Memoria colectiva en los estudiantes del cuarto grado de secundaria*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	28	44,4
Medio	24	38,1
Bajo	11	17,5
Total	63	100,0

**Figura3**

*Memoria colectiva en los estudiantes del cuarto grado de secundaria*



Los resultados muestran que el 44,4% de los estudiantes del cuarto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba tienen alto nivel de memoria colectiva, también el 38,1% evidencian tener un nivel medio de memoria colectiva, finalmente, el 17,5% de los estudiantes tienen bajos niveles de memoria colectiva.

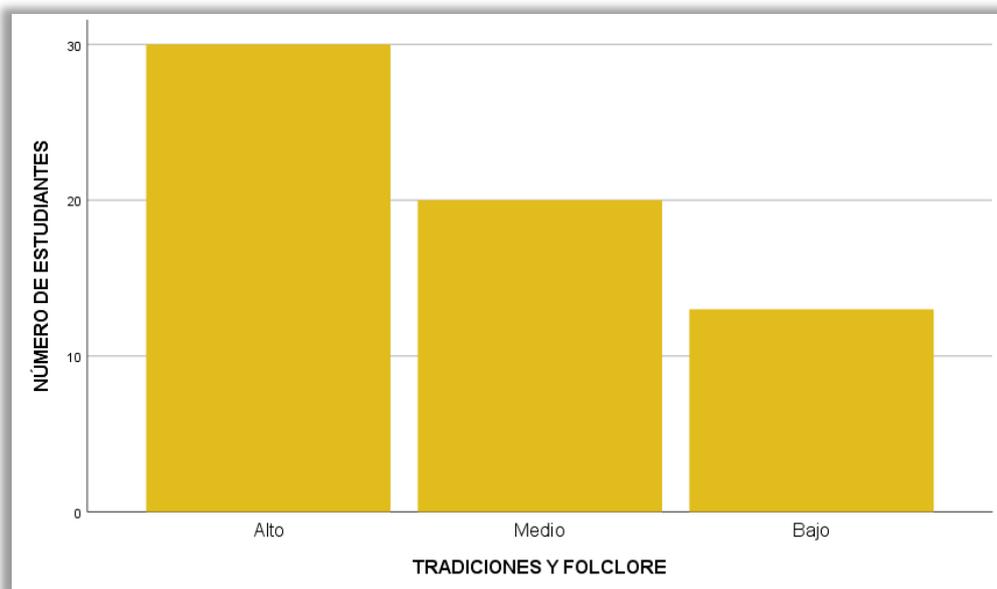
**Tabla 8**

*Identidad sobre tradiciones y folclore en los estudiantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	30	47,6
Medio	20	31,7
Bajo	13	20,6
Total	63	100,0

**Figura 4**

*Identidad sobre tradiciones y folclore en los eestudiantes*



Los resultados sugieren que el 47,6% de los estudiantes del cuarto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba tienen alto nivel de identidad sobre tradiciones y folclore, también el 31,7% de ellos evidencian tener un nivel medio de identidad sobre tradiciones y folclore, finalmente, el 20,6% de los estudiantes tienen bajos niveles de identidad sobre tradiciones y folclore.

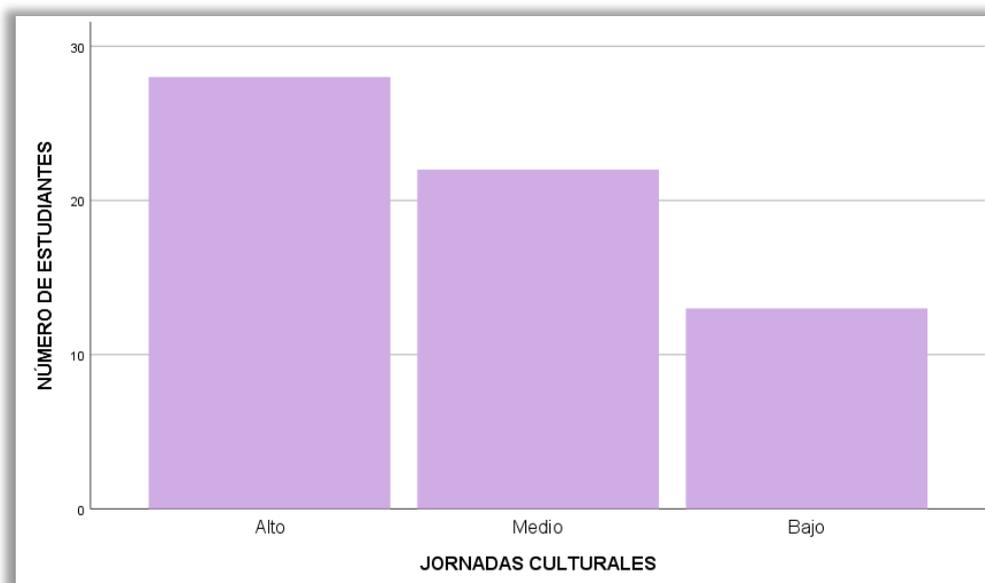
**Tabla 9**

*Identidad sobre jornadas culturales en los estudiantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	28	44,4
Medio	22	34,9
Bajo	13	20,6
Total	63	100,0

**Figura 5**

*Identidad sobre jornadas culturales en los estudiantes*



Los resultados sugieren que el 44,4% de los estudiantes del cuarto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba tienen alto nivel de identidad sobre jornadas culturales, también el 34,9% de ellos evidencian tener un nivel medio de identidad sobre jornadas culturales, finalmente, el 20,6% de los estudiantes tienen bajos niveles de identidad sobre jornadas culturales.

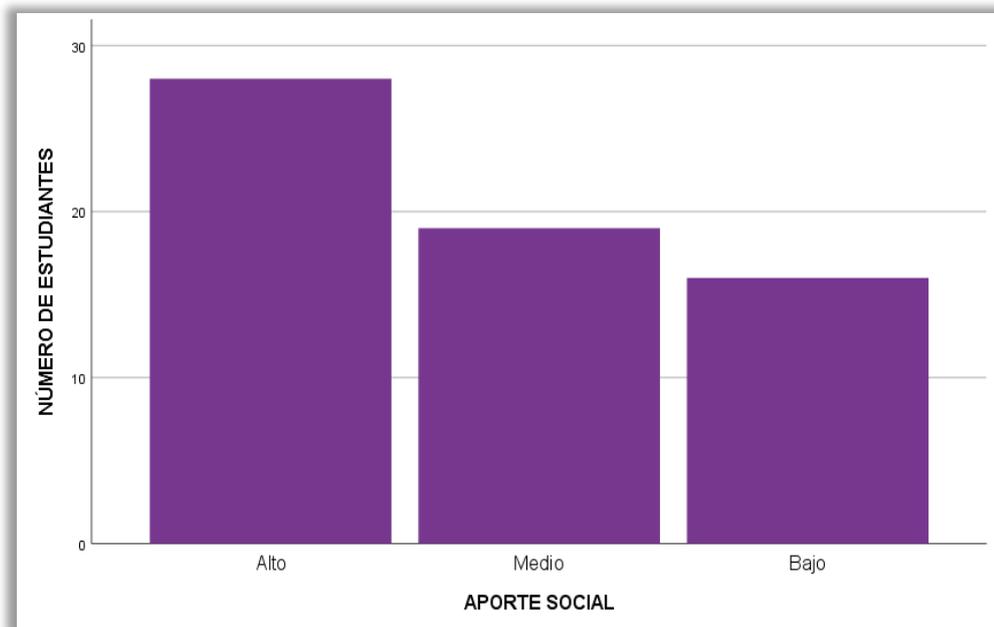
**Tabla 10**

*Identidad sobre jornadas culturales en los estudiantes*

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	28	44,4
Medio	19	30,2
Bajo	16	25,4
Total	63	100,0

**Figura 6**

*Identidad sobre jornadas culturales en los estudiantes*



Los resultados muestran que el 44,4% de los estudiantes del cuarto grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba tienen alto nivel de identidad sobre aporte social, también el 30,2% de ellos evidencian tener un nivel medio de identidad sobre aporte social, finalmente, el 25,4% de los estudiantes tienen bajos niveles de identidad sobre aporte social.

#### 4.3. Prueba de Hipótesis

**Tabla 11**

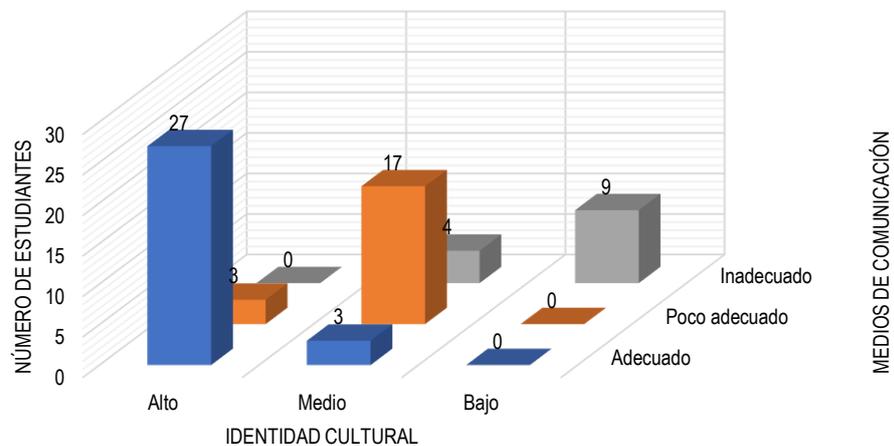
*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural*

		Identidad cultural			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Medios de comunicación	Adecuado	27	3	0	30
	Poco adecuado	3	17	0	20
	Inadecuado	0	4	9	13
Total		30	24	9	63

*Nota:* Base de datos del Anexo No. 1

**Figura 7**

*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural*



**Tabla 12**

*Medidas simétricas. Uso de los medios de comunicación e identidad cultural*

Medidas simétricas		Valor
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,831
N de casos válidos		63

Los resultados que se muestran indican que hay una relación alta (0,831) entre las variables uso de los medios de comunicación e identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

En la tabla y en el gráfico se puede notar la concentración de la gran mayoría de frecuencias (53) en la diagonal principal, lo cual evidencia una fuerte relación entre las variables en estudio.

### **Prueba de hipótesis general**

#### *Formulación de hipótesis*

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### *Nivel de significancia*

$\alpha = 0,05$

### **Tabla 13**

#### *Prueba Chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	74,540	4	,000
Razón de verosimilitud	73,405	4	,000
N de casos válidos	63		

P = 0,000 Significación asintótica (bilateral)

### **Decisión y conclusión**

Como el valor de probabilidad P = 0,000 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto nos permite concluir para un 95% de confianza que, existe

relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**Tabla 14**

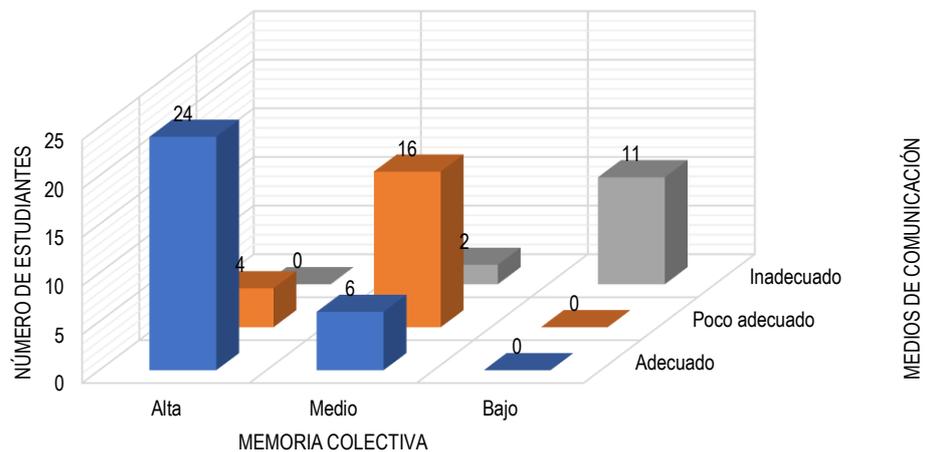
*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión memoria colectiva*

		Memoria colectiva			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Medios de comunicación	Adecuado	24	6	0	30
	Poco adecuado	4	16	0	20
	Inadecuado	0	2	11	13
Total		28	24	11	63

*Nota:* Base de datos del Anexo No. 1

**Figura 8**

*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión memoria colectiva*



]

*Medidas simétricas. Uso de los medios de comunicación y memoria colectiva*

Medidas simétricas		
		Valor
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,775

Los resultados que se muestran indican que hay una relación alta (0,775) entre la variable uso de los medios de comunicación y la dimensión memoria colectiva de identidad cultural, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

En la tabla y figura se pueden notar la concentración de la gran mayoría de frecuencias (51) en la diagonal principal, lo cual evidencia una fuerte relación entre la variable y la dimensión en estudio.

### **Prueba de hipótesis específica 1**

#### *Formulación de hipótesis*

**H<sub>0</sub>** No existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión memoria colectiva, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**H<sub>1</sub>** Existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión memoria colectiva, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### *Nivel de significancia*

$$\alpha = 0,05$$

### **Tabla 16**

#### *Prueba Chi-cuadrada*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	72,865	4	,000

Razón de verosimilitud	68,929	4	,000
N de casos válidos	63		

P = 0,000 Significación asintótica (bilateral)

### Decisión y conclusión

Como el valor de probabilidad  $P = 0,000$  es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto nos permite concluir para un 95% de confianza que, existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión memoria colectiva, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

### Tabla

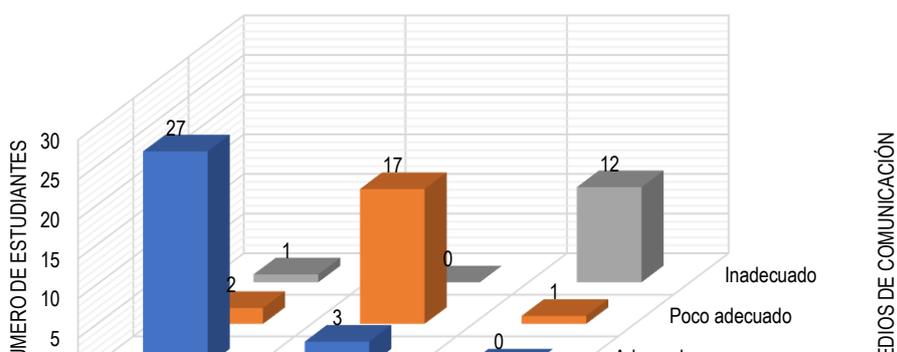
*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión tradiciones y folclore*

		Tradiciones y folclore			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Medios de comunicación	Adecuado	27	3	0	30
	Poco adecuado	2	17	1	20
	Inadecuado	1	0	12	13
Total		30	20	13	63

*Fuente: Base de datos del Anexo No. 1*

### Figura

*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión tradiciones y folclore*



## Tabla

*Medidas simétricas. Uso de los medios de comunicación y tradiciones y folclore*

<b>Medidas simétricas</b>		
		Valor
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,840
N de casos válidos		63

Los resultados que se muestran refieren que hay una relación alta (0,840) entre la variable uso de los medios de comunicación y la dimensión tradiciones y folclore de identidad cultural, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

En la tabla y en el gráfico se pueden notar la concentración de la gran mayoría de frecuencias (56) en la diagonal principal, lo cual evidencia una fuerte relación entre la variable y la dimensión en estudio.

## **Prueba de hipótesis específico 2**

### ***Formulación de hipótesis***

**H<sub>0</sub>** No existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión tradiciones y

folclore, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**H<sub>1</sub>** Existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión tradiciones y folclore, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

*Nivel de significancia*

$\alpha = 0,05$

**Tabla**

*Prueba Chi-cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,997	4	,000
Razón de verosimilitud	84,162	4	,000
N de casos válidos	63		

P = 0,000 Significación asintótica (bilateral)

**Decisión y conclusión**

Como el valor de probabilidad P = 0,000 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto nos permite concluir para un 95% de confianza que, existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión tradiciones y folclore, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**Tabla**

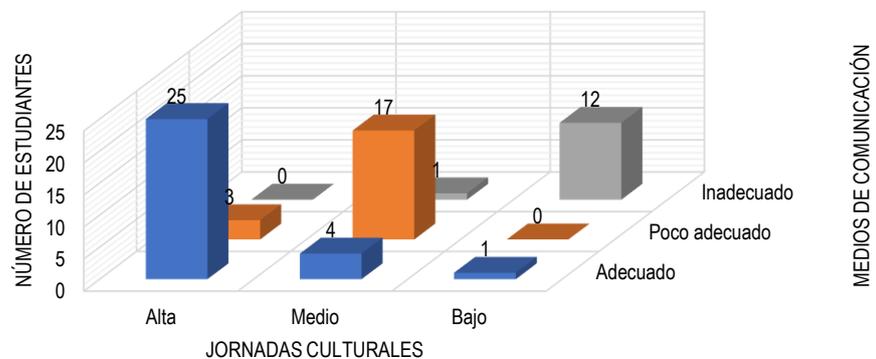
*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión jornadas culturales*

		Jornadas culturales			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Medios de comunicación	Adecuado	25	4	1	30
	Poco adecuado	3	17	0	20
	Inadecuado	0	1	12	13
Total		28	22	13	63

*Nota:* Base de datos del Anexo No. 1

**Figura**

*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión jornadas culturales*



**Tabla**

*Medidas simétricas. Uso de los medios de comunicación y tradiciones y folclore*

Medidas simétricas		
		Valor
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,801

Los resultados que se muestran sugieren que hay una relación alta (0,801) entre la variable uso de los medios de comunicación y la dimensión jornadas culturales de identidad cultural, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

En la tabla y en el gráfico se pueden notar la concentración de la gran mayoría de frecuencias (54) en la diagonal principal, lo cual evidencia una fuerte relación entre la variable y la dimensión en estudio.

### **Prueba de hipótesis específico 3**

#### ***Formulación de hipótesis***

**H<sub>0</sub>** No existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión jornadas culturales, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**H<sub>1</sub>** Existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión jornadas culturales, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### ***Nivel de significancia***

$\alpha = 0,05$

### **Tabla**

#### ***Prueba Chi-cuadrada***

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	81,857	4	,000

Razón de verosimilitud	76,740	4	,000
N de casos válidos	63		

P = 0,000 Significación asintótica (bilateral)

### Decisión y conclusión

Como el valor de probabilidad  $P = 0,000$  es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto nos permite concluir para un 95% de confianza que, existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión jornadas culturales, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

### Tabla

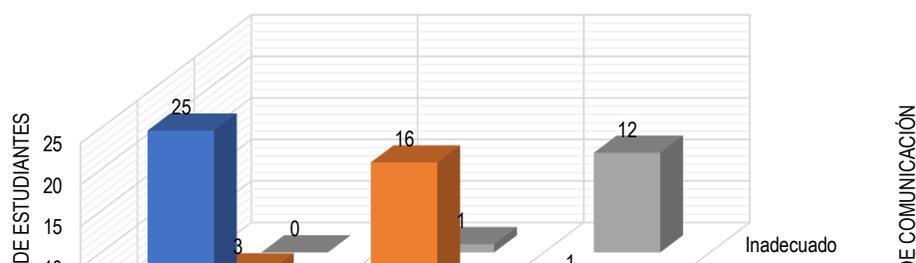
*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión aporte social*

		Aporte social			Total
		Alto	Medio	Bajo	
Medios de comunicación	Adecuado	25	2	3	30
	Poco adecuado	3	16	1	20
	Inadecuado	0	1	12	13
Total		28	19	16	63

*Nota:* Base de datos del Anexo No. 1

### Figura

*Relación entre niveles de uso de los medios de comunicación e identidad cultural en la dimensión aporte social*



## Tabla

*Medidas simétricas. Uso de los medios de comunicación y aporte social*

Medidas simétricas		Valor
Ordinal por ordinal	Tau-b de Kendall	,742
N de casos válidos		63

Los resultados que se muestran sugieren que hay una relación alta (0,742) entre la variable uso de los medios de comunicación y la dimensión aporte social de identidad cultural, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

En la tabla y en el gráfico se pueden notar la concentración de la gran mayoría de frecuencias (53) en la diagonal principal, lo cual evidencia una fuerte relación entre la variable y la dimensión en estudio.

## Prueba de hipótesis específico 4

### *Formulación de hipótesis*

**H<sub>0</sub>** No existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión aporte social, en los

estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

**H<sub>1</sub>** Existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión aporte social, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

***Nivel de significancia***

$\alpha = 0,05$

**Tabla**

*Prueba Chi-cuadrada*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73,020	4	,000
Razón de verosimilitud	69,491	4	,000
N de casos válidos	63		

P = 0,000 Significación asintótica (bilateral)

**Decisión y conclusión**

Como el valor de probabilidad P = 0,000 es menor que el nivel de significancia  $\alpha = 0,05$ ; se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Esto nos permite concluir para un 95% de confianza que, existe relación significativa entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión aporte social, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

#### **4.4. Discusión de resultados.**

En un inicio se planteó como objetivo general determinar la relación entre los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba. En la contratación de la hipótesis general, se obtuvo que existe una relación significativa alta (0,831) entre las variables uso de los medios de comunicación y la identidad cultural y un valor  $p = ,000$ , con lo que se comprobó una fuerte relación entre las variables de estudio. Esto quiere decir que se obtuvo un resultado importante, el mismo se repitió con hipótesis válidas. Por lo tanto, los resultados pueden confirmar la validez de la investigación. Estos resultados tienen similitud con los planteamientos de Tite (2020) sobre el aprendizaje electrónico móvil y la pedagogía docente en las escuelas de educación primaria intenta investigar el vínculo entre el aprendizaje electrónico móvil y la pedagogía. Docente en la escuela primaria privada "Manuela Santa Cruz y Espejo". El estudio propone una amplia hipótesis de investigación sobre el importante vínculo entre el e-learning móvil y la pedagogía. La muestra de la investigación estuvo conformada por 25 docentes, quienes también fueron seleccionados de la comunidad mediante el método de muestreo no probabilístico por conveniencia. Se trata de un estudio cuantitativo, básico, correlacionado y transversal. Este estudio no es experimental y de naturaleza correlacionada. El método de encuesta seleccionado y la herramienta utilizada es una encuesta tipo cuestionario (25 preguntas para la primera variable y 15 preguntas para la segunda variable) respondidas en orden con un 95% de confianza, (primera herramienta 0,915 y segunda, 0,781). Para ellos, es importante utilizar SPSS versión 24 como aplicación estadística. El estudio muestra que el e-learning en dispositivos móviles está muy relacionado con la

pedagogía de los docentes, con un valor Sig (bilateral) de 0,014 ( $p < 0,05$ ) y un coeficiente de correlación de Spearman Rho de 0,483\*, lo que Indica una correlación moderadamente positiva.

## CONCLUSIONES

1. Con un 95% de confianza, se concluyó que, existe relación significativa ( $p=0,000<\alpha$ ) entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
2. Con un 95% de confianza, se demostró que, existe relación significativa ( $p=0,000<\alpha$ ) entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión memoria colectiva, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
3. Con un 95% de confianza, se concluyó que, existe relación significativa ( $p=0,000<\alpha$ ) entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión tradiciones y folclore, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
4. Con un 95% de confianza, se demostró que, existe relación significativa ( $p=0,000<\alpha$ ) entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión jornadas culturales, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.
5. Con un 95% de confianza, se verificó que, existe relación significativa ( $p=0,000<\alpha$ ) entre el uso de los medios de comunicación y la identidad cultural de la dimensión aporte social, en los estudiantes del cuarto grado de Secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

## **RECOMENDACIONES**

1. Los profesores deben tomar conciencia de que el objetivo principal de los medios de comunicación es desarrollar la identidad cultural en los estudiantes; por ello, se recomienda hacer un uso adecuado de las experiencias de aprendizaje en cada sesión de clases.
2. Los docentes deben recibir capacitación para adquirir nuevos y mejores conocimientos sobre el uso apropiado de los medios de comunicación, para luego poder realizar sesiones de aprendizaje con los estudiantes.
3. Se les recomienda a los profesores de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba a emplear los medios de comunicación como recurso pedagógico en su sesión de aprendizaje para obtener mejores resultados en el desarrollo de la identidad cultural de los estudiantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, O. & Quintero, X. (2000). *Memoria colectiva y organizaciones: el caso de una cooperativa de transporte en Santa Fe de Bogotá*. Tesis no publicada. Pontificia Universidad Javeriana
- Altamirano, P. (2020, junio 18). Aprender en tiempos de pandemia. Pág. 12. <https://www.pagina12.com.ar/272839-aprender-en-tiempos-de-pandemia>
- Bavaresco, A. (2013). *Proceso metodológico en la investigación. Como hacer un diseño de investigación*. Venezuela: Imprenta Internacional. Sexta Edición.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de investigación científica. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3a ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la Investigación Científica. Pautas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Perú: San Marcos.
- Grimaldo, M. (2004). *Manual de Identidad Cultural*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6-ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández, P. (s.f.) *La política cultural en la región de Murcia: Retrasos comparativos y nueva dimensión estratégica*. Recuperado el 28 de marzo del 2006 de [www.um.es/campusdigital/Libros/textoCompleto/poliCultural/10pat](http://www.um.es/campusdigital/Libros/textoCompleto/poliCultural/10pat)
- Linton, R. (1992). *Estudio del Hombre*. México, D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, Miguel (1996). *La Investigación cualitativa Etnográfica en Educación. Manual Teórico práctico*. Ciudad de México, México. Editorial Trillas

- Nanzer, A. (1988). *Acción Cultural como Estrategia de Desarrollo*. Buenos Aires, Argentina: Plus Ultra.
- Peñaloza, A. y Osorio, M. (2005). *Elaboración de instrumentos de investigación*. Caracas: Departamento de investigación del CUAM.
- Pimienta, J. (2014). *Elaboración y validación de un instrumento para la medición del desempeño docente basado en competencias*. Universidad Anáhuac, México. REDU Revista de Evaluación Docente Universitaria, Vol. 12 (2), agosto 2014, pp. 231-250. ISSN: 1887-4592.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima, Perú: Visión Universitaria.
- Schwartz, B. (1992). *La reconstrucción de Abraham Lincoln*. En D. Middleton & D. Edwards (Eds.), *Memoria compartida*. Barcelona: Paidós.
- Aristóteles (2005). *Retórica*. Alianza Editorial. Madrid
- Bateson, G.; Ruesch, J. (1965). *Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría*, Paidós, Barcelona
- Beltrán, L.R., (1981). *Adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal": \*Comunicación y Sociedad*, 6, septiembre, Ed. Cortéz, Sao Paulo, pp. 5-35.
- Berlo, D. K. (1987). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo. 15ª edición.
- Birdwhistell, R. (1959). *Schizophrenia: An integrated approach*. (Cit. En Winkin, 1994).
- DeFleur, M.L., et al. (1993): *Fundamentals of Human Communication*. Mountain View (CA), Mayfield P.C

- Lasswell L. H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society, In: The Communication of Ideas, ed. Bryson, L., New York: Harper and Row, pp. 37-51.
- Hernández Mendo, A., y Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. En A. Hernández Mendo (Coord.) Psicología del deporte. Fundamentos Vol. I Fundamentos. (pp. 199-265). Wanceulen Editorial Deportiva, S.L.
- Hervás, G. (1998). Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal. Madrid: Playor.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1979). La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas. Barcelona: Hispano-Europea.
- Marc, E. y Picard, D. (1992). Interacción social. Cultura, instituciones y comunicación. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D., Whindahl, S. (1997). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA). 3ª edición (1ª edición 1984).
- Miller, G. A. (1980). Psicología de la comunicación. Barcelona: Paidós.
- Osgood, C.E., (1961). Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication Urbana, Illinois: Institute for Communication Research, p. 48.
- Pastor, Y. (2006). Psicología social de la comunicación. Aspectos básicos y aplicados. Madrid Pirámide.
- Parlebas, P. (1977). Les universaux du jeu sportif collectif. Fonction semiotrice et jeu sportif. EPS, 144.
- Pross, H. (1987). La comunicación no verbal. En H. Beth y H. Pross. Introducción a la ciencia de la comunicación. Barcelona: Anthropos. Comunicación.

- Riba i Campos, C. (1997) El pensamiento animal a la luz de la comunicación. En F. Peláez del Hierro y J. Veà Baró. Etología. Bases biológicas de la conducta humana. Madrid. Pirámide.
- Ruesch, J. (1980). Communication and psychiatry. En H. L. Kaplan, A. M. Freedman, y B.J. Sadock (Eds). Comprehensive textbook of psychiatry. Baltimore: Williams y Wilkins.
- Ruesch, J. (1984) Comunicación y relaciones humanas. Un enfoque interdisciplinario. En G. Bateson, G. y J. Ruesch. Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría. Barcelona. Paidós..
- ASALE, RAE-. «medio, media | Diccionario de la lengua española». «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Consultado el 15 de noviembre de 2022.
- Cuarto poder» |url= incorrecta con autorreferencia (ayuda). Wikipedia, la enciclopedia libre. 10 de noviembre de 2022. Consultado el 15 de noviembre de 2022.
- Breve historia de los medios de comunicación - hiru». www.hiru.eus. Consultado el 22 de noviembre de 2022.
- Pérez Tornero, José Manuel; Cabero Almenara, Julio; Vilches, Lorenzo (2016). Alfabetización Mediática y Culturas Digitales Congreso Internacional Europa/América Latina ATEI, Sevilla 13 y 14 de mayo de 2010 ; José Manuel Pérez Tornero, Julio Cabero Almenara, Lorenzo Vilches (coords).. ISBN 978-84-693-2361-8. OCLC 1322861117. Consultado el 22 de noviembre de 2022.
- Huamaní, Y. (2019). La importancia de la identidad cultural del docente del nivel inicial de educación intercultural bilingüe. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9186/1/2019\\_Huaman%C3%AD-Cule.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9186/1/2019_Huaman%C3%AD-Cule.pdf)

- Ruesch, J. y Bateson, G. (1984). En G. Bateson y J. Ruesch (autores). Individuo, grupo y cultura: Una reseña de la Teoría de la Comunicación Humana. Comunicación. La matriz social de la Psiquiatría. Barcelona: Paidós.
- Serrano, S. (1992). La Semiótica. Una introducción a la teoría de los signos. Barcelona: Montesinos. Cuarta reimpresión (primera edición, 1981).
- Shannon, C. y Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press.
- UNESCO (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. Recuperado el 31 de marzo del 2006 de: <http://www.uasb.edu.ec/padh/revista11/instrumentos/declaracion%20unesco.htm>
- UNESCO (2005). Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Recuperado el 14 de marzo del 2006 de: [www.elcato.org/publicaciones/articulos/art-2006-03-14.html](http://www.elcato.org/publicaciones/articulos/art-2006-03-14.html)
- Watzlawick, P., Beavin, J. H. y Jackson, D. (1967). Pragmatics of human communication. New York: Norton And Company. [Trad. Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Herder, 1981]
- Watzlawick, P., y Weakland, J. H. (Ed.) (1977). The Interactional View. Studies at the Mental Research Institute, Palo Alto, 1965-1974. Nueva York: Norton.
- Watzlawick, P., Weakland, J. H. y Fisch, R. (1982). Cambio. Barcelona: Herder.
- Watzlawick, P., Helmick, J. y Jackson, D. (1983). Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Herder.
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B. y Jackson, D. D. (1997). Teoría de la comunicación humana Interacciones, patologías y paradojas. Barcelona: Herder. 11ª edición (1ª edición 1981).

- Wolf, M. (1997). Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación.  
En Revista Zer
- Ayala, E. (2015) Identidad y claroscuros de España. Recuperado el 13 de mayo de 2019  
de diario El País: [elpais.com](http://elpais.com)
- Garrido, O. (s.f.) Influencia de la escuela en la pérdida de la identidad cultural: el caso  
de la educación indígena en la región de la araucania. Recuperado el 12 de mayo  
de 2019 de Centro de recursos: [centroderecursos.cultura.pe](http://centroderecursos.cultura.pe)
- Gutierrez, M. (2019) Cosmovisión e identidad cultural en Perú. Recuperado el 12 de  
mayo de 2019 de Gestiopolis: [gestiopolis.com](http://gestiopolis.com)
- Manzano, I. (2018) ¿Por qué es importante trabajar la identidad cultural de cada  
pueblo? Recuperado el 12 de mayo de 2019 de Alma natura: [almanatura.com](http://almanatura.com)
- Muñoz, D. (1991) Contra la pérdida de identidad cultural. Recuperado el 12 de mayo de  
2019 de diario El País: [elpais.com](http://elpais.com)
- Rivero, A. (s.f.) La identidad cultural en el proceso formativo del instructor de arte.  
Recuperado el 12 de mayo de 2019 de Dialnet: [dialnet.net](http://dialnet.net)
- A. (s.f.) Causas y consecuencias de la pérdida de identidad cultural. Recuperado el 12 de  
mayo de 2019 de El mundo infinito: [elmundoinfinito.com](http://elmundoinfinito.com)
- A. (s.f.) Estudiar en España: cultura y tradiciones. Recuperado el 13 de abril de 2019 de  
Universia: [universia.es](http://universia.es)
- Zambrano, M. (2017) Pérdida de la identidad cultural en Colombia. Recuperado el 12 de  
mayo de 2019 de A Medium Corporation: [medium.com](http://medium.com)
- .



## ANEXOS

### Cuestionario de identidad cultural

Estimado estudiante: \_\_\_\_\_

El presente cuestionario es anónimo y forma parte de una de investigación. Tiene por finalidad el acepto de información acerca de cómo percibes la identidad cultural en tu localidad. Por favor responde con total sinceridad.

**Instrucciones:** En el siguiente cuestionario se presenta un conjunto de características acerca de la identidad cultural, cada una de ellas va seguida de cinco alternativas de respuesta que debes calificar. Responde marcando un aspa (X) en la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

*S= Siempre / F= Frecuentemente / O = Ocasionalmente / R = Raramente / N= Nunca*

Preguntas		Valoración				
Nº	Ítems	S	F	O	R	N
	<b>Memoria colectiva</b>					
1	Soy feliz de tener tu origen en Tarma					
2	Tengo conocimiento de la diversificación geográfica que caracteriza a Tarma					
3	Se sobre aspectos geográficos fundamentales de tu zona.					
4	Creo que la estructuración de nuestra zona tiene un distintivo hermoso a diferencia de las demás regiones.					
5	Soy feliz de la geografía de mi zona (regional y local).					
	<b>Tradiciones y folclore</b>					
6	Me gusta invertir mi tiempo en la investigación de nuestro legado geográfico.					
7	Reconozco los personajes locales.					
8	Conozco sucesos históricos locales.					
9	Conozco y aprecias el origen de tus parientes.					
10	Conozco las culturas que se originaron en la Región.					
	<b>Jornadas culturales</b>					
11	Conozco y aprecio nuestros antecedentes.					
12	Quiero ahondar en la investigación de nuestro campo histórico.					
13	Comprendo que nuestro pasado tuvo la posibilidad de ser mejor.					
14	Soy capaz de identificar algunos espacios, días, personajes y costumbres que sistematizan el patrimonio de la zona					
15	El campo histórico de la zona ha tenido personajes que dejaron legado					
	<b>Aporte social</b>					
16	Las costumbres son parte relevante de la identidad cultural ¿Conozco costumbres de tu zona?					
17	Conozco las distintas expresiones de arte de la civilización					
18	Reconozco los bailes y las melodías de la zona regional					
19	Me entusiasma practicar bailes originarios					
20	Se y canto el himno de mi localidad					



## Cuestionario de Medios de Comunicación

**Indicaciones:** En el presente cuestionario encontrarás una serie de preguntas referidas al uso de la televisión. La respuesta es anónima; por lo que, agradecemos que contestes todos los ítems con la mayor sinceridad posible para no distorsionar la investigación.

**I.- Información de identificación:** Marca con un aspa “X” dentro del paréntesis la opción que le corresponde.

1. Género: ( ) Masculino ( ) femenino

2. Edad: \_\_\_\_\_

3. Sección: \_\_\_\_\_

TD= Totalmente en desacuerdo D= Desacuerdo A= Acuerdo TA =totalmente de acuerdo.

Tipos de Programas					
N°		T D	D	A	T A
1	Veo programas educativos en la TV de realidad nacional.				
2	Comento con mi familia los programas de TV que veo.				
3	Comparto con mi familia algunas dudas de los programas de TV que veo.				
4	Mis padres me orientan sobre los programas que debo ver.				
5	Comento con mis amigos sobre los programas de TV que veo.				
6	Escucho programas educativos en la radio.				
7	Valoro información que trasmite la radio que incentiva a la población sobre el cuidado de los lugares turísticos.				
8	Considero que los medios de comunicación promueven un cambio de conducta para conservar las tradiciones culturales.				
9	Escucho en la radio música andina y las comento con las personas más cercanas a mí.				
10	Comento con mis amigos sobre la importancia de los programas educativos en you tube				
11	Veo noticias de realidad nacional en you tube				
12	Realizas búsqueda de contenidos escolares en internet.				

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION!



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

**PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Validador: *Guillermo Gamarrá Astuhuamón*

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los instrumentos que adjunto denominados: **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, diseñado por Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural, los cuales serán aplicados a **estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

Dichos instrumentos tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulada: **Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020**.

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, como requisito para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Gerencia e Innovación Educativa.

Para efectuar la validación de los instrumentos, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responde al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ

INVESTIGADOR



## CUESTIONARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA IDENTIDAD CULTURAL

**Instrucciones de Evaluación de ítems:** Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

**Categorías a evaluar:** Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Nº	Preguntas Ítems	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	Eres feliz de tener tu origen en Tarma			X			
2	Tienes conocimiento de la diversificación geográfica que caracteriza a Tarma		X				
3	Sabes sobre aspectos geográficos fundamentales de tu zona.			X			
4	Creer que la estructuración de nuestra zona tiene un distintivo hermoso a diferencia de las demás regiones.			X			
5	Te sientes feliz de la geografía de mi zona (regional y local).			X			
6	Te gusta invertir mi tiempo en la investigación de nuestro legado geográfico.		X				
7	Reconoces los personajes locales.			X			
8	Conoces sucesos históricos locales.			X			
9	Conoces y aprecias el origen de tus parientes.		X				
10	Conoces las culturas que se originaron en la Región.			X			
11	Conoces y aprecias nuestros antecedentes.			X			
12	Quieres ahondar en la investigación de nuestro campo histórico.			X			
13	Comprendes que nuestro pasado tuvo la posibilidad de ser mejor.			X			
14	Eres capaz de identificar algunos espacios, días, personajes y costumbres que sistematizan el patrimonio de la zona		X				
15	El campo histórico de la zona ha tenido personajes que dejaron legado			X			
16	Las costumbres son parte relevante de la "identidad cultural" ¿Conoces costumbres de tu zona?			X			
17	Conoces las distintas expresiones de arte de la civilización			X			
18	Reconoces los bailes y las melodías de la zona regional		X				
19	Te entusiasma practicar bailes originarios			X			
20	Sabes y cantas el Himno Nacional			X			
<b>Total:</b>			4	15			

Cerro de Pasco, noviembre de 2020

Evaluado por: ..... *Guillermo Gamara Astohuaman* .....

DNI: ..... *20883322* .....

Firma: 



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Guillermo Gamarrá Astuhuanman, con Documento Nacional de Identidad N° 20883322 de profesión licenciado en Matemática Física, grado académico de Doctor en Ciencias de la Educación, labor que ejerzo actualmente como Docente en la Universidad Nacional Daniel Alcides Curió.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la **identidad cultural en estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA	BA	A	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems			✓		
Amplitud del contenido a evaluar		×			
Congruencia con los indicadores			×		
Coherencia con las dimensiones			×		

#### **Apreciación total:**

Muy adecuado ( ) Bastante adecuado ( ) Adecuado (✓) Poco adecuado ( ) No adecuado ( )

Cerro de Pasco, noviembre del 2020

Apellidos y nombres: Guillermo Gamarrá Astuhuanman

DNI: 20883322

Firma:



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

**PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Validador: Ventura Jarampa Miguel Angel

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los instrumentos que adjunto denominados: **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, diseñado por Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural, los cuales serán aplicados a **estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

Dichos instrumentos tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulada: **Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020**.

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, como requisito para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Gerencia e Innovación Educativa.

Para efectuar la validación de los instrumentos, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responde al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ

INVESTIGADOR



## CUESTIONARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA IDENTIDAD CULTURAL

**Instrucciones de Evaluación de ítems:** Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

**Categorías a evaluar:** Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	Eres feliz de tener tu origen en Tarma		X				
2	Tienes conocimiento de la diversificación geográfica que caracteriza a Tarma		X				
3	Sabes sobre aspectos geográficos fundamentales de tu zona.			X			
4	Creas que la estructuración de nuestra zona tiene un distintivo hermoso a diferencia de las demás regiones.		X				
5	Te sientes feliz de la geografía de mi zona (regional y local).		X				
6	Te gusta invertir mi tiempo en la investigación de nuestro legado geográfico.			X			
7	Reconoces los personajes locales.			X			
8	Conoces sucesos históricos locales.			X			
9	Conoces y aprecias el origen de tus parientes.			X			
10	Conoces las culturas que se originaron en la Región.		X				
11	Conoces y aprecias nuestros antecedentes.		X				
12	Quieres ahondar en la investigación de nuestro campo histórico.			X			
13	Comprendes que nuestro pasado tuvo la posibilidad de ser mejor.		X				
14	Eres capaz de identificar algunos espacios, días, personajes y costumbres que sistematizan el patrimonio de la zona			X			
15	El campo histórico de la zona ha tenido personajes que dejaron legado			X			
16	Las costumbres son parte relevante de la "identidad cultural" ¿Conoces costumbres de tu zona?			X			
17	Conoces las distintas expresiones de arte de la civilización		X				
18	Reconoces los bailes y las melodías de la zona regional		X				
19	Te entusiasma practicar bailes originarios			X			
20	Sabes y cantas el Himno Nacional			X			
<b>Total:</b>			9	11			

Evaluado por: Ventura Jimampa Miguel A.

DNI: 42538752

Firma: 

Cerro de Pasco, noviembre de 2020



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Ventura Janampa Miguel A., con Documento Nacional de Identidad N° 42538752, de profesión Licenciado en Educación, grado académico de Maestro en Didáctica y Tecnologías de la E., labor que ejerzo actualmente como Docente en la Universidad Nacional Daniel Alcides Cuyuto

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la **identidad cultural en estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA	BA	A	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems		X			
Amplitud del contenido a evaluar			X		
Congruencia con los indicadores		X			
Coherencia con las dimensiones			X		

**Apreciación total:**

Muy adecuado ( ) Bastante adecuado ( ) Adecuado (X) Poco adecuado ( ) No adecuado ( )

Cerro de Pasco, noviembre del 2020

Apellidos y nombres: Ventura Janampa Miguel A.

DNI: 42538752

Firma:



UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

**PRESENTACIÓN A JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Validador: *Raul Castro Cheque*.....

Me es grato dirigirme a usted, a fin de solicitar su colaboración como experto para validar los instrumentos que adjunto denominados: **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, diseñado por Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural, los cuales serán aplicados a **estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020**, por cuanto considero que sus observaciones, apreciaciones y acertados aportes serán de utilidad.

Dichos instrumentos tienen como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulada: **Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020**.

Tesis que será presentada a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrion, como requisito para obtener el Grado Académico de Maestro en Ciencias de la Educación con mención en Gerencia e Innovación Educativa.

Para efectuar la validación de los instrumentos, usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional del actor que responde al instrumento. Se le agradece cualquier sugerencia referente a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Gracias por su aporte

Herlinda Beatriz PORRAS CHAVEZ

INVESTIGADOR



## CUESTIONARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA IDENTIDAD CULTURAL

**Instrucciones de Evaluación de ítems:** Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

*MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado*

**Categorías a evaluar:** Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Ítems	MA	BA	A	PA	NA	
1	Eres feliz de tener tu origen en Tarma			X			
2	Tienes conocimiento de la diversificación geográfica que caracteriza a Tarma		X				
3	Sabes sobre aspectos geográficos fundamentales de tu zona.			X			
4	Creer que la estructuración de nuestra zona tiene un distintivo hermoso a diferencia de las demás regiones.		X				
5	Te sientes feliz de la geografía de mi zona (regional y local).			X			
6	Te gusta invertir mi tiempo en la investigación de nuestro legado geográfico.			X			
7	Reconoces los personajes locales.	X					
8	Conoces sucesos históricos locales.			X			
9	Conoces y aprecias el origen de tus parientes.		X				
10	Conoces las culturas que se originaron en la Región.			X			
11	Conoces y aprecias nuestros antecedentes.			X			
12	Quieres ahondar en la investigación de nuestro campo histórico.		X				
13	Comprendes que nuestro pasado tuvo la posibilidad de ser mejor.			X			
14	Eres capaz de identificar algunos espacios, días, personajes y costumbres que sistematizan el patrimonio de la zona			X			
15	El campo histórico de la zona ha tenido personajes que dejaron legado			X			
16	Las costumbres son parte relevante de la "identidad cultural" ¿Conoces costumbres de tu zona?	X					
17	Conoces las distintas expresiones de arte de la civilización			X			
18	Reconoces los bailes y las melodías de la zona regional		X				
19	Te entusiasma practicar bailes originarios			X			
20	Sabes y cantas el Himno Nacional			X			
<b>Total:</b>		2	5	13			

Cerro de Pasco, noviembre de 2020

Evaluado por: Paul Castro Choque

DNI: 40307871

Firma: 



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, ..... *Raúl Castro Choque* ....., con Documento Nacional de Identidad N° *46307271*, de profesión *Licenciado en Computación Supermédico* grado académico de *Maestro en Didáctica y Tecnología de la Inf.* labor que ejerzo actualmente como Docente en la *CEIPRD "Julio C. Tello"* .....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento denominado **Cuestionario de los medios de comunicación y el desarrollo de la identidad cultural**, cuyo propósito es determinar la influencia de los medios de comunicación en el desarrollo de la **identidad cultural en estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín en el 2020.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

*MA = Muy adecuado / BA = Bastante adecuado / A = Adecuado / PA = Poco adecuado / NA = No adecuado*

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA	BA	A	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems			X		
Amplitud del contenido a evaluar			X		
Congruencia con los indicadores		X			
Coherencia con las dimensiones			X		

**Apreciación total:**

Muy adecuado ( ) Bastante adecuado ( ) Adecuado (X) Poco adecuado ( ) No adecuado ( )

Cerro de Pasco, noviembre del 2020

Apellidos y nombres: ..... *Raúl Castro Choque* .....

DNI: *46307271* .....

Firma:

## BASE DE DATOS

Estudiantes	V1: MEDIOS DE C.		V2: IDENTIDAD CULTURAL									
			V: Identidad Cult		D1: Memoria C.		D2: Tradiciones y F.		D3: Jornadas C.		D4: Aporte S.	
	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel	Puntaje	Nivel
1	17	B	63	A	11	B	14	A	18	A	20	A
2	24	A	66	A	18	A	15	A	15	A	18	A
3	11	C	27	B	4	C	14	A	3	C	6	C
4	20	B	46	B	12	B	10	B	12	B	12	B
5	27	A	60	A	17	A	20	A	5	C	18	A
6	25	A	60	A	8	B	16	A	18	A	18	A
7	10	C	21	C	6	C	5	C	4	C	6	C
8	33	A	55	A	19	A	11	B	19	A	6	C
9	29	A	54	A	8	B	18	A	11	B	17	A
10	36	A	78	A	20	A	19	A	19	A	20	A
11	26	A	67	A	16	A	17	A	16	A	18	A
12	22	B	49	B	12	B	13	B	11	B	13	B
13	30	A	33	B	11	B	10	B	8	B	4	C
14	23	B	51	B	13	B	13	B	13	B	12	B
15	28	A	49	B	10	B	17	A	16	A	6	C
16	32	A	73	A	20	A	17	A	18	A	18	A
17	10	C	27	B	12	B	5	C	4	C	6	C
18	31	A	65	A	17	A	14	A	16	A	18	A
19	34	A	46	B	20	A	9	B	7	B	10	B
20	18	B	44	B	12	B	11	B	9	B	12	B
21	29	A	73	A	20	A	19	A	16	A	18	A
22	35	A	71	A	19	A	18	A	16	A	18	A
23	24	A	71	A	20	A	17	A	16	A	18	A
24	18	B	48	B	12	B	11	B	13	B	12	B
25	36	A	72	A	18	A	19	A	17	A	18	A
26	25	A	67	A	18	A	16	A	17	A	16	A
27	21	B	48	B	12	B	11	B	13	B	12	B
28	16	B	42	B	10	B	9	B	11	B	12	B
29	26	A	58	A	7	B	15	A	16	A	20	A
30	28	A	69	A	18	A	15	A	18	A	18	A
31	33	A	68	A	17	A	16	A	17	A	18	A
32	12	B	36	B	12	B	11	B	8	B	5	C
33	29	A	65	A	18	A	15	A	16	A	16	A
34	24	A	59	A	18	A	15	A	10	B	16	A
35	8	C	19	C	6	C	5	C	4	C	4	C
36	15	B	48	B	13	B	12	B	11	B	12	B
37	18	B	51	B	18	A	11	B	10	B	12	B
38	24	A	61	A	16	A	15	A	14	A	16	A
39	27	A	63	A	19	A	16	A	18	A	10	B
40	10	C	21	C	6	C	5	C	4	C	6	C
41	7	C	18	C	5	C	4	C	4	C	5	C
42	13	B	58	A	14	A	12	15	17	A	15	A
43	19	B	45	B	13	B	10	B	12	B	10	B
44	26	A	58	A	9	B	15	A	16	A	18	A
45	4	C	31	B	4	C	5	C	10	B	12	B
46	9	C	16	C	5	C	4	C	3	C	4	C
47	36	A	67	A	16	A	17	A	16	A	18	A
48	4	C	13	C	4	C	3	C	2	C	4	C
49	5	C	27	B	12	B	5	C	4	C	6	C
50	29	A	69	A	18	A	17	A	16	A	18	A
51	32	A	71	A	18	A	15	A	18	A	20	A
52	15	B	48	B	13	B	12	B	11	B	12	B
53	33	A	71	A	19	A	18	A	16	A	18	A
54	6	C	16	C	4	C	3	C	4	C	5	C
55	21	B	47	B	13	B	12	B	10	B	12	B
56	23	B	47	B	12	B	11	B	12	B	12	B
57	18	B	37	B	12	B	6	C	7	B	12	B
58	28	A	74	A	20	A	17	A	19	A	18	A

59	8	C	19	C	6	C	5	C	4	C	4	C
60	20	B	46	B	12	B	12	B	10	B	12	B
61	22	B	49	B	16	A	11	B	10	B	12	B
62	10	C	17	C	6	C	3	C	4	C	4	C
63	12	B	60	A	17	A	14	A	14	A	15	A

Medios de comunicación	A: Adecuado
	B: Poco adecuado
	C: Inadecuado

Identidad cultural	A: Alto
	B: Medio
	C: Bajo

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título:** Los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>		
¿Cuál es la relación entre medios de comunicación e identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?	Determinar la relación entre medios de comunicación e identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.	Existe relación entre medios de comunicación y la identidad cultural en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.		
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cuál es la relación entre medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?</li> <li>- ¿Cuál es la relación entre medios de comunicación en las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?</li> <li>- ¿Cuál es la relación entre comunicación en las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?</li> <li>- ¿Cuál es la relación entre medios de comunicación en el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinar la relación entre medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Determinar la relación entre medios de comunicación en las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Determinar la relación entre medios de comunicación en las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Determinar la relación entre medios de comunicación y el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existe relación entre medios de comunicación y la memoria colectiva en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Existe relación entre medios de comunicación y las tradiciones y folclore en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Existe relación entre medios de comunicación y las jornadas culturales en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> <li>- Existe relación entre medios de comunicación y el aporte social en los estudiantes del 4to grado de secundaria de la Institución Educativa San Miguel de Acobamba Tarma Junín 2020.</li> </ul>	<p><b>Variable independiente</b> Los medios de comunicación</p> <p><b>Variable dependiente</b> Identidad cultural</p>	<p><b>Tipo de investigación</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño de investigación</b> correlacional</p> <p><b>Método de investigación</b> Científico.</p>







## ACTA OFICIAL DE EVALUACIÓN DEL NIVEL SECUNDARIA EBR - 2020

Los resultados de aprendizajes de los estudiantes de cada grado y sección se reportan en el Acta Final que se encuentra en el Sistema de Información de Apoyo a la Gestión de la Institución Educativa - SIAGIE, disponible en <http://sistemas10.minedu.gob.pe/siagie3/>. Este formulario TIENE VALOR OFICIAL.

Datos de la Instancia de Gestión Educativa Descentralizada (UGEL) (1)		Datos de la Institución Educativa				Período Lectivo (8)		Inicio		06/04/2020		Fin		22/12/2020		Ubicación Geográfica								
		Número y/o Nombre	SAN MIGUEL			ÁREA												Comp. Trans. (9)		Dpto.	JUNIN			
Código	1 2 0 0 0 8	Código Modular	0 3 7 3 1 2 6			Inglés(G)		Matemática(H)				Ciencia y tecnología (I)		Educación Religiosa (J)		Educación para el Trabajo (K)		Prov.	TARMA					
Nombre de UGEL	UGEL Tarma	Resolución de creación N°	R.S. N° 763			Resuelve problemas de regularidad, equivalencia y cambio	Resuelve problemas de forma, movimiento y localización	Resuelve problemas de gestión de datos e incertidumbre	Indaga mediante métodos científicos para construir sus conocimientos	Explica el mundo físico basándose en conocimientos sobre los seres vivos, materia y energía, biodiversidad, Tierra y Espacio	Diseña y construye soluciones tecnológicas para resolver problemas	Construye su identidad como persona humana, amada por Dios, digna, libre y responsable	Asume la experiencia del encuentro personal y comunitario con Dios	Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	Especialidad(14)	Gestiona su Aprendizaje de manera autónoma	Se desenvuelve en los entornos virtuales generados por las TIC	N° Áreas y Talleres que no alcanzan el calificativo mínimo exigido (10)	Situación Final(11)	Motivo de Retiro(12)	Dpto.			
		Modalidad(3)	EBR	Grado(5)	4																Turno(7)	M	Dist.	ACOBAMBA
N° Orden	DNI / Código del Estudiante(2)	Apellidos y Nombres (Orden Alfabético)	Sexo H/M	Se comunica oralmente	Lee diversos tipos de textos	Escribe diversos tipos de textos	Resuelve problemas de cantidad	Resuelve problemas de regularidad, equivalencia y cambio	Resuelve problemas de forma, movimiento y localización	Resuelve problemas de gestión de datos e incertidumbre	Indaga mediante métodos científicos para construir sus conocimientos	Explica el mundo físico basándose en conocimientos sobre los seres vivos, materia y energía, biodiversidad, Tierra y Espacio	Diseña y construye soluciones tecnológicas para resolver problemas	Construye su identidad como persona humana, amada por Dios, digna, libre y responsable	Asume la experiencia del encuentro personal y comunitario con Dios	Gestiona proyectos de emprendimiento económico o social	Especialidad(14)	Gestiona su Aprendizaje de manera autónoma	Se desenvuelve en los entornos virtuales generados por las TIC	N° Áreas y Talleres que no alcanzan el calificativo mínimo exigido (10)	Situación Final(11)	Motivo de Retiro(12)	Centro Poblado	
																							Gestión(4)	P
1	D N I	7 5 9 5 5 6 6	ALIAGA VERASTEGUI, Aldair Cesar	H	13	16	17	17	17	17	16	15	12	12	13	13	14	01	15	15	0	PG		
2	D N I	7 5 9 6 4 1 8	CAJACURI GUERRERO, Omar Paul	H													11	11			0	PG		
3	D N I	7 5 4 6 0 2 3	CALLUPE PAUCAR, Abid Arturo	H																	0	PG		
4	D N I	7 6 2 0 6 9 9	CHUCO MELLADO, Jairo Javier	H				12	12	12	13	12	11	11	11	12	11	01	11	11	0	PG		
5	D N I	7 6 2 4 8 8 6	DE LA CRUZ ALDANA, Yanderi Nicol	M	11			12	12	12	13	12	12	12	14	14	12	01	12	12	0	PG		
6	D N I	7 4 7 4 3 1 0	DE LA CRUZ VALVERDE, Franchesco Marcelo	H	11		11	14	14	13	13	17	15	15	15	14	01	15	15	0	PG			
7	D N I	7 5 9 9 2 4 8	FERNANDEZ YAURI, Anthony Gabriel	H				11	12	13	12				12	12	11	01	12	12	0	PG		
8	D N I	7 4 3 2 3 5 4	HUALLPA HURTADO, Yadira Dayana	M				14	15	15	13	13	11	11	14	14	12	01	12	12	0	PG		
9	D N I	7 6 2 0 7 0 1	LOPEZ CHUCO, Michael Mario	H													01				1	PG		19-3º-MATE NP
10	D N I	7 5 2 7 5 4 7	MARTINEZ VENTURO, Adison Elmer	H	13	15	14	16	16	16	16	16	15	15	14	15	14	01	16	15	0	PRO		
11	D N I	7 6 0 0 6 4 8	MAYMA INGA, Jheferson Angel	H	16	15	14	18	18	18	18	19	16	16	15	16	14	01	17	17	0	PRO		
12	D N I	7 5 0 6 5 2 6	MIGUEL LUNA, Nira Ariel	M					11	12	13	11	11	11	11	11	01	11	11	0	PG			
13	D N I	7 5 1 5 5 7 8	OROÑA HINOSTROZA, Sharon Isabel	M	11			13	14	14	13	11	14	14	12	13	11	01	13	13	0	PG		
14	D N I	7 2 6 1 1 3 0	RAFAEL ARROYO, Zain Calef	H	15	12	12	16	16	16	15	15	16	16	14	15	14	01	16	16	0	PRO		
15	D N I	7 5 6 9 7 6 6	TIMOTEO COLLACHAGUA, Melsi Edith	M	17	16	18	18	18	18	18	20	19	19	17	17	18	01	18	19	0	PRO		
16	D N I	7 6 0 0 6 4 8	TORREJON DE LA CRUZ, Josep Gabriel	H	12			14	14	14	13	14	12	12	14	14	13	01	13	14	0	PG		
17	D N I	7 2 6 1 1 3 3	VARGAS DIONISIO, Johan Raul	H	14	13	13	16	16	16	15	18	17	17	15	15	15	01	15	16	0	PRO		
18	D N I	7 2 0 9 7 0 1	VARGAS MOLINA, Estefany Geraldine	M				12	12	13	17				12	13	01				1	PG		19-3º-MATE NP
19	D N I	7 5 9 9 2 2 0	ZURITA RAFAEL, Yadira Jeanett	M	12	14	14	15	14	15	15	14	15	15	15	15	13	01	15	15	0	PRO		
20	D N I	7 6 0 0 6 4 6	ZURITA SALCEDO, Jefferson Saul	H				15	14	15	15	13	11	11	13	13	13	01	13	14	0	PG		
21																								

(1) Datos de la Instancia de Gestión Educativa UGEL  
 (2) Código del Estudiante únicamente si el estudiante no tiene DNI.  
 (3) Modalidad : (EBR) Educación Básica Regular, (EAD) Educación a Distancia.  
 (4) Gestión : (P) Público, (PR) Privado.  
 (5) Grado : 1, 2, 3, 4, 5.  
 (6) Sección : A,B,C,D... "-" si es sección única.  
 (7) Turno : (M) Mañana, (T) Tarde.  
 (8) Período Lectivo : Según norma que autoriza.  
 (9) Comp. Transv. : No aplica para determinar la promoción del grado.

(10) N° Áreas/Talleres que no alcanzan : Se refiere a la cantidad de áreas y talleres que no alcanzan el calificativo mínimo exigido.  
 el calificativo mínimo exigido  
 (11) Situación Final : (PRO) Promovido de Grado, (RR) Requiere Recuperación Pedagógica, (PER) Permanece en el Grado, (T) Traslado, (R) Retirado, (PE) Postergación de Evaluación, (AE) Adelanto de Evaluación, (F) Fallecido, (PG) Promoción Guiada.  
 (12) Motivo del Retiro : (SE) Situación Económica, (AG) Apoyo a labores agrícolas, (TR) Trabajo Infantil, (VI) Violencia, (EN) Enfermedad, (AD) Adicción, (OT) Otros (Especificar en columna Observaciones).  
 (13) Observaciones : N° y fecha de Resol. directoral para recuperación, adelanto, portegación, ubicación, subsanación, convalidación de estudios independientes, convalidación de aprendizajes comunitarios.  
 (14) Especial. Ocupac. : Código de especialidad ocupacional (14) de acuerdo a la Tabla 1 elaborada por el director(a).

TABLA 1	
Código(14)	Especialidad Ocupacional - Módulo
01	COMPUT-COMPUTACION



