



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo
Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Br. Lucy Diana Rivas Vilchez (ORCID: 0000-0002-0671-5029)

ASESOR:

Mg. Moisés Gustavo García Jiménez (ORCID: 0000-0001-5985-9969)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres por el apoyo que siempre me brindan, porque son mi mayor motivación y soporte en todo momento. Gracias por la formación que me dieron desde pequeña y ahora me permite contribuir a la sociedad, aplicando mis habilidades personales y profesionales.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, por instruirme en el desarrollo de la investigación, por su exigencia y motivación durante cada asesoría.

A mis docentes, quienes me ayudan con cada corrección del trabajo.

A la Universidad Nacional Mayor de San Marcos por brindarme el espacio y las facilidades para que la investigación sea posible.

Página del jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Rivas Vilchez Lucy Diana, con DNI N° 74374956, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la comunicación, Escuela de ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presenta en la tesis son auténticas y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 2 de diciembre del 2019



Rivas Vilchez Lucy Diana

DNI: 74374956

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento... ..	iii
Página del jurado... ..	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	17
2.1. Tipo y diseño de investigación... ..	17
2.2. Operacionalización de variables.....	19
2.3. Población, muestra y muestreo.....	21
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	22
2.5. Procedimiento.....	24
2.6. Métodos de análisis de datos	24
2.7. Aspectos éticos	24
III. RESULTADOS	26
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES.....	40
VI. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS	47

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la Canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.

El diseño metodológico que se utilizó fue correlacional, porque tiene un enfoque cuantitativo, y el tipo de investigación es básica (no experimental). Asimismo, la investigación tiene como población a jóvenes entre 18 a 29 años de la carrera de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, la cual se delimitó mediante el muestreo probabilístico/aleatorio simple que arrojó una muestra de 151 estudiantes, a quienes se les aplicó el instrumento del cuestionario. La validación del instrumento se obtuvo mediante el juicio de experto, corroborando que la encuesta se haya realizado de acuerdo a las preguntas establecidas.

El análisis de los datos se realizó utilizando el programa estadístico SPSS, llegando a evidenciar mediante el Alfa de Cronbach la relación entre la Canción Latinoamérica de calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.

Palabras clave: Canción, Latinoamérica, Calle 13, identidad cultural.

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between the Latin American Song of Calle 13 and the cultural identity in students of the Social Work career at the Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.

The methodological design that was formulated was correlational, because it has a quantitative approach, and the type of research is basic (not experimental). Likewise, the research has as a population young people between 18 and 29 years of age from the Social Work career of the Universidad Nacional Mayor de San Marcos, which is delimited by means of simple random / probabilistic sampling that yielded a sample of 151 students, who the questionnaire instrument was applied to them. The instrument was validated through expert judgment, corroborating that the survey was carried out according to the established questions.

The analysis of the data will be carried out using the SPSS statistical program, reaching the evidence through Cronbach's Alpha the relationship between the Latin American Song on Calle 13 and the cultural identity of Social Work students at the Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.

Key words: Song, Latin America, Calle 13, cultural identity.

I. INTRODUCCIÓN

La canción Latinoamérica es accesible en todos los países porque se encuentra en una plataforma digital (YouTube), por ello puede ser compartida y reproducida en cualquier momento. Una de las características de los latinoamericanos es que somos perseverantes y siempre buscamos la forma de cómo sobrevivir ante las adversidades, y ante una festividad simbólica o patriota estamos ahí recordando el orgullo que debemos sentir por nuestros orígenes, nuestra identidad y las ganas de luchar para conseguir un cambio social. A pesar de eso, somos conscientes que nuestro sistema político (independientemente de cada país) no siempre es el mejor, es notorio el abuso de las autoridades, de nuestros representantes e incluso de las personas cercanas. Sin embargo, ante esta realidad debemos recordar que cuando un pueblo se derrumba, uno mismo lo reconstruye.

Por otro lado, Perú tuvo una gran aportación en este producto audiovisual, empezando por la participación de Susana Baca (ex ministra de Cultura) que le dio vida al coro junto a María Rita y Totó Monposina. Además, este videoclip estuvo dirigido por la productora “Patria” bajo la dirección de Jorge Carmona, y tuvo 29 días de grabación de los cuales 14 fueron en nuestro país.

Asimismo, en Cercado de Lima, se encuentra la carrera de Trabajo Social de la UNMS, que se caracteriza por tener capacidades de trabajar con grupos sociales o comunidades, aplicando técnicas como la empatía y vocación de servicio, es el compromiso para el bienestar del país. Los estudiantes desarrollan proyecciones sociales, por ejemplo realizaron un Hospicio “Santa Gemma Galgani” en Rimac, donde trabajaron, con las mujeres viudas del pacífico (organización internacional experta en emprendimiento femenino), el reforzamiento de la identidad cultural mediante postres, platos típicos, danzas y cantos. De igual manera, visitaron una Aldea infantil SOS (organización de desarrollo social que trabaja por la promoción y defensa de los derechos de la niñez) en Pachacamac, con la finalidad de revalorizar la cultura peruana, para ello elaboraron manualidades con materiales reciclables.

El presente trabajo tiene como problemática general, la relación de la canción Latinoamérica de Calle 13 con la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima, 2019.

Realidad problemática

Existen investigaciones anteriores en toda Latinoamérica sobre la canción y su influencia con la identidad cultural, no solo en estudiantes de universidades sino en colegios, pero, no existe un estudio correlacional. El presente estudio se concentra en la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de la carrera de Trabajo Social de la decana del Perú.

Las canciones son usadas en las escuelas como táctica para conseguir una mejor enseñanza, es usada como una fuente de motivación, ya que fusiona la música y el lenguaje, la cual nos permite transmitir valores y enseñar culturas y/o costumbres (Ríos, 2018, P. 12).

Las canciones son aplicadas en los salones porque es una estrategia con las que se consigue un mejor aprendizaje de vocabulario, gramática y concentración. Asimismo, es usada como una fuente de motivación ya que fusiona la música y el lenguaje, la misma que nos permite transmitir valores y enseñar culturas y/o costumbres (Rios y Rojas, 2018, p. 12).

Es importante comprender que la comunicación ayuda a romper las desigualdades y diferencias. Conmemoremos que la cultura nos ayuda a distinguir de los demás e identificarnos con lo que pensamos y producimos, esto no es obstáculo. Por el contrario, provee el progreso como personas.

La presente investigación recoge las experiencias de los estudiantes de la carrera de Trabajo Social de la UNMS. En ella participaron 151 estudiantes. La motivación de este estudio es resaltar la influencia de la canción Latinoamérica de Calle 13 en la identidad cultural de los estudiantes de Trabajo Social a partir de los diversos contenidos audiovisuales, en un mundo tan globalizado donde muchas veces buscamos imitar lo que es tendencia y no lo que nos caracteriza como país.

Trabajos previos

En el ámbito **nacionales**

Zavaleta e Ibjuar (2017), *Influencia de la música folklore en el fortalecimiento de la identidad cultural en los niños de 5 años de la I. E N° 1564 “Radiantes Capullitos” Urb. Chimú, Trujillo – 2015*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo, Perú; cuyo objetivo fue determinar cómo influye la música folklórica en el fortalecimiento de la Identidad Cultural, método de la investigación es aplicada, diseño cuasi experimental; población de 110 niños y una muestra de 52, se usó el instrumento de la escala valorativa. Concluyó en que los niños no desarrollaron una adecuada identidad cultural.

Flores (2017), *Identidad cultural y aprendizaje significativo en los estudiantes de la música de la UNF Enrique Guzmán y Valle – 2016*, tesis de magister, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú: cuyo objetivo fue determinar la relación entre la identidad cultural y el aprendizaje significativo en los estudiantes, el método de investigación es básico; con una muestra de 100 estudiantes, se aplicó el instrumento del cuestionario. Se concluyó en que hay correlación entre las variables.

Barreto (2015), en su trabajo de investigación *“Identidad intercultural en jóvenes hijos de padres provincianos – migrantes: Influencia de la comunicación de relatos de vida”*, tesis de licenciatura, PUCP, Perú: cuyo objetivo fue conocer las relaciones interpersonales familiares (padres - hijos), su metodología es cualitativa, su población es un grupo de jóvenes de 19 y 25 años. Se concluyó en que los progenitores buscan transferir los valores obtenidos con los años, a sus hijos.

Martínez (2015), en su investigación *“Comunicación intercultural y rescate de saberes y prácticas ancestrales: estudio de caso del acompañamiento de la Asociación Bartolomé Aripaylla (ABA) en la comunidad campesina de Quispillaccta (Ayacucho)”*, tesis de licenciatura, PUCP, Perú: cuyo objetivo fue evaluar la comunicación en desarrollos interculturales, la población está formada en la ciudad de Huamanga. Se concluyó en que la Asociación Bartolomé Aripaylla (ABA) implementa actividades sobre uso y conservación de agua, en la comunidad indígena de Quispillaccta.

Berrosipi (2014), en su trabajo *“El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012”*, tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú: cuyo objetivo fue describir el impacto televisivo en alumnos de secundaria de Huánuco, su población fue de 94 alumnos: 41 varones. Concluye que los programas de entretenimiento tienen un efecto negativo.

En el ámbito **internacionales**

Miranda (2017), *Identidad sociocultural a partir de la enseñanza histórica de la ciudad*, tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España: cuyo objetivo fue diseñar estrategias creativas que permitan desarrollar actividades de enseñanza y aprendizaje, tiene un enfoque mixto y su población es de 630 alumnos con una muestra de 378, se concluyó que la ausencia de enseñanza tiene efectos adversos en los conocimientos.

Córdova y Erazo (2015), *La influencia del rock en la creación de identidad cultural – nacional en los jóvenes de la ciudad de Latacunga*, tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Cotopaxi, Ecuador: cuyo objetivo fue propagar el rock como una cultura que crea identidad, la investigación es descriptiva correlacional y la población investigada son los rockeros de Latacunga, uso la encuesta como técnica y tuvo como conclusión la relación entre el rock y los aportes teóricos.

Ojeda (2015), *La música tradicional ecuatoriana en el fortalecimiento de la identidad cultural de los habitantes del Cantón Piñas, provincia de el Oro, Periodo 2014*, tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja, Ecuador: cuyo objetivo fue cooperar en el registro de la música tradicional ecuatoriana en el reforzamiento de la identidad cultural, su metodología es descriptivo, la población y muestra son los músicos y residentes del Cantón Piñas, el instrumento aplicado fue la encuesta y tuvo como resultado que la aceptación de la música tradicional ecuatoriana.

Martins (2014), *Cultura e identidad: interacción y conflicto en la construcción de una cultura común brasileña*, tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid: España: cuyo objetivo fue estudiar la cultura brasileña y contribuir su identidad teniendo en cuenta, el enfoque de la investigación es descriptivo, tiene como público al pueblo brasileño, concluye en que se necesita una nueva forma de educar para una mejor interculturalidad.

López (2014), en su trabajo *"Identidad cultural de los pueblos indígenas"*, tesis de licenciatura, Universidad Rafael Landívar: Guatemala, cuyo objetivo fue analizar los elementos de la identidad cultural de los pueblos indígenas su metodología es de investigación jurídico comparativo con un método descriptivo. La población estuvo conformada por los mismos indígenas. Se concluyó en que la identidad cultural es el conjunto que da sentido de dominio a determinados grupos.

En el marco de la presente investigación se plantea las siguientes teorías:

Teorías relacionadas al tema

Teoría de usos y gratificaciones

Lundberg y Hulten explican en la teoría de usos y gratificaciones que la audiencia ya no es pasiva, y son ellos quienes deciden que contenido visualizar. Es decir, logran discernir que contenidos satisfacen sus intereses (Cabrera, 2015).

Teoría de los Estudios Culturales: Escuela de Birmingham

Stuart Hall plantea que los medios de comunicación crean una superioridad, la cual depende del receptor. Es decir, los medios difunden un mensaje y es recepcionado e interpretado de diferentes formas, de acuerdo a la circunstancia. Sin embargo, comparten ciertos códigos (valores, creencias, estilos de vida) mediante personajes o programas. (Drago, 2013, p. 6).

Canción Latinoamérica de Calle 13

La canción Latinoamérica tiene lírica porque emplea poesía que transmite mensaje y sentimientos. Este videoclip simboliza una resistencia ideológica y social (Hernandez, 2018, p. 63).

La música de Calle 13 se centra en la lírica, en el contenido de su videoclip, donde maneja una forma distinta el tema de la sexualidad y la imagen corporal femenina. Asimismo, su estilo urbano incluye temas sociales, históricos y culturales de Latinoamérica que aún siguen sin solución. También, tiene diversos elementos musicales, como por ejemplo el hip hop y el reguetón que son mezclados con otros géneros como el merengue, la salsa, la cumbia o el tango, esto hace que sus canciones sean aceptadas rápidamente (Pérez y Moreno, 2014, p. 47).

Cuando hablamos de canción, nos referimos a la combinación de versos, las cuales pueden ser creadas por cualquier individuo o banda para ser adaptadas en diversos formatos y luego ser comercializadas. Latinoamérica es una muestra de lucha de la sociedad latinoamericana, es por ello que veremos de qué forma puede influir un videoclip en la identidad cultural.

Del mismo modo, los temas que abarca Calle 13 son de interés social y pocos logran generar un impacto. En consecuencia, estoy de acuerdo con lo mencionado por los autores, la canción Latinoamérica abarca temas culturales y sociales, por eso es necesario

realizar un análisis más profundo y no nos centraremos en la producción sino en la forma de cómo influye, por eso estudiaremos el videoclip, la música y la lírica de esta canción.

Dimensión 1: Videoclip

Cuando escuchamos o leemos la palabra videoclip de seguro la asociamos al video de nuestro cantante favorito que nos impactó por su historia, por su ritmo, por las escenas, por la letra o la forma en cómo los personajes transmiten el mensaje. Tal es el caso de la canción Latinoamérica de Calle 13, un videoclip muy bien estructurado que no solo es agradable por su ritmo sino por el contenido sociocultural que tiene.

Desde los 80' el videoclip es un formato audiovisual con una gran variedad de cambios y resultados. Asimismo, cuenta con diversas opciones discursivas que lo relaciona a la experimentación cinematográfica y videográfica que evoluciona de acuerdo al contexto, la cual se difunde como producto audiovisual dentro de las industrias culturales (Gómez, Navarrete y Pérez, 2014, p. 38).

Por otra parte, los videoclips son productos audiovisuales realizados por compañías discográficas utilizadas como publicidad que producen ingresos económicos, teniendo como principal público a los jóvenes. Asimismo, menciona que el videoclip está relacionado a culturas como el cine, la televisión, la publicidad, la danza, entre otros (Rodríguez, 2016, p. 233).

Considero que el videoclip es un contenido audiovisual que en su gran mayoría tiene un fin lucrativo. Sin embargo, en estos últimos años, se está reforzando la temática de identidad cultural y Calle 13 no es la excepción, el videoclip es un formato muy influyente que no solo nos permite contar historias sino ser un medio de protesta.

Indicadores

Ideología

Es necesario resaltar que a pesar de tener la facultad de elegir la canción que queremos escuchar, vivimos bajo una dictadura musical, no le ha pasado que cuando están en un lugar público estamos obligados a escuchar lo que la radio, las discotecas o centros comerciales escogen. Lo que aparentemente nos gusta, es lo que la élite (superioridad) ha decidido que nos guste.

Según (Contracampo, S. F., p.14). Residente canta sobre aspectos políticos y como a pesar de ello existe un lazo de esperanza y lucha para enfrentar los abusos o explotaciones, resaltando el coraje de personajes que lucharon contra el autoritarismo como por ejemplo la Operación Cóndor. [According to (Contracampo, S. F., p.14). Resident sings about

political aspects and, despite this, there is a bond of hope and struggle to face abuse or exploitation, highlighting the courage of characters who fought against authoritarianism such as Operation Condor].

Los videos musicales incentivan el placer, la cual se usa para escapar del dolor de un presente ordinario. Es así que, el videoclip homogénico, disfraza a la riqueza como sinónimo de felicidad y decaen los valores humanistas, donde por lo general es accesible salir de la pobreza mediante las reglas capitalistas. Sin embargo, el tema de la pobreza pasa a segundo plano porque para la política esto provocaría un debate público (Becerra, sin fecha, p. 3).

Asimismo, Becerra no solo se refiere a la política cuando habla de ideología, también menciona al patriarcado visual, donde el cuerpo de la mujer es visto como un objeto de consumo, mostrándolas en muchas ocasiones con prendas provocativas (Becerra, sin fecha, p. 4).

El mundo de la industria musical se ha vuelto en un negocio donde los empresarios de los medios de producción solo buscan producir para generar ingresos. Ante esta realidad crítica debemos destacar y reconocer que Calle 13 mantiene un perfil muy distinto, que si bien es cierto si obtuvo ganancias económicas de su trabajo, dentro del videoclip abarca asuntos como la conquista después del descubrimiento de América (1492), las opresiones que soportaron las culturas y el sentir de su identidad latinoamericana.

Internet

Para Sedeño (2010), citado por Pérez, nos dice que con la llegada del internet evolucionó la narrativa, los tipos, los géneros y las definiciones del videoclip. Por otro lado, a diferencia del tráiler o los anuncios televisivos, el videoclip es un producto cultural capaz de ser visto y satisfacer las necesidades del consumidor. Por consiguiente, este avance del videoclip a lo digital ha originado un cambio en la elaboración y distribución de las discográficas (2017, p. 582).

Estos cambios mencionados son reflejados por Calle 13, quienes inicialmente usaban los sitios web para difundir sus contenidos y después se adaptaron a YouTube, de acuerdo a la demanda y al contexto modificaron la temática, el estilo y la narrativa de sus canciones y un claro ejemplo es Latinoamérica.

Estereotipos

En la actualidad, encontramos muchos videoclips donde existen diversos estereotipos, discriminación y muchos prejuicios donde las mujeres son vistas como objeto sexual o de placer y el varón como un individuo que solo quiere pasarla bien, y eso es lo que nos

venden con cada video musical que vemos, por ello es necesario mencionar el concepto la palabra sexismo.

El sexismo es toda discriminación hacia otros individuos por considerarlos inferior. Asimismo, resalta a Montes (2008) quien divide al sexismo en tres conceptos (Salces, 2014, p. 12).

- Estereotipos: se refiere a la impresión de enjuiciar características o cualidades de grupos sociales o individuos, con el riesgo de exagerar o carecer de información.

Dimensión 2: Música

Encontrar una definición exacta de la música es compleja, se puede decir que es la combinación de los sonidos y silencios, puede ser transmitida mediante la voz o instrumentos musicales donde el resultado debe ser agradable para el oyente.

Usamos diversos medios para comunicarnos y uno de ellos es la música, la cual nos permite expresar emociones (Cano y Custodio, 2017, p. 61). Por otro lado, la música es universal y se encuentra presente en todas las culturas (Vides, 2014, p. 9).

Entonces, cuando hablamos de sonidos y silencios, Latinoamérica es una de los mejores ejemplos, la canción nos lleva a un ligero movimiento corporal, el ritmo que tiene es asociado al latir del corazón, y el contenido es más que suficiente para transmitir la realidad de las cosas. Hablamos de aspectos culturales, la comunicación, la expresión personal y el desarrollo humano que puede ocasionar.

Indicadores

Cultura

Cada cultura cuenta con su propia expresión musical y cada pueblo tiene sus propias melodías desde su origen. Es por ello, que la música como cultura nos ayuda a relacionarnos con los demás y crea vínculos en casa, en el centro de estudio y el mundo en general (Vides, 2014, p. 10).

Cuando tomamos como referencia a “Latinoamérica” podemos observar las diversas culturas que existen y como es su estilo de vida, sus experiencias y sus vivencias. Hablamos de su organización social, su economía, educación e historia. Todo esto se ve reflejado en el videoclip a través de los jóvenes, los padres de familia, los trabajadores y los mismos niños.

Comunicación

La música es una manera de comunicarnos, que puede hacer cambiar nuestras ideas, nuestra manera de actuar y el sentir de las personas. Entonces, es vital crear espacios artísticos porque esto fortalece la comunicación interpersonal (Vides, 2014, p.11).

Concuerdo con el autor, por eso Latinoamérica mediante su videoclip lo que busca es comunicar lo que nos hace auténticos, lo que nos identifica como cultura, lo que ha sufrido Latinoamérica por las explotaciones de las grandes potencias y abusos políticos.

Expresión personal

La música ayuda a mejorar la expresión de los sentimientos e ideas mediante el uso de instrumentos y sonidos que generen destrezas personales. Es por eso, que existen ejercicios musicales, la primera es cantar y la segunda tocar algún instrumento. Por otro lado, existe un tercer ejercicio musical vinculado a las ya mencionadas, esta es la danza, la cual nos permite expresarnos mediante el movimiento del cuerpo (Vides, 2014, p.11). Latinoamérica es la expresión personal de Calle 13, quienes mediante el canto (Residente) y el uso de instrumentos (el visitante) expresaron sus emociones y pensamientos sobre una realidad que se vive en Latinoamérica.

Dimensión 3: Lírica

Entendamos que la lírica es un género literario que se caracteriza por manifestar sentimientos y emociones profundas, de un autor o una época. En este caso vendría a ser de Calle 13 sobre Latinoamérica, donde encontramos una manifestación de sentimientos sobre problemas sociales. Por ejemplo, “soy el sol que nace y el día que muere, con los mejores atardeceres” nos hace referencia a los hermosos paisajes con los que contamos. El género lírico tiene diversas clasificaciones, pero solo mencionaremos la que se relaciona a nuestra investigación:

- La canción: combinaciones musicales que es reproducida por la voz, es sencillo, repetitivo y comprensible.
- La poesía: los contenidos son metáforas donde el autor expresa sus sentimientos o pensamientos (Cunalata, 2016, p.22).

Indicadores

Imagen corporal

Esta es una de las etapas menos favorables para la sociedad, estamos tan acostumbrados a escuchar lo último en la industria musical, que a veces ya no importa si el contenido es propicio, solo nos enfocamos en el último videoclip que lanzo nuestro cantante favorito y si el ritmo es pegajosa, de ahí lo demás es “solo letra”.

Esta categoría es usada con libertad en las discotecas, donde el contenido de la canción es alusivo a la imagen corporal de la mujer y el hombre, esto también lo aplicó Calle 13 durante sus primeros años, cuando hablaba de temas de sexualidad y el romanticismo (Pérez y Moreno, 2014, p. 48).

Calle 13, con el transcurrir de los tiempos buscó la manera de compartir su música urbana, obteniendo como resultado la sátira social.

Sátira social

Calle 13 busca con su tema “Latinoamérica” concientizar y hacer uso de razón sobre los abusos a la identidad cultural, el desarrollo de la sociedad y la manipulación de las grandes empresas o la política. Asimismo, manifiesta el orgullo que siente de ser latinoamericano, de las cosas que se hacen para salir adelante y que pese a las adversidades nos dice “aquí estamos de pie”

Las canciones que se encuentran dentro de esta categoría recurren a la denuncia para dar a conocer las injusticias de quienes tienen poder, en algunos casos se usa la sátira (sarcasmo o burla) de los valores materiales y se realza la riqueza espiritual de los grupos dominados (Pérez y Moreno, 2014, p. 48).

Esto es plasmado dentro del videoclip de Latinoamérica de Calle 13, en la letra y las imágenes que nos muestra el video, se evidencia que a pesar de las injusticias y desigualdades sociales, económicas y culturales, el pueblo sigue de pie.

Identidad cultural

Los patrimonios o legados culturales nos ayudan a reconocer o diferenciar de los demás, esto se refiere a la identidad cultural. Sin embargo, no existe un concepto exacto de identidad cultural, por ejemplo:

La identidad cultural está determinada por los instrumentos de comunicación que se usan, los ritos, las ceremonias, los valores y sus creencias (Robledo, 2015 p. 637).

Por otro lado, la identidad cultural es lo que distingue a los grupos o comunidades, quienes comparten creencias costumbres, rutinas y representación simbólica de su historia (Islas, Trevizo, Perez, y Herias, 2014, p. 69).

Por último, la identidad cultural es un sentimiento de dominio hacia un grupo que comparte características culturales, es decir un sentimiento comunitario donde cada integrante del grupo o comunidad vive y siente su cultura, esto ayudará a que la comunidad se sienta unida (Cepeda, 2018, p. 254).

Según (Contracampo, S. F., p.13). Latinoamérica se encuentra narrada en primera persona, lo que transmite un símbolo de protesta. Dentro de la canción encontramos tres temas principales:

- a. La lucha de las personas
- b. Las consecuencias de la explotación
- c. La fuerza de la naturaleza

Se representa a Latinoamérica con contenidos históricos que representen las costumbres y tradiciones expresando culturales, políticas, históricas y económicas, demostrando la realidad de Latinoamericana. [Latin America is narrated in the first person, which conveys a symbol of protest, within the song we find three main themes: a. The struggle of the people, b. The consequences of exploitation y c. Force of nature. This motivated the formation of historical contents integrating customs and traditions through social, cultural, political, historical and economic practices, demonstrating the reality of Latin America].

En el videoclip es notorio el sentimiento que se transmite, la lucha por la igualdad, las costumbres y tradiciones que nos distinguen o unen.

Dimensión 01: Valores Culturales

Entendamos que los valores son las virtudes, rasgos y principios que nos ayudan a conocer lo mejor de cada persona, mientras que la cultura agrupa los conocimientos, las tradiciones, comidas típicas, literatura, entre otras cosas que los identifican como grupo. En el videoclip “Latinoamérica” se visualiza diferentes formas de vivir de las personas y grupos sociales, las cuales son transmitidas de generación a generación.

Los valores culturales son los principios que nacen de la cultura de un país y permanece con el pasar de los años (Medrano y Ahumada, 2018, p.4). Por otro lado, los valores culturales son aprendidos por cada individuo y no necesariamente siempre tiene que ser aceptada, porque influyen las experiencias individuales y personales (Gutierrez, 2018, p. 6).

Indicadores

Cívicos

Los valores cívicos nos ayudan a fomentar la paz y comprensión en la ciudadanía por eso es importante formarnos como ciudadanos responsables, amables e íntegros.

Los valores culturales son la igualdad, la libertad, el respeto, la solidaridad y el diálogo, esto nos permite contribuir con integridad, libertad y autonomía porque tenemos los mismos derechos (Schreiber, Hernández, Moran y Fuentes, 2017, p. 814).

Por lo tanto, es importante no sólo saber sobre los valores cívicos sino ponerlo en práctica, esto nos ayudará a mejorar como sociedad.

Morales

La moral está conformada por las costumbres, normas o creencias de un sujeto o grupos sociales, donde una persona puede decidir si un acto está bien o mal y qué medidas tomar al respecto. Además, menciona que los valores morales es la determinación de cada individuo para decidir si una accionar está bien o mal, que varía de acuerdo a la educación, cultura y experiencia (Rodríguez, 2015, p. 20).

Esto quiere decir que, por más que el contenido de la canción sea buena, la reflexión y retroalimentación dependerá de los valores del individuo o grupo social.

Sociales

Cada ser humano maneja una jerarquía de valores de acuerdo a la importancia que cada uno considere, por ejemplo, la libertad, la honestidad e igualdad, estas influyen en la postura y comportamiento ante la sociedad (Hernández, Robles y José, 2016, p. 83).

Latinoamérica nos enseña como los individuos se enfrentan a los problemas cotidianos basándose en sus valores sociales.

Dimensión 2: Interculturalidad

Con interculturalidad nos referimos a la relación y convivencia entre dos o más culturas, donde se evidencia el respeto por las normas, estilos de vida y la perspectiva de cada uno. Sin embargo, no siempre es así, con el pasar de los años cada cultura busca un grado de poder, sin olvidar las bases de convivencia.

La interculturalidad es la comunicación e interacción entre culturas donde prevalecen las identidades originarias y no existe jerarquía, por el contrario, existe la posibilidad de mezclarse y la persona acepta a las demás culturas. Pero la interculturalidad no siempre se da de esta forma puesto que existen culturas dominantes por su nivel económico o militar (Zárate, 2014, p. 97).

Por otro lado, la interculturalidad es una lucha constante por la igualdad y no solo cultural sino también material. (Alavez, 2016, p. 41).

Indicadores

Diálogo intercultural

El diálogo intercultural aporta a la integración social, cultural, económica y política. Incentiva la igualdad y el bien común mediante la participación de los grupos para así reducir los conflictos sociales (Ministerio de Cultura, 2018, p. 9). Considero que este punto es muy importante porque nos ayudará a reducir conflictos sociales.

Tolerancia

La tolerancia tiene diversos conceptos en base a la dignidad de cada ser humano, por ejemplo la tolerancia en no interferir en las actitudes ajenas por respeto. Existe la tolerancia preliberal asociada a la libertad de religión, luego la tolerancia liberal asociada al contexto horizontal, personal y universal, y por último la tolerancia posmoderna que es el respeto por las demás etnias (Alavez, 2016, p. 32).

Dentro de los tres tipos de tolerancia, Latinoamérica se enfoca en la tolerancia posmoderna, resaltando el respeto por las demás culturas.

Pluralismo

El pluralismo es una sociedad sin conflictos que se forma a raíz de las asociaciones de participación voluntaria y abierta (Alavez, 2016, p. 33). Esto quiere decir que, es un modelo de organización social y se busca convivir en armonía.

Formulación del problema

Problema General

¿Cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?

Problemas Específicos

¿Cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?

¿Cómo se relaciona en la canción Latinoamérica de Calle 13 con la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?

Justificación del estudio

Teórica:

La canción de Latinoamérica tiene un amplio análisis audiovisual, cultural y comunicacional. Actualmente la canción cuenta con diversas categorías y la que se adecua a nuestra investigación es la lírica porque expresa emociones directas y con esto podemos enfocarnos en la identidad cultural

Por otro lado, la identidad cultural es un tema de apego para los estudiantes de Trabajo Social, esto nos permitirá encontrar la relación que existe con el tema de Calle 13.

Práctica:

Buscamos concientizar y fortalecer nuestra identidad cultural, dentro de nuestras instituciones para practicarla en nuestra sociedad. Por otro lado esta investigación nos permitirá obtener un resultado actualizada con fundamentos teóricas.

Metodológica:

Para la elaboración del presente trabajo, se partió por una realidad problemática del título. Asimismo, fue necesario buscar trabajos previos a nuestro tema, para luego identificar las variables, dimensiones e indicadores, elaborando así la matriz de consistencia. Después, se desarrolló el marco teórico con el respaldo de fuentes bibliográficas que nos permitan evidenciar la veracidad de la información. El presente proyecto busca fomentar la investigación cuantitativa, asimismo las técnicas, medios e instrumentos utilizados en los avances de esta investigación tienen una aceptación y nivel de confianza, que permite su estandarización y empleabilidad.

Hipótesis

Hipótesis General

La canción Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019

Hipótesis Específicas

La relación de la canción Latinoamérica de Calle 13 fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

La relación de la canción Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Objetivos

Objetivo General

Identificar la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Objetivos Específicos

Describir la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 con los valores en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.

Determinar cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de la investigación

Enfoque: Cuantitativo

Esta investigación maneja un enfoque cuantitativo porque tiene un procedimiento (no se debe evadir algún paso) y es probatorio. Primero planteamos la problemática, para luego construir el marco teórico, luego se plantean las hipótesis que serán comprobados con el cuestionario; se distinguen los datos, se usa cantidades numéricas con un programa estadístico, en nuestro caso el SPSS (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 5)

Tipo: básico

La finalidad es comunicar, porque no influyen los resultados en la problemática identificada, sino facilitar conocimiento y contribuir a la sociedad (Barboza, 2015, p. 38).

Nivel: Correlacional

Pretende identificar la relación entre las dos variables, estableciendo una relación estadística si hay una influencia positiva y/o negativa entre las mismas para llegar a conclusiones relevantes de la investigación. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 93)

Diseño No experimental

Es el estudio de la investigación sin manipular la información de la variable independiente, mediante la observación del contexto para analizarla (Hernández, Fernández y Baptista, 2015 p.152).

Esto significa que los resultados deben de reflejar la realidad que se vive sin alterar las respuestas.

Corte: Transaccional o transversal

La investigación transversal recolecta datos en un determinado momento y tiempo único. Su finalidad es explicar variables y analizar su relación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154).

El presente proyecto de investigación se llevará a cabo en Cercado de Lima, teniendo como población a los estudiantes de Trabajo Social y es por medio de ellos que se

recogerá información para conocer qué relación tuvo la primera variable con la segunda, el diseño es transversal, porque se recopila información en un determinado tiempo y momento.

2.2 Operacionalización de variables

Variable 1: Canción Latinoamérica de Calle 13

Tabla N° 1 Cuadro de operacionalización de la variable canción Latinoamérica de Calle 13

Variable 1	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rango	
Canción Latinoamericana de Calle 13	Según Hernandez, la canción Latinoamericana maneja el perfil de protesta, que se caracterizaba por textos de carácter poético. Es un arma de lucha, une lo tradicional con ritmos actuales, denominada también como canción de protesta social, transmite mensajes sociales y políticos. Esta canción busca una justicia social y conciencia en los poderes socioeconómicos (2018, p. 65).	La canción Latinoamérica de Calle 13 es un videoclip que abarca temas de ideología a modo de protesta u oposición, asimismo esta música busca generar un cambio como cultura, comunicación y expresión personal. Por último, su letra es lirico porque expresa sentimientos y emociones mediante la sátira social y la imagen corporal.	videoclip	ideológico	1	Ordinal 1 Totalmente de acuerdo	Alto Intermedio Bajo	
				internet	2			
				estereotipos	3			
			música	cultura	4 – 5			2 De acuerdo
				comunicación	6 – 7			
				expresión personal	8 – 9			
			lírica	sátira social	10	3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
				imagen corporal	11 - 12	4 En desacuerdo		
						5 Totalmente en desacuerdo		

Fuente: *Elaboración propia*

Variable 2: Identidad Cultural

Tabla N° 2 Cuadro de operacionalización de la variable identidad cultural

Variable 2	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Niveles y Rango
Identidad cultural	La identidad cultural diferencia a las personas pertenecientes a un grupo o comunidad, quienes comparten sus creencias y costumbres a lo largo de su historia desde su formación (Islas, Trevizo, Perez, y Herias, 2014, p. 69).	Los patrimonios o legados culturales nos ayuda a reconocer o diferenciar de los demás, esto se refiere a la identidad cultural.	valores culturales	cívicos	13	Ordinal 1 Totalmente de acuerdo 2 De acuerdo 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 En desacuerdo 5 Totalmente en desacuerdo	Alto Intermedio Bajo
				morales	14		
				sociales	15		
			interculturalidad	diálogo intercultural	16 - 17		
			tolerancia	18 - 19			
			pluralismo		20		

Fuente: *Elaboración propia*

2.3. Población, muestra y muestreo

La población está conformada por el total de personas, organizaciones, comunidades entre otros grupos que tengan las mismas características (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 174).

Nuestra población está conformada por 250 estudiantes de 18 a 29 años de la carrera de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima.

Muestra

La muestra es el grupo objetivo a la que se quiere investigar y de quienes se recolectará datos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 176).

Tomaremos como muestra a 151 estudiantes de la carrera de Trabajo Social de la Decána de América, ubicado en el Cercado de Lima.

Muestreo

Según Espinoza (2016) el muestreo es la técnica que nos permite identificar la cantidad exacta para nuestra población.

Aleatorio simple

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

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

N = Tamaño de la Población o Universo

e = Error estimación máximo aceptado

n = Tamaño de muestra buscado

Tamaño de muestra

“n” = 151

Parámetro	Insertar valor
Z	1.96
p	50%
q	50%
N	250
e	5%

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnica: Encuesta

La encuesta es una técnica que facilita recolectar datos de información mediante el cuestionario. Esto nos proporcionará los datos con respecto a nuestras variables (Según López y Fachelli, 2015, p. 8).

Instrumento: Cuestionario

El instrumento que usamos para esta investigación es el Cuestionario, el cual nos permite recopilar la información y debe tener una relación con la problemática e hipótesis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 217). El instrumento utilizado consta de 20 preguntas y para su medición se usó la escala de Likert.

Tabla N° 3 Cuadro de valores para el cuestionario

Totalmente de acuerdo	1
De acuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	5

Fuente: Cuadro de medición según la Escala de Likert

Validez

Es cuando el instrumento mide a la variable (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 200 y 201). Para el presente proyecto de investigación la validez del instrumento se realizará mediante el juicio de experto, para comprobar si el cuestionario es viable. En consecuencia, contaremos con un experto en estadística, metodología y un docente temático y para la validación del instrumento se empleará el juicio de expertos.

Tabla N° 4 Tabla de validación de juicio de expertos

Experto	Canción Latinoamérica de Calle 13			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Mgr. Luis Ramos Chávez	si	si	si	Aplicable
Dra. Zulema Leiva Bazan	si	si	si	Aplicable
Mgr. Segundo Ignacio Ponte Valverde	si	si	si	Aplicable
	Identidad Cultural			Condición final
	Pertinencia	Relevancia	Claridad	
Mgr. Luis Ramos Chávez	si	si	si	Aplicable
Dra. Zulema Leiva Bazan	si	si	si	Aplicable
Mgr. Segundo Ignacio Ponte Valverde	si	si	si	Aplicable

Confiabilidad

Hay diversas fórmulas para obtener la confiabilidad del instrumento, si el coeficiente es cero significa que la confiabilidad es nula, y si el coeficiente es uno significa máximo de confiabilidad (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 207).

En este trabajo se usó del Alfa de Cronbach, el cual tiene un nivel de confianza del 95% y sus valores son los siguientes:

Tabla N° 5 Cuadro de valores de confiabilidad

VALORES	NIVEL DE CONFIABILIDAD
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,0	Confiabilidad perfecta

V1: Canción Latinoamérica de Calle 13

Tabla N° 6 Tabla de confiabilidad de la variable I Canción Latinoamérica de Calle 13

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	12

Para determina la confiabilidad de la primera variable usamos el alpha de cronbach. Empleado en el SPSS25, esto demuestra que hay una buena confiabilidad de 0.813 de la variable 1.

V2: Identidad cultural

Tabla N° 7: Tabla de confiabilidad de la variable II identidad cultural

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,802	8

Para determina la confiabilidad de la primera variable usamos el alpha de cronbach. Empleado en el SPSS25, esto demuestra que hay una buena confiabilidad de 0.802 de la variable I.

2.5 Procedimiento

El recojo de información fue en la UNMS en los estudiantes de Trabajo Social entre 18 a 29 años, se empleó la encuesta mediante un cuestionario. Asimismo, para los resultados se usó el programa estadístico IBM SPSS 25. Para la conclusión del trabajo se utilizó el análisis descriptivo – inferencial.

2.6. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el SPSS 25, con la finalidad de interpretar los resultados finales de tabulación.

2.7. Aspectos Éticos

Se basa en los principios, la responsabilidad, la dedicación y el esfuerzo para lograr los objetivos planteados. Además, se usó fuentes y bases teóricas confiables e impedir el plagio de la información.

Por otro lado, para las citas de los autores e información se usó el manual Apa, la cual se colocó en las referencias bibliográficas.

Asimismo, agradecer a mis docentes, a la UNMS, profesionales, familiares y amistades que me orientaron en el proceso de investigación y brindaron sus aportaciones y correcciones profesional y personalmente, el que me permite presentar un trabajo efectivo.

III. RESULTADOS

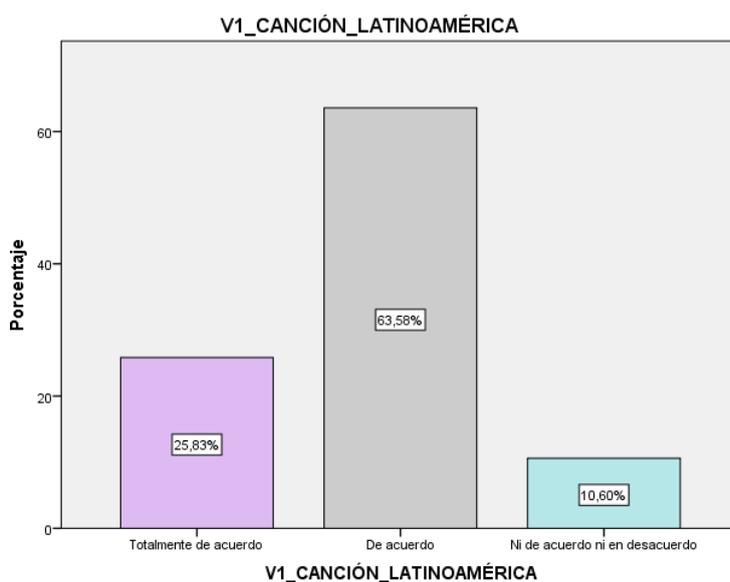
Análisis Descriptivos:

Variable 1: Canción Latinoamérica

Tabla N° 8 Análisis descriptivo de la canción Latinoamérica de Calle 13

		Fi	Pi	Pi válido	Pi acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	39	25,8	25,8	25,8
	De acuerdo	96	63,6	63,6	89,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10,6	10,6	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Figura 1: Representación gráfica de la canción Latinoamérica de Calle 13



Fuente: *Elaboración propia*

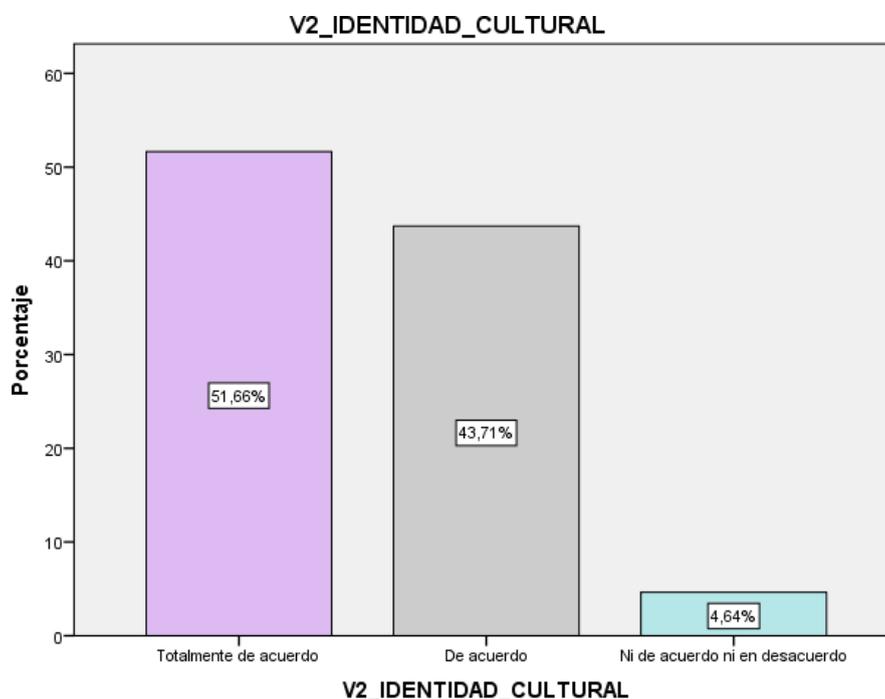
Interpretación: Según el gráfico de la variable 1 se obtiene los siguientes resultados, el 25,83% de los encuestados seleccionó “Totalmente de acuerdo”, del total de encuestado el 63,58% seleccionaron “De acuerdo” y el 10,60% de los encuestados seleccionaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Esto evidencia que la mayor parte de la población ha visto la canción Latinoamérica de Calle 13.

Variable 2: Identidad Cultural

Tabla N° 9 Análisis descriptivo de identidad cultural

		Fi	Fi	Pi válido	Pi acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	78	51,7	51,7	51,7
	De acuerdo	66	43,7	43,7	95,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	4,6	4,6	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Figura 2: Representación gráfica de identidad cultural



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según el gráfico de la variable 2 se obtiene los siguientes resultados, el 51,66% de los encuestados seleccionó “Totalmente de acuerdo”, del total de encuestado el 43,71% seleccionaron “De acuerdo” y el 4,64% de los encuestados seleccionaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”. Esto demuestra que un gran porcentaje de la población percibe identidad cultural en este contenido audiovisual.

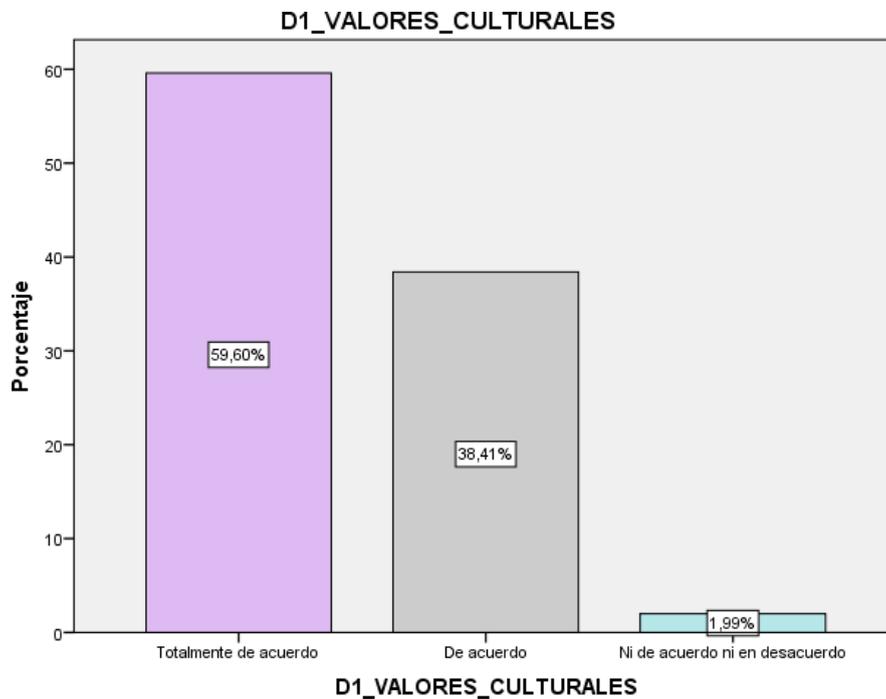
Dimensiones

Dimensión 1: Valores Culturales

Tabla N° 10: *Análisis descriptivo de valores culturales*

		Fi	Pi	Pi válido	Pi acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	90	59,6	59,6	59,6
	De acuerdo	58	38,4	38,4	98,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	2,0	2,0	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Figura 3: Representación gráfica de valores culturales



Fuente: *Elaboración propia*

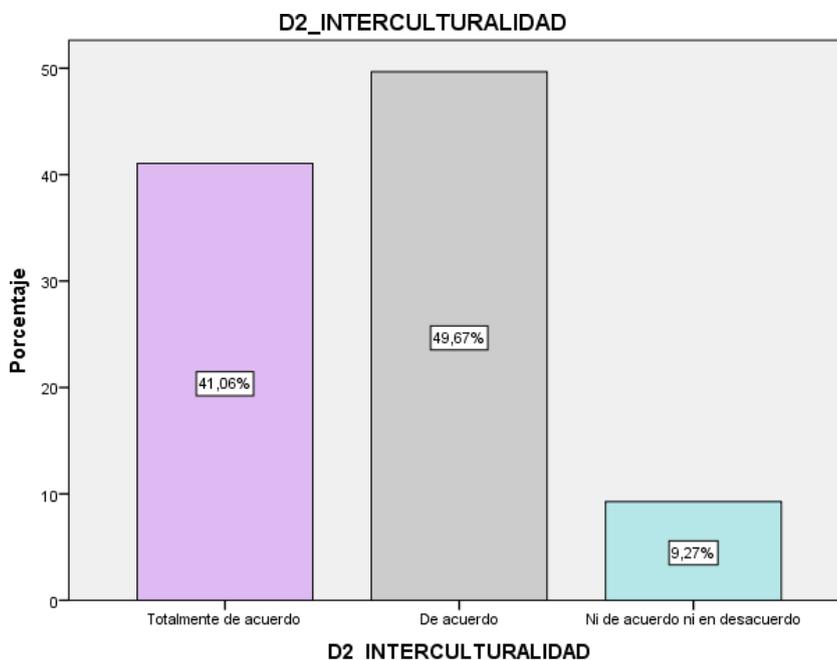
Interpretación: Según el gráfico de la variable 2 se obtiene los siguientes resultados, el 59,6% de los encuestados seleccionó “Totalmente de acuerdo”, el 38,41% seleccionaron “De acuerdo” y el 1,99% de los encuestados seleccionaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” y el en desacuerdo. Esto indica que la mayor parte de los encuestados esta totalmente de acuerdo que existe valores culturales en la canción Latinoamérica de Calle 13.

Dimensión 2 Interculturalidad

Tabla N° 11 Análisis descriptivo de Interculturalidad

D2_INTERCULTURALIDAD					
		Fi	Pi	Pi válido	Pi acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	62	41,1	41,1	41,1
	De acuerdo	75	49,7	49,7	90,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	9,3	9,3	100,0
	Total	151	100,0	100,0	

Figura 4: Representación gráfica de interculturalidad



Fuente: Elaboración propia

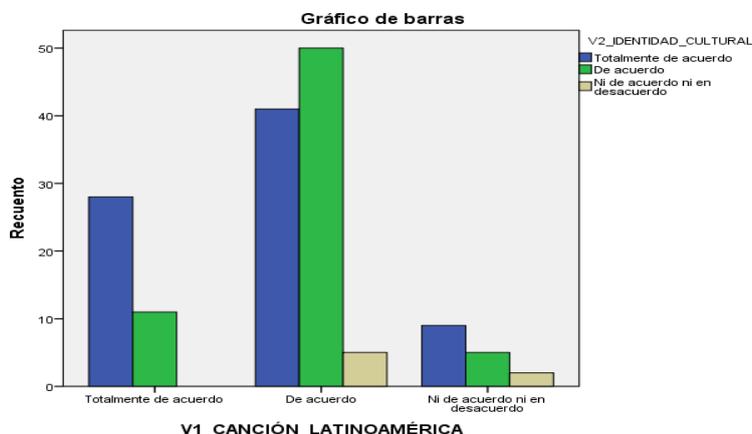
Interpretación: Según el gráfico de la variable 2 se obtiene los siguientes resultados, el 41,06% de los encuestados seleccionó “Totalmente de acuerdo”, del total de encuestado el 49,67% seleccionaron “De acuerdo” y el 9,27% de los encuestados seleccionaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” y el en desacuerdo. Esto revela que la mayor parte de los encuestados está de acuerdo que la canción Latinoamérica de Calle 13 presenta interculturalidad.

Tablas Cruzadas VI*V2 Canción Latinoamérica de Calle 13*Identidad cultural

Tabla N° 12: Tabla cruzada VI*V2 (Canción Latinoamérica de Calle 13*Identidad cultural)

			V2_IDENTIDAD_CULTURAL			Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
V1_CANCIÓN_LATINOAMÉRICA	Totalmente de acuerdo	Recuento	28	11	0	39
		% del total	35,9%	16,7%	0,0%	25,8%
	De acuerdo	Recuento	41	50	5	96
		% del total	52,6%	75,8%	71,4%	63,6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	9	5	2	16
		% del total	11,5%	7,6%	28,6%	10,6%
Total		Recuento del total	78	66	7	151
			100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 5: Representación gráfica de tabla cruzada de la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural.



Interpretación: Según la tabla cruzada que considera las variables, el 35.9% de los encuestados indicó estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea totalmente de acuerdo, el 16,7% mencionaron estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea de acuerdo. En la segunda pregunta, el 52,6% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea totalmente de acuerdo, el 75,8% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea de acuerdo y que el 71,4% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, en la tercera pregunta el 11,5%

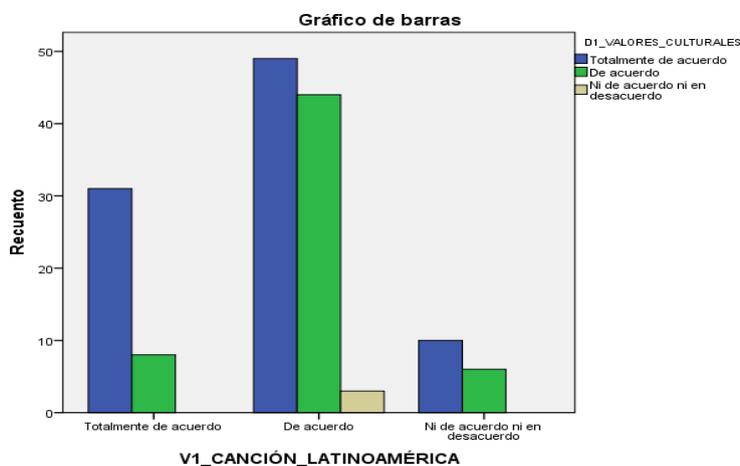
de los encuestados indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea totalmente de acuerdo, el 7,6% de los encuestados indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea de acuerdo y que el 28,6% de los encuestados indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la identidad cultural sea ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tablas Cruzadas VI*D1 Canción Latinoamérica de Calle 13*Valores Culturales

Tabla N° 13: Tabla cruzada VI*D1 (Canción Latinoamérica de Calle 13*Valores Culturales)

			D1_VALORES_CULTURALES			Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
V1_CANCIÓN_LATINOAMÉRICA	Totalmente de acuerdo	Recuento	31	8	0	39
		% del total	34,4%	13,8%	0,0%	25,8%
	De acuerdo	Recuento	49	44	3	96
		% del total	54,4%	75,9%	100,0%	63,6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	10	6	0	16
		% del total	11,1%	10,3%	0,0%	10,6%
Total		Recuento	90	58	3	151
		% del total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 6: Representación gráfica de tabla cruzada de la canción Latinoamérica de Calle 13 y los valores culturales



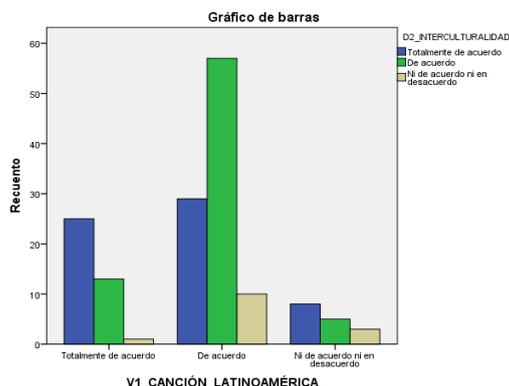
Interpretación: Según la tabla cruzada que considera la primera variable con la dimensión 1 de la segunda variable, el 34,4% indicó estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean totalmente de acuerdo, el 13,8% mencionaron estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hacen que los valores sean de acuerdo. En la segunda pregunta, el 54,4% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean totalmente de acuerdo, el 75,9% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean sea de acuerdo y que el 100% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, en la tercera pregunta el 11,1% indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean totalmente de acuerdo, el 10,3% de los encuestados manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean de acuerdo y que el 100% de los encuestados manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que los valores culturales sean ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Tablas Cruzadas VI*d2 Canción Latinoamérica de Calle 13*Interculturalidad

Tabla N° 14: *Tabla cruzada VI*d2 (canción Latinoamérica de Calle 13*Interculturalidad)*

			D2_INTERCULTURALIDAD			Total
			Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
V1_CANCIÓN _LATINOAMÉ RICA	Totalmente de acuerdo	Recuento % del total	25 40,3%	13 17,3%	1 7,1%	39 25,8%
	De acuerdo	Recuento % del total	29 46,8%	57 76,0%	10 71,4%	96 63,6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento % del total	8 12,9%	5 6,7%	3 21,4%	16 10,6%
Total		Recuento % del total	62 100,0%	75 100,0%	14 100,0%	151 100,0%

Figura 7: Representación gráfica de tabla cruzada de la canción Latinoamérica de Calle 13 y la interculturalidad



Interpretación: Según la tabla cruzada que considera la primera variable con la dimensión 2 de la segunda variable, el 40,3% indicó estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea totalmente de acuerdo, el 17,3% mencionaron estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hacen que la interculturalidad sea de acuerdo y el 7,1 mencionaron estar totalmente de acuerdo que la canción Latinoamérica hace la interculturalidad sea ni de acuerdo ni en desacuerdo. En la segunda pregunta, el 46,8% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea totalmente de acuerdo, el 76% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea de acuerdo y que el 71,4% menciona estar de acuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, en la tercera pregunta el 12,9 indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea totalmente de acuerdo, el 6,7% indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea de acuerdo y que el 21,4% indica estar ni de acuerdo ni en desacuerdo que la canción Latinoamérica hace que la interculturalidad sea ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Prueba de Correlación

Tabla N° 15: Grado de relación

-0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa muy considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.25	Correlación negativa débil
-0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe ninguna relación entre las variables
0.00	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández y Mendoza (2019, p. 273)

La canción “Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H0: La canción “Latinoamérica de Calle 13 no fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H1: La canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; $z = 1.96$)

Regla de decisión:

Si, Sig. $e < Sig. i$, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. $e > Sig. i$, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla N° 16: Contrastación de hipótesis general

Correlaciones			V1_CANCIÓN_ LATINOAMÉRI CA	V2_IDENTIDAD _CULTURAL
Rho de Spearman	V1_CANCIÓN_LATINOAMÉ RICA	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000	,196*
		N	151	,016 151
	V2_IDENTIDAD_CULTURAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	,196*	1,000
		N	151	,016 151

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

Fuente: *Elaboración propia*

Interpretación: La tabla 16, nos indica la correlación positiva muy débil entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad Cultural, del cual se analizó el Rho de Spearman con un valor igual a 0.196 y un Sig. 0.016 que <0.05 por lo cual se determinó que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Prueba de Hipótesis Específica 1: La canción “Latinoamérica de Calle 13 fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H0: La canción “Latinoamérica de Calle 13 no fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H1: La canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; $z = 1.96$)

Regla de decisión:

Si, Sig. $e <$ Sig. i, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1

Si, Sig. $e >$ Sig. i, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla N° 17: Contrastación de hipótesis específica 1

Correlaciones			V1_CANCIÓN_ LATINOAMÉRI CA	D1_VALORES_ CULTURALES
Rho de Spearman	V1_CANCIÓN_LATINOAMÉ RICA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 151	,181* ,026 151
	D1_VALORES_CULTURALE S	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,181* ,026 151	1,000 . 151

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

Interpretación: La tabla 17, nos indica la correlación positiva débil entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y los valores culturales, del cual se analizó el Rho de Spearman con un valor igual a 0.181 y un Sig. 0.026 que <0.05 por lo cual se determinó que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Prueba de hipótesis específica 2: La canción “Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H0: La canción “Latinoamérica de Calle 13 no fortalecería la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

H1: La canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

Significancia: Sig.: 0.05 (95%; $z = 1.96$)

Regla de decisión:

Si, Sig. $e < Sig. i$, entonces se rechaza la H0 y se acepta la H1 Si, Sig. $e > Sig. i$, entonces se rechaza la H1 y se acepta la H0

Tabla N° 18 Contrastación de hipótesis específica 2

Correlaciones			V1_CANCIÓN_ LATINOAMÉRI CA	D2_INTERCUL TURALIDAD
Rho de Spearman	V1_CANCIÓN_LATINOAMÉ RICA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 151	,217** ,007 151
	D2_INTERCULTURALIDAD	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,217** ,007 151	1,000 . 151

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

Interpretación: La tabla 18, nos indica la correlación positiva débil entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y los valores culturales, del cual se analizado el Rho de Spearman con un valor igual a 0.217 y un Sig. 0.007 que <0.05 por lo cual se a determinada que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalecería la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.

IV. DISCUSIÓN

Mediante los resultados se corroboró la hipótesis y objetivos planteados en la investigación, que tiene como finalidad determinar si la canción Latinoamérica de Calle 13 fortalece la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS.

El objetivo general fue identificar la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019. La prueba de Rho de Spearman demostró un nivel de significancia bilateral menor 0.05 por ende, se acepta la hipótesis de investigación indicando que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalece la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Decana de América, Cercado de Lima 2019 y existe correlación baja. Por lo tanto, el objetivo general queda demostrado.

En función de los resultados obtenidos en la tabla No 15 y figura 8 se aprecia que, el 75,8% (50 encuestados) marcó en la segunda opción de la tabla cruzada de acuerdo y en la tercera alternativa el 71,4% (5 encuestados) consideró ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto evidencia que la mayoría de los encuestados está de acuerdo que la canción Latinoamérica genera identidad cultural. El resultado es coherente con la investigación de Córdova y Erazo (2015) con su tesis la influencia del rock en la creación de identidad cultural, quien determina que existe un vínculo entre el rock y los aportes teóricos. El contenido de estos productos audiovisuales ayuda a concientizar a la sociedad sobre el valor de la Identidad cultural.

El objetivo específico I plantea; Describir la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 con los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019. La prueba de Rho de Spearman demostró un nivel de significancia bilateral menor 0.05 por ende, se acepta la hipótesis de investigación indicando que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalece los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019 y existe correlación positiva débil. Por lo tanto, el objetivo específico I queda demostrado.

En función de los resultados obtenidos en la tabla No 16 y figura 9 se aprecia que, el 75,9% (44 encuestados) marcó en la segunda opción de la tabla cruzada de acuerdo y en la tercera alternativa el 100% (3 encuestados) consideró ni de acuerdo ni en desacuerdo

Esto evidencia la mayoría está de acuerdo que la canción Latinoamérica para generar valores culturales. El resultado es coherente con la investigación de Miranda (2017) con su tesis identidad sociocultural a partir de la enseñanza histórica de la ciudad, quien concluyó en que la ausencia de enseñanza tiene efectos adversos en los conocimientos. Eso quiere decir que si es necesario incentivar los valores culturales en los contenidos audiovisuales.

El objetivo específico II plantea; determinar cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de UNMS, Cercado de Lima 2019. La prueba de Rho de Spearman demostró un nivel de significancia bilateral menor 0.05 por ende, se acepta la hipótesis de investigación indicando que la canción Latinoamérica de Calle 13 si fortalece la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019 y existe correlación positiva débil. Por lo tanto, el objetivo específico I queda demostrado.

En función de los resultados obtenidos en la tabla No 17 y figura 10 se aprecia que, el 76% (57 encuestados) marcó en la segunda opción de la tabla cruzada de acuerdo y en la tercera alternativa el 71,4% (10 encuestados) consideró ni de acuerdo ni en desacuerdo. Esto evidencia que, un mayor porcentaje de los encuestados está de acuerdo que la canción Latinoamérica genera interculturalidad. El resultado es coherente con la investigación de Barreto (2015) con su tesis Identidad intercultural en jóvenes hijos de padres provincianos – migrantes, quien concluyó en que los padres buscan transmitir los valores que tienen gracias a las experiencias vividas, en sus hijos. Eso quiere decir que los valores son adquiridos en casa y se va formando diversas culturas resaltando el respeto entre ellos.

V. CONCLUSIONES

Esta investigación determinó que existe la relación de 0,196 que es positiva entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019.

Se demostró que existe relación de 0,181 que es positiva entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019.

Se llega a determinar que existe la relación de 0,217 que es positiva entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la UNMS, Cercado de Lima 2019.

VI. RECOMENDACIONES

En relación a los resultados generales en la investigación se recomienda innovar contenidos audiovisuales para revalore los valores culturales.

Con respecto al primer objetivo, se sugiere crear videoclips con contenidos culturales que generen conciencia en los usuarios, considerando que en los resultados del cuestionario, los estudiantes afirman que estos contenidos si son vistos y de interés.

De acuerdo al segundo objetivo, se recomienda incentivar los valores culturales (cívicos, sociales y morales) en las canciones, esto nos ayudará a que las personas tengan una crítica de lo que ven y/o escuchan.

Aplicar la interculturalidad (igualdad y respeto entre culturas) en los contenidos audiovisuales

REFERENCIAS

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las Teorías de la Información y la Comunicación*. España: Universidad de Murcia.
- Alavez, A. (2016). *Interculturalidad: conceptos, alcances y derecho*. Recuperado de <https://rm.coe.int/1680301bc3>
- Barboza, L. (diciembre, 2015). Investigación básica, aplicada y evaluativa: cuestiones de campo e implicancias para Uruguay. Páginas de Educación. Recuperado de <https://revistas.ucu.edu.uy/index.php/paginasdeeducacion/article/view/711>
- Barreto, K. (2015). Identidad intercultural en jóvenes hijos de padres provincianos – migrantes: Influencia de la comunicación de relatos de vida. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6594>
- Becerra, D. (sin fecha). El Videoclip como negocio e instrumento de dominio político. Recuperado de <https://www.nodo50.org/gpm/Illescas/Todo.pdf>
- Berrospi (2014). El entretenimiento televisivo y la identidad cultural, en los colegios emblemáticos de la ciudad de Huánuco, 2012. (Tesis de licenciatura). Recuperada de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3740/Berrospi_cv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cabrera, L. (12 de abril del 2015). Teoría de Usos y Gratificaciones (Mensaje de un blog). Recuperado de <https://teoriascomunicacionsocial.wordpress.com/2015/04/12/teoria-de-los-usos-y-gratificaciones/>
- Cano, M. y Custodio, N. (febrero, 2017). Efectos de la música sobre funciones cognitivas. *Revista Neuropsiquiatr.* Recuperado de <http://www.scielo.org.pe/pdf/rnp/v80n1/a08v80n1>
- Cepeda, O. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Revista Uva*. Recuperado de <https://revistas.uva.es/index.php/tabaque/article/view/2092>

Contracampo. (S. F.). “you can’t buy my life”: Calle 13, the representations of the continent in the Latinoamérica.

Recuperada de:

https://www.academia.edu/37646511/You_Can_t_Buy_My_Life_Calle_13_the_representations_of_the_continent_in_the_Latinoam%C3%A9rica_musical_narrative_and_the_ambiguous_Puerto_Rican_context

musical narrative and the ambiguous Puerto Rican context

Córdova, C. y Erazo, N. (2015). La influencia del rock en la creación de identidad cultural – nacional en los jóvenes de la ciudad de Latacunga. (Tesis de licenciatura).

Recuperada de <https://studylib.es/doc/5072261/repositorio-utc---universidad-t%C3%A9cnica-de-cotopaxi>

Cunalata, E. (2016). Género lírico infantil en el desarrollo del lenguaje oral de los niños y niñas de a 5 años de la escuela Fiscal Mixta “Celiano Monge”, de la Parroquia Turubamba Quito. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/12405/1/T-UCE-0010-1476.pdf>

Eustaquio, R. y Valdez, E. (2017). Influencia de la música folklórica en el fortalecimiento de la identidad cultural en los niños de 5 años de la I. E. N° 1654 “Radiantes Cpullios” Urb. Chimú – Trujillo – 2015. (Tesis de licenciatura). Recuperada de

<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/7990>

Flores, C. (2017). Identidad cultural y aprendizaje significativo en los estudiantes de la música de la UNF Enrique Guzmán y Valle – 2016. (Tesis de licenciatura).

Recuperada de

<http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1271/TM%20CE-Du%203065%20F1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gómez F., Navarrete, J. y Pérez, F. (30 de diciembre del 2014). El videoclip narrativo en Youtube. *Revista PerSphera pública*. Recuperado de

<http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/228/204>

Gutiérrez, A. (2018). ¿Los valores culturales afectan el bienestar humano? Evidencias desde los reportes de investigación. *Revista Javeriana*. Recuperado de

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/view/22118>

- Hernandez, C. (2018). Calle 13 y su discurso social. Recuperada de http://acceso.ku.edu/pdfs/letra_latinoamerica.pdf
- Hernandez, J., Robles, B. y José, O. (marzo, 2016). Valores Sociales en familia y escuela: discusión axiológica. *Revista Old*. Recuperado de <http://revistasolds.cecar.edu.co/busqueda/article/download/169/159>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. (6.a ed.). Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V
- Islas, P., Trevizo, M., Pérez, P. y Heiras, A. (2014). *La identidad cultural de los menonitas mexicanos. (vol.5)*. México: IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH.
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- López, R. (2014). Identidad cultural de los pueblos indígenas. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/07/01/Lopez-Ricardo.pdf>
- Martínez, M. (2015). Comunicación intercultural y rescate de saberes y prácticas ancestrales: estudio de caso del acompañamiento de la Asociación Bartolomé Aripaylla (ABA) en la comunidad campesina de Quispillaccta (Ayacucho). (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6376>
- Martins, J. (2014). Cultura e identidad: interacción y conflicto en la construcción de una cultura común brasileña. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <https://eprints.ucm.es/29390/1/T35922.pdf>
- Ministerio de Cultura (marzo, 2018). *Buenas prácticas interculturales en gestión pública*. Recuperado de <http://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/buenas-practicas-concurso2014-2016.pdf>
- Miranda, L. (2017), Identidad sociocultural a partir de la enseñanza histórica de la ciudad, (tesis doctoral). Recuperada de <https://eprints.ucm.es/30753/1/T36154.pdf>

- Medrano, D. y Ahumada, E. (2018). Percepción de valores culturales en trabajadores y su importancia en el desempeño en la industria maquiladora. *Revista SCielo*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v63n3/0186-1042-cya-63-03-00006.pdf>
- Ojeda, J. (2015). La música tradicional ecuatoriana en el fortalecimiento de la identidad cultural de los habitantes del Cantón Piñas, provincia de el Oro, Periodo 2014. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/21285/1/TESIS%20JOS%C3%89%20LUIS%20OJEDA%20QUICHIMBO.pdf>
- Pérez, A., y Moreno, V. (2014). “La araña que el idioma daña”. Formas de lo risible en la lírica de Calle 13. *Revista Cuadernos de Lingüística Hispánica*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/307610532_La_ara%C3%89a_Formas_de_lo_risible_en_la_lirica_de_Calle_13
- Pérez, J. (setiembre, 2017). El videoclip en internet: cambios del formato en su distribución online. *Revista Razón y palabra*. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/956>
- Rios, I. y Rojas, J. (2018). La canción como estrategia didáctica para el logro del desarrollo de la expresión oral en los estudiantes del segundo grado de primaria de la Institución Educativa Mi Pequeño Genio de Vitarte-2017, UGEL 06. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1863>
- Rodríguez, M. (2016). Programa de valores morales para mejorar la disciplina escolar en niños del quinto grado de primaria de la i. E. “Jesús maestro de Miramar” – moche – provincia de Trujillo – departamento de la libertad - 2015. (Tesis de maestría). Recuperada de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/2292>
- Salces, B. (2014). Sexismo en los videoclips: Análisis de videos musicales en los 40 pincipales. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/5570>
- Schreiber, M., Herández, K., Moran, M. y Fuentes, M. (2017). Valores cívicos en la educación básica. Ecuador: Universidad Estatal de milagro. *Revista científica: Dominio de las Ciencias*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325889>

Vides, A. (2014). Música como estrategia facilitadora del proceso enseñanza aprendizaje. (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/84/Vides-Andrea.pdf>

Zárate, A. (abril, 2014). Interculturalidad y decolonialidad. *Revista Tabula Rasa*. Recuperada de <http://www.revistatabularasa.org/numero-20/05-Zarate.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento

Instrumento

Questionario

Canción Latinoamericana de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019"

Fines exclusivamente académicos y se mantendrá en absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa la alternativa correspondiente.

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre	(S)	= 5
Casi siempre	(CS)	= 4
A veces	(AV)	= 3
Casi nunca	(CN)	= 2
Nunca	(N)	= 1

Ítems/ preguntas	5	4	3	2	1
Variable I: Canción Latinoamericana de Calle 13	S	CS	AV	CN	N
D1: Videoclip					
¿Consideras que el videoclip de la canción Latinoamericana transmite contenido ideológicos ?					
¿Se puede considerar a internet como el mejor canal para difundir videoclips?					
¿El videoclip Latinoamericana contribuye a la formación de estereotipos ?					
D2: Música					
¿El videoclip Latinoamericana transmite valores culturales ?					
¿Sientes que los valores (respeto y justicia) que se transmiten en el videoclip son practicados actualmente?					
¿Consideras al videoclip Latinoamericana como una nueva forma de comunicación intercultural?					
¿Apoyarías a que esta nueva forma de comunicación intercultural se siga implementando ?					
¿Crees que el videoclip expresa un rechazo por la falta de conciencia sobre temas culturales?					
¿Crees que el videoclip Latinoamericana es una forma de expresión personal de Calle 13?					
D3: Lirica					
¿Consideras que Calle 13 usa su opinión con respecto a la sociedad en el videoclip Latinoamericana?					
¿En tu opinión, la imagen corporal de los protagonistas del videoclip sensibiliza a la audiencia?					
¿Te sientes identificado con las vivencias cotidianas de los personajes del videoclip?					

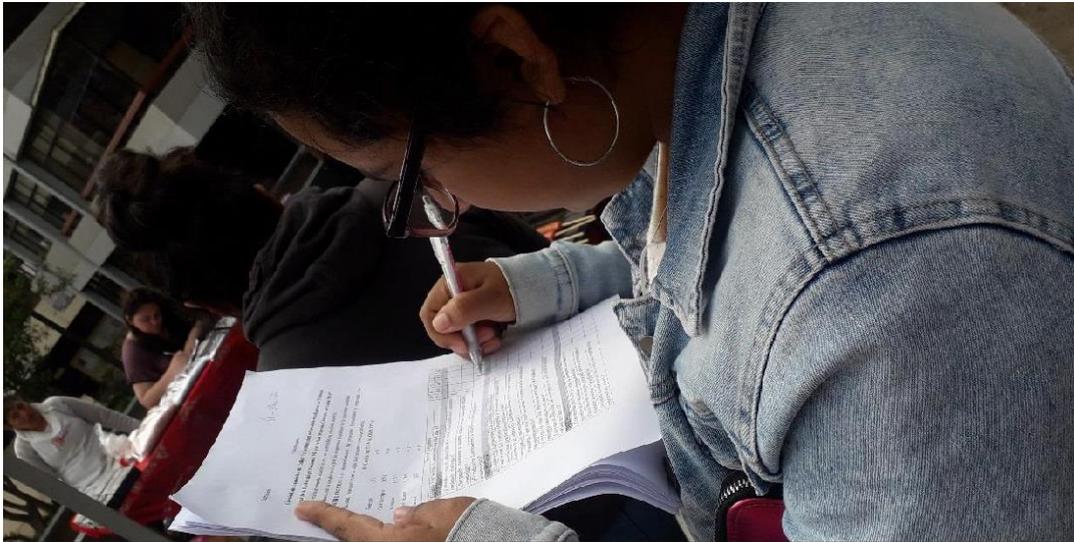
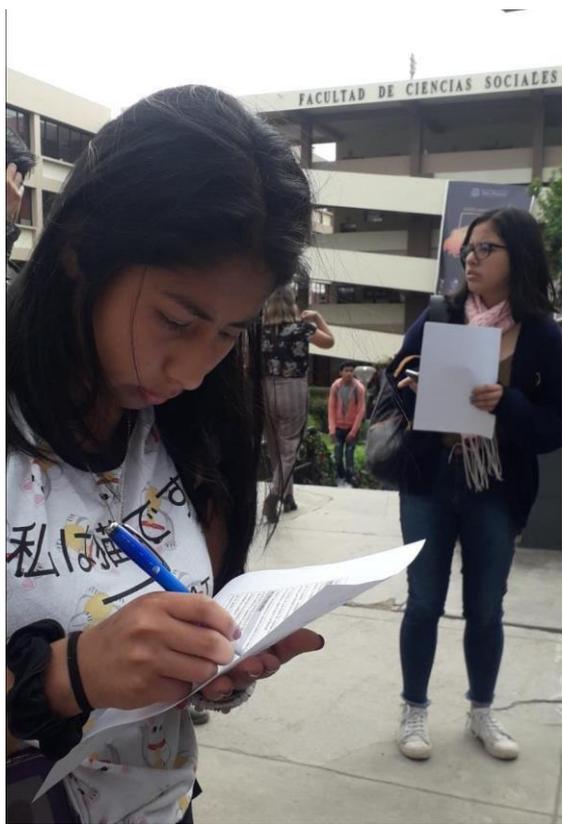
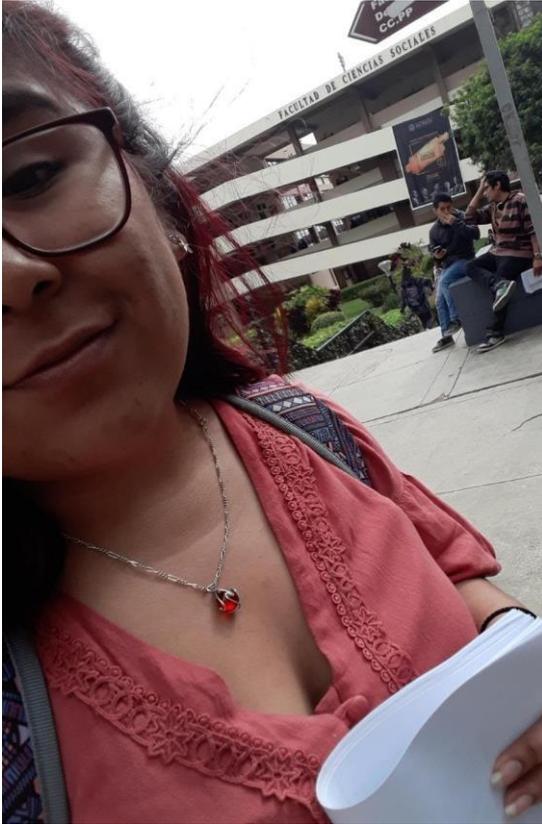
Ítems/ preguntas	5	4	3	2	1
Variable 2: Identidad cultural	S	CS	AV	CN	N
D1: Valores culturales					
¿Consideras que el videoclip transmite valores cívicos como el respeto y la justicia?					
¿En tu opinión, consideras que el videoclip transmite valores morales , por ejemplo la honestidad y lealtad?					
¿El videoclip es una forma de expresar los valores sociales de Latinoamérica como el amor y la libertad?					
¿Debería incrementarse los valores sociales en los videoclip?					
D2: Interculturalidad					
¿Crees que el videoclip incentiva el diálogo intercultural?					
¿En el videoclip se muestra el respeto hacia las demás culturas?					
¿Piensas que en el videoclip se muestra a Latinoamérica como una sociedad sin conflicto ?					
¿En tu opinión, crees que el videoclip Latinoamérica concientiza respecto a la identidad de culturas?					

Matriz de Consistencia

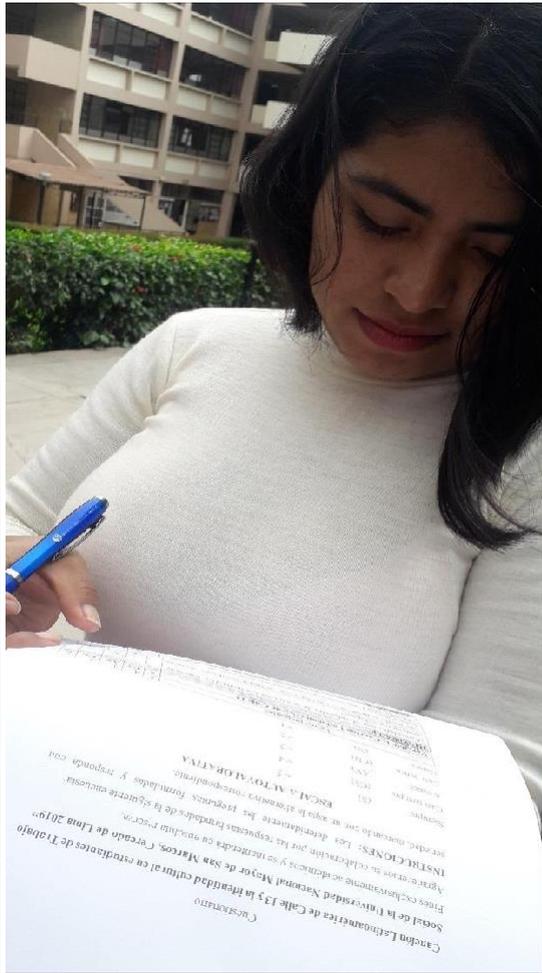
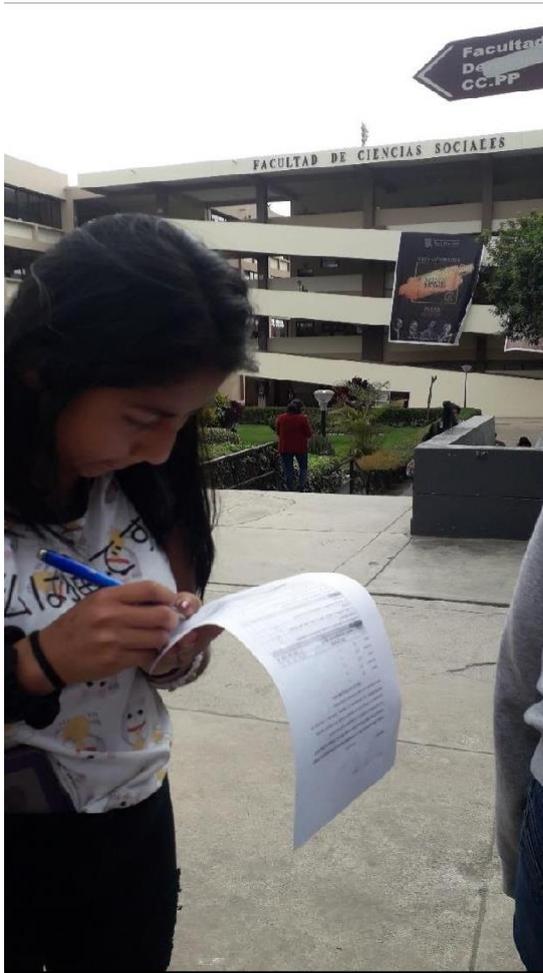
+

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
<p>Problema General</p> <p>Cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?</p> <p>Problema Específico</p> <p>1. ¿Cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?</p> <p>2. ¿Cómo se relaciona en la canción Latinoamérica de Calle 13 con la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Identificar la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 y la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.</p> <p>Objetivo Específicos</p> <p>1. Describir la relación entre la canción Latinoamérica de Calle 13 con los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima, 2019.</p> <p>2. Determinar cómo se relaciona la canción Latinoamérica de Calle 13 con la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>La canción "Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la identidad cultural en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.</p> <p>Hipótesis Específicos</p> <p>1. La relación de la canción Latinoamérica de Calle 13 fortalecería los valores culturales en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.</p> <p>2. La relación de la canción Latinoamérica de Calle 13 fortalecería la Interculturalidad en estudiantes de Trabajo Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Cercado de Lima 2019.</p>	Variable 1: Canción Latinoamérica de Calle 13				
			Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Niveles y Rango
			D1: Videoclip	- Ideológico - Internet - Estereotipos	1 2 3	Likert - Totalmente de acuerdo (1) - De acuerdo (2) - Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo(4) - Totalmente en desacuerdo (5)	Alto Intermedio Bajo
			D2: Música	- Cultura - Comunicación - Expresión personal	4 - 5 6 - 7 8 - 9		
			D3: Lírica	- La sátira social - La imagen corporal	10 11 - 12		
			Variable 2: Identidad Cultural				
Dimensiones	Indicadores	Items	Escala	Niveles y Rango			
D1: Valores culturales	- Cívicos - Morales - Sociales	13 14 15	Likert - Totalmente de acuerdo (1) - De acuerdo (2) - Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo(4) - Totalmente en desacuerdo (5)	Alto Intermedio Bajo			
D2: Interculturalidad	- Diálogo intercultural - Tolerancia - Pluralismo	16 - 17 18 - 19 20					

Anexo 3: Fotos







Anexo 4: Juicio de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: CANCIÓN LATINOAMÉRICA DE CALLE 13

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Cantidad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Comienza que el ritmo de la canción, alfonseca, con el ritmo de los pasos?	X		X		X		
2	¿Se puede considerar a la letra como el mejor caso de un alfonseca?	X		X		X		
3	¿El ritmo alfonseca contribuye a la dimensión de la canción?	X		X		X		
4	¿Comienza que el ritmo de la canción, alfonseca, con el ritmo de los pasos?	X		X		X		
DIMENSION 2								
5	¿El ritmo alfonseca tiene un carácter de alfonseca?	X		X		X		
6	¿Sirven en la canción los ritmos que se encuentran en el alfonseca, son prácticos o naturales?	X		X		X		
7	¿Considera al alfonseca, alfonseca, como una nueva forma de comunicación musical?	X		X		X		
8	¿Apunta a que sea una nueva forma de comunicación musical de alta calidad?	X		X		X		
9	¿Cree que el ritmo alfonseca es un ritmo de calidad sobre otros ritmos?	X		X		X		
10	¿Cree que el ritmo alfonseca es una forma de expresión por la Calle 13?	X		X		X		
DIMENSION 3								
10	¿Considera que Calle 13 es un alfonseca en respecto a la canción alfonseca?	X		X		X		
11	¿En la opinión, el mejor ejemplo de los ritmos de alfonseca se encuentra en la canción?	X		X		X		
12	¿Se siente identificado con los ritmos alfonseca o los ritmos de la canción?	X		X		X		

Observaciones (prestar si hay suficientes):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellido y nombres del juez validador, D^o / Lic^o: Chavez, Cesar, José Alberto DNI: 1619237

Especialidad del validador: Psicología

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar el constructo o dimensión específica del constructo.

Cantidad: Se evaluó si el ítem figura el enunciado del ítem, es claro, preciso y breve.

Nota: Si hubiera, se daría suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

16 de Mayo del 2019

[Firma]
Especialista en Psicología



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IDENTIDAD CULTURAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia		Relevancia		Cantidad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Considera que el alfonseca tiene los valores culturales como el respeto y la justicia?	X		X		X		
2	¿En su opinión, considere que el alfonseca, tiene valores nuevos, por ejemplo, la honestidad y la fe?	X		X		X		
3	¿El alfonseca es un ritmo de expresión de los valores sociales de la comunidad peruana?	X		X		X		
4	¿Debería introducirse los valores sociales en los alfonsecas?	X		X		X		
DIMENSION 2								
5	¿Cree que el alfonseca tiene los valores culturales?	X		X		X		
6	¿En el alfonseca se muestra el respeto hacia los demás y la cultura?	X		X		X		
7	¿Puede que en el alfonseca se muestra a la comunidad como una sociedad unificada?	X		X		X		
8	¿En su opinión, cree que el alfonseca tiene los valores culturales como el respeto y la justicia?	X		X		X		

Observaciones (prestar si hay suficientes):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellido y nombres del juez validador, D^o / Lic^o: Chavez, Cesar, José Alberto DNI: 1619237

Especialidad del validador: Psicología

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar el constructo o dimensión específica del constructo.

Cantidad: Se evaluó si el ítem figura el enunciado del ítem, es claro, preciso y breve.

Nota: Si hubiera, se daría suficiente cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

16 de Mayo del 2019

[Firma]
Especialista en Psicología

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IDENTIDAD CULTURAL

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia*		Relevancia*		Claridad*		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Considera que el videojuego transmite valores positivos como el respeto y la amistad?	X		X		X		
2	¿En su opinión, consideras que el videojuego transmite valores morales, por ejemplo, la honestidad y el amor?	X		X		X		
3	¿El videojuego es una forma de expresar los valores sociales de Latinoamérica como el amor y la libertad?	X		X		X		
4	¿Cabeza? ¿Representa los valores sociales en los videojuegos?	X		X		X		
DIMENSION 2								
5	¿Crees que el videojuego muestra el diálogo intercultural?	X		X		X		
6	¿En el videojuego se muestra el respeto hacia las demás culturas?	X		X		X		
7	¿Piensas que en el videojuego se muestra a Latinoamérica como una región unificada?	X		X		X		
8	¿En tu opinión, crees que el videojuego latinoamericano contribuye a la identidad de cultura?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay modificaciones):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable (X)** No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: **Zulema Dora Leiva Borcan**

Especialidad del validador: **Lic. Ciencias de la Comunicación**

Fecha: **28 de Abril del 2019**

DN: **10424528**

Firma: *Zulema Borcan*

Firma del Excmo. Rector: *Guillermo B...*

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: CANCIÓN LATINOAMERICANA DE CALLE 13

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia*		Relevancia*		Claridad*		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSION 1								
1	¿Consideras que el videojuego transmite valores culturales latinoamericanos?	X		X		X		
2	¿Se puede considerar a Internet como el mejor canal para difundir videojuegos?	X		X		X		
3	¿El videojuego latinoamericano contribuye a la formación de valores?	X		X		X		
4	¿Consideras que el videojuego de la canción latinoamericana transmite valores culturales?	X		X		X		
DIMENSION 2								
5	¿El videojuego latinoamericano transmite valores culturales?	X		X		X		
6	¿Sientes que los valores (respeto y justicia) que se transmiten en el videojuego se practican realmente?	X		X		X		
7	¿Consideras el videojuego latinoamericano como una nueva forma de comunicación intercultural?	X		X		X		
8	¿Crees que el videojuego aporta un beneficio por el uso de computadores como herramientas?	X		X		X		
9	¿Crees que el videojuego latinoamericano es una forma de expresión personal en Chile 13?	X		X		X		
DIMENSION 3								
10	¿Consideras que Chile 13 es un videojuego con respecto a la sociedad en el videojuego latinoamericano?	X		X		X		
11	¿En tu opinión, la imagen corporal de los protagonistas del videojuego se realista a la realidad?	X		X		X		
12	¿Te sientes identificado con los personajes que aparecen en los personajes del videojuego?	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay modificaciones):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable (X)** No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: **Zulema Dora Leiva Borcan**

Especialidad del validador: **Lic. Ciencias de la Comunicación**

Fecha: **28 de Abril del 2019**

DN: **10424528**

Firma: *Zulema Borcan*

Firma del Excmo. Rector: *Guillermo B...*

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.

Nota: Si fuese necesario, se debe adjuntar el concepto teórico formulado, la dimensión específica del constructo y la referencia a la literatura especializada que respalda el contenido del ítem, es decir, su validez y su fiabilidad.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: CANCIÓN LATINOAMERICANA DE CALLE 13

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Considera que el videoclip de la canción Latinoamericana transmite contenido ideológico?	X	X	X	X	X	X	
2	¿Se puede considerar a Internet como el medio ideal para el videoclip?	X	X	X	X	X	X	
3	¿El videoclip Latinoamericano contribuye a la formación de valores?	X	X	X	X	X	X	
4	¿Considera que el videoclip de la canción Latinoamericana transmite mensajes ideológicos?	X	X	X	X	X	X	
DIMENSION 2								
5	¿El videoclip Latinoamericano tiene un mensaje claro?	X	X	X	X	X	X	
6	¿Sientes que los mensajes presentados y transmitidos en el videoclip son prácticas culturales?	X	X	X	X	X	X	
7	¿Considera que el videoclip Latinoamericano transmite un mensaje de comunicación intercultural?	X	X	X	X	X	X	
8	¿Crees que el videoclip Latinoamericano contribuye a la formación de valores?	X	X	X	X	X	X	
9	¿Crees que el videoclip Latinoamericano es una forma de expresión personal de Calle 13?	X	X	X	X	X	X	
DIMENSION 3								
10	¿Consideras que Calle 13 es la canción perfecta para transmitir el mensaje Latinoamericano?	X	X	X	X	X	X	
11	¿En tu opinión, el mejor contenido de los parámetros del videoclip pertenece a la canción?	X	X	X	X	X	X	
12	¿Es un tema identificado con las vivencias cotidianas de los parámetros del videoclip?	X	X	X	X	X	X	

Observaciones (prestar a la(s) siguiente(s)...

Opinión de aplicabilidad: Aplicada No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Ing. Pante Valverde Segundo Ygnacio

Especialidad del validador: Estadístico

DN: 1883714

Fecha: 20 de mayo de 2019

Firma del Experto Informante: [Firma]



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE: IDENTIDAD CULTURAL

N	DIMENSIONES / Items	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
1	¿Considera que el videoclip transmite valores correctos como el respeto y la justicia?	X	X	X	X	X	X	
2	¿En tu opinión, consideras que el videoclip transmite valores morales, por ejemplo, la honestidad y el amor?	X	X	X	X	X	X	
3	¿El videoclip es una forma de expresar los valores sociales de Latinoamérica como el amor y la libertad?	X	X	X	X	X	X	
4	¿Debería promoverse los valores sociales en los videoclips?	X	X	X	X	X	X	
DIMENSION 2								
5	¿Crees que el videoclip transmite el valor intercultural?	X	X	X	X	X	X	
6	¿El videoclip transmite un mensaje hacia los valores culturales?	X	X	X	X	X	X	
7	¿Pienso que en el videoclip se muestra a Latinoamérica como una sociedad unificada?	X	X	X	X	X	X	
8	¿Es un estilo claro que el videoclip latinoamericano representa a la identidad de culturas?	X	X	X	X	X	X	

Observaciones (prestar a la(s) siguiente(s)...

Opinión de aplicabilidad: Aplicada No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Ing. Pante Valverde Segundo Ygnacio

Especialidad del validador: Estadístico

DN: 1883714

Fecha: 20 de mayo de 2019

Firma del Experto Informante: [Firma]

Anexo 5: Control de Asesorías

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	CONTROL DE ASESORÍAS		Código : F01-PP-PR-02.02
			Versión : 09
			Fecha : 23-03-2018
			Página : 1 de 1

1. DATOS GENERALES

Filial / sede:	Ate	Período académico:	2019 - II
Programa académico:	Ciencias de la Comunicación	Ciclo:	X
Docente:	Gustavo García	E-mail:	diana-rivas-1997@outlook.com

Nº	Autor	Fecha	Hora	Breve descripción de la asesoría
1	Rivas Vilchez Diana	04/09/19	4:00pm	Revisión de instrumento
2	Rivas Vilchez Lucy	11/09/19	1:00pm	Revisión de instrumento
3	Rivas Vilchez Lucy	18/09/19	1:00pm	Revisión de instrumento
4	Rivas Vilchez Lucy	25/09/19	1:00pm	Revisión de instrum.
5	Rivas Vilchez Lucy	02/10/19	1:00pm	Revisión de Instrum.
6	Rivas Vilchez Lucy	09/10/19	1:00pm	Revisión de instrum.
7	Rivas Vilchez Lucy	23/10/19	1:00pm	Revisión de instrum.
8	Rivas Vilchez Lucy	30/10/19	2:00pm	corrección de formato
9	Rivas Vilchez Lucy	06/11/19	1:00pm	observaciones del cuestionario
10	Rivas Vilchez Lucy	13/11/19	1:00PM	Revisión de resultados
11	Rivas Vilchez Lucy	20/11/19	1:00PM	corrección del formato
12	Rivas Vilchez Lucy			

 DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN		Firma del Docente 	
Elaboró	Revisó	 Responsable del SGC	 VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Ate

Anexo 6: Pantallazo del programa IBM SPSS

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

35: D3_LIRCA 1

Visible: 28 de 28 variables

Ítem	IDEO	INTE	EST	CUL	VAL	CON	IMP	CON	CON	EXP	OPN	COR	VIVE	CIV	MOR	SOCI	INCE	DIAL	RES	CON	IBEN	V1	V2	D1	D2	D1	D2	D1	D2	D3	D3	var	var	var	var			
	CO	T	OTIP	ERE	TUR	ORE	VAL	UN	EME	CEN	RES	ON	AL	MCA	COS	ALE	S	NTA	OGO	TO	D	CON	TDA	ORE	RCU	ORE	RCU	ORE	RCU	ICA	MUS	RC	var	var	var	var		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
6	6	3	3	2	4	5	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
7	7	1	4	2	3	3	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
8	8	2	3	4	3	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9	9	2	2	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
10	10	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
11	11	2	3	3	3	3	3	4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
12	12	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
13	13	2	2	3	2	3	3	3	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14	14	2	1	2	2	3	5	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15	15	1	3	4	3	3	3	4	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
16	16	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
17	17	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
18	18	2	3	1	3	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	19	2	1	2	2	4	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
20	20	2	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
21	21	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
22	22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
23	23	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
24	24	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	25	2	3	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
26	26	2	3	1	2	2	2	2	2	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	27	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	28	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	29	2	2	1	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	30	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	31	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	32	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	33	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	34	1	1	2	3	3	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	35	1	2	1	3	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

IBM SPSS Statistics Processor establecido | Unicode ON

Visita de datos | Vista de variables