

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE
HUAMANGA**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



TESIS:

**El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y el
fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en
la UNSCH, Ayacucho, 2022.**

Para optar el título profesional de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTADA POR:
Bach. Estefania SALVATIERRA MENDOZA

ASESORA:
Mg. Mariela Marisol LLANTOY BARBOZA

AYACUCHO - PERÚ

2024

A mis padres y hermanas, por su apoyo
incondicional en mi formación profesional.

Estefania

AGRADECIMIENTOS

A la insigne Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, por contribuir al desarrollo educativo de la región.

A los maestros de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, por compartir sus experiencias profesionales.

A la Mg. Mariela Marisol Llantoy Barboza, por su permanente asesoría académica.

A los estudiantes de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, por su contribución en el llenado de las fichas de cuestionario.

Índice

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
Índice.....	IV
Índice de tablas.....	VII
Resumen.....	IX
Introducción.....	10
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1. Descripción del problema.....	14
1.2. Formulación del problema.....	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problemas específicos.....	18
1.3. Objetivos de la investigación.....	19
1.2.1. Objetivo general.....	19
1.2.2. Objetivos específicos.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	20
2.1. Antecedentes.....	20
2.1.1. A nivel internacional.....	20
2.1.2. A nivel nacional.....	22
2.1.3. A nivel regional.....	25
2.2. Base teórica.....	26
2.2.1. Desde el enfoque de análisis de cultivo.....	26
Televisión y lenguaje	28
Programa televisivo digital	32

Programa televisivo	32
Televisión digital.....	34
Redes sociales.....	36
Audiencia y usuario.....	40
Programa Kuskanchik Unsch.....	44
2.2.2. Fortalecimiento de la identidad cultural.....	44
Teoría de la identidad cultural desde la perspectiva latinoamericana de Gilberto Giménez.....	45
Interculturalidad.....	48
Construcción de la identidad cultural.....	50
2.2. Definición de términos.....	55
CAPÍTULO III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	58
3.1. Hipótesis.....	58
3.1.1. Hipótesis principal.....	58
3.1.2. Hipótesis específicas.....	58
3.2. Variables y operacionalización.....	59
3.2.1. Descripción de las variables.....	59
3.2.2. Operacionalización de variables.....	59
3.3. Tipo de investigación.....	60
3.4. Nivel de investigación.....	60
3.5. Diseño de la investigación.....	61
3.6. Enfoque de la investigación.....	62
3.7. Población y muestra de estudio.....	62
3.7.1. Población.....	62
3.7.2. Muestra.....	63

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	64
3.8.1. Técnicas de investigación.....	64
3.8.2. Instrumentos.....	65
3.9. Procesamiento de los datos.....	66
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	67
4.1. Prueba de normalidad.....	67
4.2. Resultados descriptivos	68
4.3. Prueba de hipótesis.....	80
Discusión.....	86
Conclusiones.....	90
Recomendaciones.....	92
REFERENCIAS	93
ANEXOS.....	104

Índice de tablas

Tabla 1: *Operacionalización de variables*

Tabla 2: *Distribución de datos según la variable Programa televisivo kuskanchik
UNSCH*

Tabla 3: *Resultados de la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"*

Tabla 4: *Contenido educativo del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"*

Tabla 5: *Información en quechua del Programa televisivo digital "Kuskanchik
UNSCH"*

Tabla 6: *Temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"*

Tabla 7: *Comentarios interculturales en el Programa televisivo digital "Kuskanchik
UNSCH"*

Tabla 8: *Resultados de la variable Fortalecimiento de la identidad cultural*

Tabla 9: *Valor histórico de la cultura regional*

Tabla 10: *Reproducción de la costumbre personal*

Tabla 11: *Conciencia nacional sobre la cultura*

Tabla 12: *Sentimientos de pertenencia*

Tabla 13: *Programa televisivo Kuskanchik UNSCH y Fortalecimiento de la identidad
cultural*

Tabla 14: *Contenido educativo y Fortalecimiento de la identidad cultural*

Tabla 15: *Información en quechua y Fortalecimiento de la identidad cultural*

Tabla 16: *Temáticas bilingües y Fortalecimiento de la identidad cultural*

Tabla 17: *Comentarios interculturales y Fortalecimiento de la identidad cultural*

Tabla 18: *El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho*

Tabla 19: *Contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH*

Tabla 20: *Información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.*

Tabla 21: *Temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.*

Tabla 22: *Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH*

Tabla 18: *Distribución de datos según la variable fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.*

Resumen

El objetivo de investigación fue determinar la influencia del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Ayacucho, 2022. El estudio fue de tipo básica con enfoque cuantitativo, nivel correlacional, diseño no experimental de naturaleza correlacional causal. La muestra estuvo constituida por 385 estudiantes universitarios, quienes respondieron dos cuestionarios estructurados por variable de estudio. En el análisis de datos se empleó la prueba de Chi cuadrado, el mismo que permitió determinar los resultados cuantitativos, las cuales se organizaron en tablas descriptivas y de doble entrada. El resultado obtenido demuestra que el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, con un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$.

Palabras clave: Programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH”, fortalecimiento de la identidad cultural.

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas declaró el 2019 como “El año internacional de las lenguas indígenas” con la finalidad de generar conciencia y reflexionar sobre su conservación a nivel mundial. Esta denominación se dio tras el reconocimiento de la diversidad lingüística de los pueblos originarios y su intervención en el desarrollo sostenible de las naciones, alentando medidas adecuadas para su preservación, revitalización y promoción (García, 2019).

En el Perú, en 1975 el quechua fue reconocido como idioma oficial. Más adelante, mediante Ley N°29735 de fecha 05 de julio de 2011, se reguló y promovió su uso en espacios públicos como privados. El literal h del artículo 12 establece que el estado, a través de sus medios de comunicación, promuevan y difundan programas en lenguas originarias, abriendo la posibilidad de iniciar con la transmisión en lenguas . originarias, como parte de una identidad colectiva.

En este sentido, la existencia de un marco legal que establece medidas para implementar programas que incluyan a las lenguas originarias en los medios de comunicación del estado, han ido surgiendo como mecanismo de apoyo y una estrategia de integración cultural y fortalecimiento de las identidades. En esta misma línea, Canales (2022) resalta el valor que reside los canales de televisión como herramientas de apoyo en el desarrollo social, convirtiéndose en generadores de identidades.

Doyle et al. (2019) mencionan que existe un crecimiento exponencial de los medios de comunicación indígenas en las últimas décadas en América Latina. De ahí

que, los medios de comunicación enfrentan nuevas realidades con relación al rol que van desempeñando, la cual se presenta como fundamental dentro de las sociedades, desde la gestión de la información hasta la formación de las opiniones públicas.

En este sentido surge una cuestión primordial que es entender ¿cuál es la función que cumplen los medios de comunicación con el fortalecimiento de las identidades? Además se menciona que la información debe integrar enfoques de comunicación más inclusivas de las comunidades nativas, en un entorno donde la modernidad se caracteriza por presentarse dentro de una comunicación digital y el acceso a la información se ha convertido en un derecho.

El papel que cumplen los medios en revalorar los idiomas originarios como es el caso del quechua, un tema que ha cobrado mayor notoriedad y muestra de ello son los diversos proyectos de televisión que han empezado a producir contenidos en este idioma y que se están difundiendo desde diversas plataformas de señal abierta, así como la producción desde los espacios digitales difundidos por las redes sociales. Del mismo modo, las universidades han ido incluyendo programas informativos en quechua para superar los límites de exclusión que se generan entorno a los propios estudiantes, como resultado de los contactos culturales producidos en estos espacios.

Entonces, para que estos espacios de diálogos interculturales se generen es necesario que exista una relación de identidad a partir del lenguaje, como un elemento simbólico compartido entre este grupo de personas y el programa de televisión digital cuyo contenido refuerza los sentimientos de pertenencia. Los diversos programas que se presenta en este espacio televisivo digital están específicamente bajo el concepto de propuestas de una multiculturalidad que pueda integrar los diversos grupos étnicos en

el espacio universitario, y como estos se sienten vinculados o identificados a sus raíces a través del uso del quechua como elemento social que comparten. A esto se suma que los medios de comunicación cumplen un rol importante en revalorar las identidades culturales que puedan estar en amenazas.

Existe un denominador común entre estas iniciativas de televisión digital que han incluido noticieros y programas dirigidos a un sector de quechuahablantes, como es el lenguaje compartido entre ambos y parte integrante de la diversidad. Ejemplo de ello es el programa "Kuskanchik UNSCH", cuyo espíritu fue la difusión y valoración del idioma quechua. Es entonces que este programa de televisión digital de connotación intercultural, que se trabaja exclusivamente bajo el objetivo de una iniciativa categórica de inclusión social de estudiantes al ámbito académico permitiendo un desarrollo intercultural educativo.

Por ende, el programa "Kuskanchik UNSCH", es otro espacio de información noticiosa universitaria producido por la oficina de imagen institucional de la universidad. A esto se puede llegar a sumar que es una universidad multicultural de la región con un alto índice de alumnos que integran una diversidad de grupos étnicos y culturales.

En conclusión, "Kuskanchik UNSCH" es una plataforma de televisión digital que toca temas de interculturalidad en un espacio informativo de la universidad, a partir de la revaloración del idioma quechua como un elemento activo que permite compartir información sobre la coyuntura y el quehacer universitario. Este programa busca la inclusión social de los estudiantes, desde la manera de cómo se integran y se

vinculan con la sociedad, conjuntamente con la forma en que el proyecto busca relacionar la contribución de programas como este en la construcción de identidades.

El informe final de la investigación se estructura en cuatro capítulos: el Capítulo I contiene la descripción, la formulación del problema, los objetivos y la justificación y relevancia; el Capítulo II presenta el marco teórico, enfocando los antecedentes, la base teórica y la definición de términos. En el Capítulo III se sintetiza el material y método de la investigación, categorizando la hipótesis, las variables y operacionalización, el tipo, nivel, diseño y enfoque de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento de los datos.

Finalmente, en el Capítulo IV se sistematizan los resultados y la discusión, delimitando la descripción, la prueba de hipótesis y la discusión; finalmente, se presentan las conclusiones, las sugerencias y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Sobre las comunidades originarias, la ONU (2020) plantea que la información que se produce en dichas sociedades debe ser integral y con un enfoque de comunicación inclusiva. Esto supone que los contenidos respeten y propaguen los derechos lingüísticos de las minorías étnicas.

A razón de ello, durante la declaratoria de los Derechos de los Pueblos Indígenas realizado por la ONU (2008) se destacó la responsabilidad de las diversas naciones en promover la inclusión de las comunidades originarias, sus costumbres y vivencias: “los pueblos indígenas tienen el derecho a establecer sus propios medios de comunicación en sus propios idiomas y acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación” (p. 8). Al respecto, la ONU (2012) destaca la importancia que tienen los distintos medios de comunicación para el mantenimiento de las lenguas indígenas.

Analógicamente a este, Doyle (2013) sostiene que las cuestiones y demandas indígenas por la participación en espacios de comunicación es un derecho que se debe de garantizar y concibe que “los Medios Masivos de Comunicación (MMC) son vistos como un espacio fundamental desde el cual se puede llevar adelante la lucha por sus reivindicaciones” (p. 108). En este sentido, se entiende que los medios de comunicación representan un recurso simbólico al desempeñarse como puntos de referencia cultural y una fuente para reforzar las identidades.

Es así como los medios de comunicación; en especial los medios audiovisuales, ya que estos pueden ser vistos y oídos simultáneamente, ejercen una influencia que refuerzan las identidades culturales, como un elemento que tiene mayor alcance y proximidad al público, además a esto, el internet terminó configurando una nueva audiencia por la inmediatez de la información.

Por otra parte, Banchón (2022) afirma que en el Perú no se ha proporcionado de manera inmediata los espacios televisivos a las lenguas originarias, invisibilizando su situación y reproduciendo una tradición de orden colonial basada en la superioridad lingüística. Así, la televisión nacional peruana de señal abierta cuenta con cuatro programas en lenguaje originario y otras dos en radio nacional. Sin embargo, instituciones importantes como las universidades, están olvidando la diversidad cultural que comparten al recibir estudiantes de diversas comunidades dejando de lado la inclusión social de los alumnos.

Esto demuestra una importante brecha en la sociedad peruana y en las universidades, especialmente en la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, como foco de la investigación, porque se desconoce cómo se desarrolla.

Aquí es donde nace el problema y surge la necesidad de conocer cómo se relaciona el programa televisivo digital Kuskanchik UNSCH con el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en esta institución académica.

Conociendo el problema, surge la necesidad de investigar la identidad cultural que viene a ser un proceso o fenómeno relacionado con los aspectos culturales de una población o comunidad. De esta manera, los elementos culturales deben estar plenamente relacionados con las realizaciones humanas que sirven tanto para organizar como para dar sentido a la vida comunitaria.

Según Moya (2006) la identidad cultural forma parte del mensaje de la comunicación cotidiana. Por ello, la forma de convivencia tiene mucho que ver con niveles individuales, grupales, étnicos, nacionales y continentales. En este proceso social, el mensaje es el medio por el cual los seres humanos comunicamos sentimientos, emociones y experiencias cotidianas; un proceso interno en el que se adquieren conocimientos sobre la realidad en términos de códigos y signos de comunicación en un contexto social.

Por otro lado, Cansaya (2022) encontró que, en España el tiempo dedicado a la programación de información cultural en la televisión era mucho menor que en otras televisiones europeas. En el caso de Perú, según la base de datos de los Pueblos Indígenas u Originarios (BDPI) del Ministerio de Cultura (2021), se registran 48 idiomas de las cuales cuatro se hablan en los andes, siendo el quechua el idioma más extendido. Estas cifras constituyen un factor relevante al hablar de interculturalidad, en este sentido otro de los objetivos de esta investigación es como se relacionan estos diálogos interculturales en el programa digital de “Kuskanchik UNSCH”.

En tal sentido, existen casos de espacios televisivos de señal abierta como el programa Ñuqanchik que se difunde a través del canal de TVPERU donde emiten información en el idioma quechua. Siendo objeto de estudio de Cansaya (2022) quién durante su investigación buscó medir la relación existente entre el programa Ñuqanchik TV Perú y la identidad sociocultural de los pobladores de Abancay en Apurímac concluyendo que existe una relación positiva y directa en los espectadores de dicho espacio televisivo.

Otro de los casos estudiados es el de Salazar (2019) quién, en su investigación titulado el noticiario Ñuqanchik como aliado estratégico para fortalecer la comunicación con las comunidades quechuahablantes del Perú, 2018 buscó analizar la trascendencia que generó el noticiero Ñuqanchik al emitir información en quechua. Concluyendo que el programa ayuda a visibilizar las necesidades e intereses de la comunidad dándoles un espacio para que puedan desenvolverse.

En tal sentido este estudio es importante, porque permite conocer cuál es el nivel de relación que existe entre el programa digital con contenido en quechua “Kuskanchik UNSCH” con el fortalecimiento de las identidades de los estudiantes de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga; así como entender los contenidos de interculturalidad que se presentan en el programa.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH? Ayacucho, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo influye el contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH?
- b) ¿Cómo influye la información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH?
- c) ¿Cómo influye las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH?
- d) ¿Cómo influye los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Ayacucho, 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la influencia del contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.
- b) Determinar la influencia de la información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.
- c) Determinar la influencia de las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.
- d) Determinar la influencia de los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Cely (2021) realizó la investigación: *Fortalecimiento de la identidad cultural a través de las danzas tradicionales del departamento de Boyacá mediante el uso de las TIC*, para optar Título de Magíster TIC aplicadas a las Ciencias de la Educación en la Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia. El problema que motivó el estudio fue conocer el impacto de la estrategia didáctica basada en el uso de las TIC en el fortalecimiento de la identidad cultural. Ante ello se identificó el enfoque de investigación mixto, diseño comparativo y método descriptivo, siendo su público objetivo los estudiantes del octavo grado. El estudio concluyó que, los estudiantes de educación básica tienen un bajo conocimiento inherente de los ritmos dancísticos de la provincia de Boyacá, ya que conocen poco sobre los aspectos más mínimos del patrimonio cultural de la región en la que viven. Desde esta perspectiva, es cierto que los centros educativos necesitan implementar estrategias educativas y reorganizar los

currículos escolares para que los estudiantes puedan conocer las expresiones culturales y tradiciones de sus comunidades. Especialmente en la Escuela Boyacá, donde se aplicaron pre - tests de conocimientos inherentes a las tradiciones dancísticas del departamento, se confirmaron estas afirmaciones. Los estudiantes de la prueba diagnóstica administrativa presentaron niveles más bajos de conocimiento de danzas representativas del sector de Boyacá, con un puntaje promedio en la prueba de 2.77 en una escala de 1.0 a 5.0.

López (2020) trabajó la investigación: *Estudio de recepción del programa televisivo "expresarte" y su incidencia en la opinión pública de los estudiantes del séptimo semestre de comunicación social de la universidad de Guayaquil*, para optar el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, en la Universidad de Guayaquil. El problema que motivó el estudio fue cómo los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Guayaquil recibieron el programa Expresarte y la incidencia que existe en las opiniones públicas. El estudio realizado es de tipo descriptivo, diseño no experimental y de metodología materialista, concluyendo que, la opinión pública que generan los televidentes al ver programas televisivos de carácter artístico y cultural es abordada de mejor manera porque, saben que deben ser temas de interés general por su aporte a la comunidad cultural. La propuesta “CulturizArte, más arte y cultura en la TV” es factible ya que incentiva a los jóvenes a crear y producir más contenidos relacionados con el arte y la cultura nacional.

Guale (2016) realizó la tesis: *El programa televisivo Mi Recinto y su incidencia en la identidad cultural de la cabecera de Colonche en el año 2011*, para obtener el

Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena – La Libertad. El problema que motivo la presente investigación fue conocer la incidencia o influencia que tuvo el programa Mi recinto en la identidad cultural de los ciudadanos de colonche, el estudio realizado es de tipo básica, método etnográfico, enfoque cualitativo, método inductivo – deductivo y de diseño no experimental; donde concluyó que, los habitantes de Colonche acerca de la transmisión por TC televisión en el programa "Mi Recinto" no vieron el verdadero montubio ecuatoriano, y como tal fue falsamente imitado sin mostrar su verdadera esencia.

2.1.2. A nivel nacional

Cansaya (2022) realizó la tesis titulada: *Relación entre el Noticiero Ñuqanchik TV Perú y la Identidad Sociocultural de televidentes quechua- hablantes en la ciudad de Abancay, 2020*, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Peruana Unión. El problema que motivó la investigación fue medir la relación existente entre el programa Ñuqanchik TV Perú y la identidad sociocultural de los pobladores de Abancay en Apurímac. El proceso metodológico que siguió fue una investigación cuantitativa, descriptiva, correlacional con un diseño experimental, de corte transversal; donde concluyó que, se demostró una relación positiva y directa, así mismo, de gran importancia entre el programa informativo Ñuqanchik de TV Perú y la identidad cultural de la audiencia quechuahablante de la ciudad de Abancay en el 2020.

Salazar (2019) desarrolló la tesis: *El noticiario Ñuqanchik como aliado estratégico para fortalecer la comunicación con las comunidades quechuahablantes*

del Perú, 2018 para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de San Martín de Porras. El problema que motivo la presente investigación fue analizar la trascendencia que generó el noticiero Ñuqanchik brindando información a la población quechuahablante. El enfoque que siguió es de investigación cualitativa, tipo aplicada, transversal de diseño no experimental, descriptiva y explicativa, las técnicas que usaron fueron la observación y la entrevista a profundidad; donde concluyó, que es una iniciativa, que pretende dar voz al 16% de peruanos que conforman la población, es un hecho inédito para los quechuahablantes, visibilizando las necesidades e intereses de su comunidad.

Castillo (2018) trabajó la investigación: *La revitalización de la lengua quechua y la representación de la identidad andina que propone el noticiero “Ñuqanchik” a sus dos años de lanzamiento* para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación y periodismo en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. El problema que motivó el estudio fue conocer cómo el discurso periodístico del noticiero Ñuqanchik reivindica la lengua quechua en la sociedad peruana. El enfoque que siguió es la cualitativa, de tipo aplicada, nivel descriptiva – explicativa, de diseño no experimental, la técnica que usó fue la entrevista a profundidad; donde concluyó que, las conexiones horizontales con diferentes regiones nos permiten explorar cómo las transmisiones de noticias "Ñuqanchik" fortalecen las relaciones entre personas con un idioma, costumbres, tradiciones, religión, organización social, observación y forma de pensar comunes para construir su sentido de pertenencia a la sociedad. Para hacer esto, es necesario analizar las palabras del conductor y el reportero detrás de las noticias, así como revelar el contenido de noticias del tema que le gusta al equipo de producción para comunicar los problemas y logros del público. Los hablantes de

quechua en la sociedad contemporánea, según la propuesta del proyecto, definirán los recursos fundamentales de su identidad multilocal.

Bravo et al. (2016) desarrollaron el estudio: *Los programas televisivos de carácter folklórico y el fortalecimiento de la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa “Marcos Durán Martel - Amarilis – Huánuco 2014* para obtener el Título en Ciencias de la Educación en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán. El problema que motivo la presente investigación fue conocer el grado de relación existente entre los programas televisivos de carácter folclórico y el fortalecimiento de la identidad cultural en el público objetivo, siendo estos estudiantes de una institución educativa. El estudio es de tipo de investigación correlacional, diseño transversal correlacional y uso de método de investigación sintético y analítico; donde concluyó que, muestra que, en el marco de una perspectiva constructivista, existe una relación importante entre el carácter folclórico de la programación televisiva de los alumnos de segundo grado “B” de la institución y el fortalecimiento de la identidad cultural Educativa Marcos Durán Martel – Amarilis, 2014.

Mamani y Huamani (2019) realizaron el estudio: *Influencia de los programas televisivos en el aprendizaje significativo de los estudiantes de 6° grado de la Institución Educativa N° 56106 “Altiya canas” de Yanaoca – Cana – Cusco – 2018* para obtener el Título Profesional en Educación: Especialidad Educación Primaria de la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. El problema que motivó la investigación fue conocer la influencia generada por los programas de televisión en el proceso de aprendizaje en estudiantes de 6° grado de primaria. El estudio es de tipo básica, nivel descriptivo, diseño descriptivo causal y las técnicas usadas fueron las encuestas. El estudio concluye que, los programas de televisión tienen un efecto

significativo en el proceso de aprendizaje de los estudiantes de 6° grado de la Escuela Primaria Yanaoca Cañas Cusco No. 56106, por lo que el análisis de varianza muestra que existe una diferencia estadística significativa en el aprendizaje de los alumnos por los diferentes programas que ven.

2.1.3. A nivel regional

Perlacios (2016) realizó la tesis: *El Tullupallay, expresión de vigencia de la identidad Cultural tradicional en Julcamarca – Huancavelica 2015* para obtener el Título de Licenciatura en la Universidad San Cristóbal de Huamanga. El problema que motivó la investigación fue cómo es que el Tullupallay ayuda a conservar la identidad en Julcamarca – Huancavelica. El estudio utilizó en método etnográfico, nivel descriptivo y las técnicas usadas fueron la observación de campo, participante y la entrevista a profundidad. El trabajo concluye que, el *Tullupallay* conserva la identidad cultural en Julcamarca a través de valores como: *yupaychata*, *khuyapayaj* y el *yanapanakusun*, los cuales regulan el trato con el prójimo dentro de la convivencia social; esas acciones, otorgan el sentimiento de pertenecía a sus integrantes además de preservar la identidad cultural Julcamarquina. Asimismo, teniendo en cuenta que los factores que permiten la vigencia del *Tullupallay* en Julcamarca son: Creencias en sus deidades, valores, símbolos y rituales como el *ayni*, *akuy*, *tullupallay*, *velakuy* y el *Tullupampay* que fueron transmitidas de una generación a otra por medio del aprendizaje a través de la interacción social y que seguirán como guías para una interacción futura, estos elementos culturales contribuyen a la construcción una identidad cultural.

2.2. BASE TEÓRICA

2.2.1. Desde el enfoque de análisis de cultivo

Los primeros estudios en torno a la influencia mediática fueron realizados por Gerbner y Gross (1996) quienes demostraron que la televisión es un elemento que tiene un predominio simbólico y que ejerce un nivel de influencia en la actitud y en el comportamiento del espectador, ello como respuesta a la exposición de contenidos audiovisuales. A esto, los autores lo denominaron como *El análisis de cultivo*, esta influencia es la principal fuente de interiorización que contribuye en la formación de las definiciones sociales, políticas y culturales; esto, logrado por la mayor integración de los contenidos, en los receptores de la información.

Al respecto Lozano (1996) señaló que, en la información proporcionada sobre la audiencia, están insertas bits de información, es decir, los mensajes que produce el emisor, en este caso los medios de comunicación, pueden ir cambiando las actitudes de quienes consumen la información:

Pero las actitudes no se adquieren por herencia biológica, sino que se forman lentamente con base en múltiples bits de información, que le llegan al individuo del entorno, llamados cogniciones. “Una actitud racista está condicionada por acumulación de cogniciones o mensajes, no porque se hayan recibido una sola vez información al respecto” (Lozano, 1996, p. 134).

Del mismo modo, Gerbner y Gross (1966) señalan que la mayoría de las personas poseen ciertas características sociales y psicológicas, tendencias y actitudes hacia el mundo, y tienen pocas opciones tan atractivas y seductoras como la televisión, utilizando este medio como su principal vehículo de responsabilidad cultural. En la

medida en que la televisión domine su fuente de entretenimiento e información, la exposición continua de los espectadores a la información televisiva afirmará, fomentará y cultivará sus propios valores y perspectivas.

Por otro lado, los autores asumían que el cambio en la tecnología de las instituciones que producen los mensajes cambiaría los términos del cultivo como lo indican Morgan y Shanahan (2010). En otras palabras, la nueva tecnología configuraría una nueva audiencia que cambia con la nueva estructura de televisión, rompiendo el esquema de un público homogéneo y pasivo, como alguien que interactúa con el contenido.

Posteriormente los indicadores culturales sirven como referencia para los estudios de recepción, enfocados desde el nivel de influencia que tiene los medios en la audiencia en el proceso de construir significados; sin embargo, tomando en cuenta el carácter activo de esta última Coronimas (2001) sostiene que los estudios de recepción pretenden comprender el proceso en el que la audiencia entiende e interpreta los mensajes de los medios en un contexto de recepción denominada como “contexto social”. Donde los mensajes adquieren sentido, es decir, que estos estudios toman en cuenta el contenido emitido y la audiencia, pero considerando el contexto donde viven los receptores, ya que todos estos elementos son los que influyen en la creación de marcos idóneos en los cuales el mensaje adquiere sentido.

La televisión al establecerse en el espacio doméstico, como un medio de información y entretenimiento, ha modificado las dinámicas de interacción con el grupo; de ahí su capacidad socializadora, con el avance de las nuevas tecnologías

produciría una reinención en el futuro de difundir su contenido que terminaría configurando una audiencia más diversa.

Es así que, para medir el grado de influencia en los estudiantes de la UNSCH, la teoría del *Análisis de cultivo*, un enfoque defendido por Larry Gross y George Gerbner permitió analizar cómo los mensajes emitidos en el idioma quechua tuvieron un impacto a largo plazo en el fortalecimiento de la identidad cultural, dando paso al inicio de una televisión más inclusiva sobre la diversidad cultural en un país empobrecido por el estigma racial durante décadas.

Televisión y Lenguaje

Gerbner y Gross (1996) se refieren a la televisión como “un sistema centralizado para contar historias” (p. 36). Es decir, que existe un gran contenido audiovisual como obras de teatro, noticieros, anuncios y otros programas que forman un sistema de imagen e información relativamente coherente, que se transmiten en todos los hogares.

Asimismo, la televisión se ha convertido en una importante fuente común de información social y cotidiana, principalmente en el de entretenimiento para audiencias previamente heterogéneas, trascendiendo las barreras históricas de movilidad y cultura.

Del mismo modo, la televisión es un sistema que comprende un procedimiento para transmitir y recibir imágenes, así como de sonidos, viene a constituir uno de los medios masivos de comunicación audiovisual más extendidos por el mundo, Vega (2003) comprendió:

Por televisión entendemos la generación, procesado, almacenamiento y transmisión de imágenes, generalmente en movimiento, así como del sonido asociado a ella y de otros datos o información adicional que pueden ser independientes de la imagen o sonido como puede ser un cuadro de teletextos, información alfanumérica o graficas relativa a la programación. (p.18).

Lo que el autor intenta, es evitar la confusión del sentido entre una terminología ambigua con el hecho de confundir un sistema de transmisión con el contenido televisivo. Siguiendo esta misma línea de distinción, Vilches (2002) aclara diferenciar entre una televisión como medio de transmisión y otra como una generadora de contenidos, relacionados con la actividad de visualizar este medio de comunicación, otro hecho muy extendido y generalizado popularmente es sobre la televisión como una fuente de entretenimiento e información. La televisión es un medio que reproduce imágenes multimedia y a la cual tenemos acceso libre, al hacerlo comprendemos a la televisión desde su contenido y como un medio de difusión masiva con una gran variedad.

Muñoz (2000) menciona que la televisión como tecnología ha experimentado tres cambios significativos, el paso de la mecánica a la eléctrica, posteriormente la incorporación del color y finalmente la digitalización, estas transiciones produjeron una innovación tecnológica en el sistema de transmisión, que configuraría la nueva televisión digital. Una de las características de la nueva televisión del cual hace mención Abadía (2012), es la forma como interactuamos con la información y el usuario, y en el que se cambia la posición del televidente frente a lo que se ve adquiriendo un nuevo papel que pasa de pasivo a activo.

Por otro lado, Cansaya (2022) menciona que la televisión ha contribuido a construir imaginarios en torno al contexto de la realidad, su presencia en nuestra cotidianidad y su influencia casi omnipresente en la sociedad son de niveles sin precedentes.

Es frente a la televisión que se organiza el tiempo libre, permitiendo una desconexión de la realidad. Es su presencia que cumple un rol de influencia en las concepciones subjetivas y es debido a esta presencia tan arraigada que se percibe la televisión como un elemento cotidiano, ya que, al poseer elementos audiovisuales reconocibles, tiene una mejor recepción en la mente de la audiencia, un elemento al cual todos estamos de alguna manera expuestos a ella. Soengas et al. (2019) comprendían esta exposición como una dieta mediática, es decir, al hábito de consumir información, la cual no necesariamente se ven condicionados por la edad o el género.

En la actualidad, es más sencillo acceder a contenidos multimedia desde cualquier dispositivo. Al respecto, Marcos y Madrid (2013) señalan que la globalización ha permitido muchos cambios en la tecnología y uno de ellos es el acceso a la información por distintos medios como: un televisor, ordenador, celular o Tablet, que sirven como medios de transferencia de señales para la emisión de programas televisivos, de esta forma la tecnología consolidaría y terminaría por establecer un nuevo tipo de televisión y una manera más activa de consumir programación multimedia.

Del mismo modo, Marcos y Madrid (2013) hacen referencia sobre la perspectiva de la televisión tradicional, la misma que trasciende a la modernidad que impone la tecnología del Internet y las telecomunicaciones, de esta manera se replantea

la visión tradicional de acceder a los contenidos televisivos generando muchos cambios al momento de buscar información y conocer nuevas plataformas digitales o las redes sociales a través del internet. Sin embargo, Diaspro (2005) plantea que la modernidad se caracteriza por el surgimiento de nuevos espacios de interacción entre los nuevos actores sociales, que generan relaciones dinámicas comunitarias denominadas como “mediatización”, este contexto hace que la televisión adquiera una mayor notoriedad como un elemento mediático capaz de masificar la circulación de información a niveles sin precedentes. De este modo los medios pueden ser un elemento fundamental para comprender la modernidad, y el papel que ellos tienen en el proceso de crear relaciones con el otro.

Por otro lado, el lenguaje cumple un rol fundamental en socializar las relaciones, dado que el lenguaje tiene por objetivo universal, representar la realidad y presentarla de manera organizada y estructurada, por ello el lenguaje que emplea la televisión cumple estas mismas funciones la de construir referencias.

Al respecto, Pérez y Perceval (2008) mencionan que el lenguaje que emplea la televisión constituye una nueva semiótica, integrada por diversos lenguajes (sonoros, visuales, gráficos, etc.) que interactúan y componen el discurso televisivo, el lenguaje de la televisión puede transmitir valores, esto como una función de referencia en la cual se habla de negociar valores, es decir, si el espectador decide asumirlos o no, ya que el lenguaje reproduce la situación del sujeto y lo posiona frente al mundo, sirviendo para caracterizarlo y colocarlo en un contexto.

Programa televisivo digital

Programa televisivo

Según la Ley 7/2010, Ley General de la Comunicación Audiovisual de España (2010) define como programa televisivo a todo un conjunto de imágenes en movimiento, es decir una secuencia de imágenes en animación sucedida una tras otra, las cuales pueden contener sonidos (audiovisuales) como también no, las mismas que vienen a constituir un elemento unitario, o un bloque temático dentro del horario de programación, elaborados por un prestador de servicio de comunicación audiovisual.

En otras palabras, un programa de televisión, es un espacio de contenido audiovisual con una temática, la cual no posee una finalidad publicitaria, donde los contenidos están agrupados en distintas categorías en forma de títulos o cabecera común, una herramienta clave. Según Ellis (2000) en la gestión de la televisión que define la naturaleza de la emisión, y es a través de este mecanismo que la estructura de la televisión mantiene su continuidad y se produce día tras día. Los programas pueden clasificarse en formatos y géneros según la función que presenta su contenido, la misma que puede ser de emisiones periódicas (series) o contar con una única emisión transmitida por el medio.

A partir de esta conceptualización se comprende que la programación no solo se limita a un ensamblaje de espacios y programas que contienen parrillas televisivas, sino que se refiere a todo un sistema y a una estructura que involucra diversos factores que comprende el medio de comunicación como una industria audiovisual.

Por otro lado, Arana (2011) se aproxima a la idea de la programación desde un acto comunicativo, para ejemplificar reinterpreta el modelo comunicacional de Harold

Lasswell, de emisor, mensaje y receptor; a un esquema donde el emisor equivale a la televisión, el receptor a audiencia y la programación adquiriría el elemento central del mensaje, donde cada uno cumplirá distintos roles dentro de la programación televisiva, construyendo el significado desde dos ámbitos: como discurso comunicativo y como producto.

Izquierdo (2016) menciona que la programación como un discurso es una acción y que introduce la suficiente coherencia que es necesaria para que adquiera una lógica de continuidad y una expresión general de la entidad enunciativa, es así como la programación se vuelve en un eje comunicativo, constituido por el mensaje que el medio produce para la audiencia.

Retomando la idea de Arana (2011) sobre la programación como un producto, la cual toma en cuenta y entendiendo la naturaleza de los medios de comunicación como una industria audiovisual, que giran en un doble mercado entre la audiencia y el anunciante. No obstante Izquierdo (2016) comprende el tema de la programación mediática como un “fenómeno complejo donde se consideran múltiples factores y dimensiones en un contexto comunicativo en correlación y obligación con su audiencia” (p.11), en otras palabras, la existencia de ideas contractuales entre los medios de comunicación, como fuente emisora que establecen relaciones implícitas con el público o audiencia, les permiten pautar decisiones y acciones programáticas.

Entonces, un programa es el eje central de televisión, vistas del ámbito profesional, afecta tanto los vínculos sociales como económicos ya que está ligado a una vertiente industrial, profesional y económica, pero a su vez posee un compromiso de comunicación en la cual hay un diálogo entre el emisor y receptor. Se puede llegar

a considerar que un programa nace a partir de la implementación de un formato que le permite dar continuidad a la televisión, que buscan proporcionarles de una diversidad de contenidos pero que cumplen un triple objetivo: comunicar, entretener y difundir cultura.

Televisión digital

Morales (2010) define la televisión digital como una “nueva técnica de radiodifusión de señales que consiste en convertir la imagen, en sonido y los contenidos interactivos en digitales” (p. 28). En otras palabras, la señal se envía por medio de una codificación binaria (ceros y unos) a diferencia de la televisión analógica que lo hace por medio de ondas, este progreso en la tecnología de las telecomunicaciones como Millán (2005) indica sería un avance en la calidad y la diversidad de la televisión.

Es entonces, que la nueva tecnología de la Televisión Digital Terrestre (TDT) sustituiría a la televisión estándar de señal analógica. Al respecto, Muñoz (2000) menciona que este cambio en el paradigma tecnológico generaría un nuevo modo de concebir los medios de comunicación, ya que la televisión digital es una entrada a la sociedad de la información. Pero esta transformación, según Martínez (2007) es un proceso que afecta a toda una serie de ámbitos que involucran tanto la estructura empresarial del sector, como la creación de sus productos y contenidos, hasta las formas y hábitos de consumo, para ello la tecnología juega un rol importante en optimizar la calidad gráfica y el sonido de los contenidos transmitidos, siendo esta una de las principales características de la TDT.

Arias (2008) señala que el proceso de digitalización consiste en transformar diversos contenidos en códigos binarios donde la señal original se comprime, lo que

permite la convergencia de contenidos y plataformas, este proceso como Gómez (2007) indica se generaría a través de la retrasmisión desde soportes comunes como la redes, las ondas hertzianas o cables ópticos, etc.

Por otro lado, la digitalización de los medios de comunicación como un proceso no solo se reducen a la implementación tecnológica como desarrollo, sino a múltiples convergencias. Salavarría (2003) considera cuatro dimensiones que influyen en la convergencia mediática (empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa). La dimensión empresarial está vinculada a la revolución instrumental a partir de un elemento común que comparten como el internet, que ha redefinido al sector empresarial desde la diversificación mediática, y la tecnología ha dinamizado nuevas formas de hacer y de difundir información, el internet ha mejorado la construcción de estas nuevas plataformas donde se retrasmiten los contenidos de la televisión digital.

En otras palabras, el internet favorece la convergencia digital, en el cual la tecnología pondría en disposición el acceso a un mismo contenido en diferentes dispositivos. De esta forma la televisión digital concentraría todo un conjunto de tecnologías que permiten la transmisión y recepción de una mejor calidad de imagen y sonido por medio de la señal digital, en contraste con la televisión tradicional, que su contenido puede estar disponible en la red y habilitando la posibilidad de crear vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos; es decir, al codificar su contenido de audio e imagen permite compartir sus archivos a través de la web, construyendo una suerte de caja de resonancia de la televisión, en la cual el internet toma el papel de medio de distribución de este contenido.

En el Perú, según el Consejo Consultivo de Radio Y Televisión - CONCORTV (2012) la Televisión Digital Terrestre Digital (TDT) viene siendo proyectado desde el 2009 en diferentes materias tanto documentalmente desde el Ministerio de Transportes y Comunicaciones como en la inserción de tecnología para poder mejorar la calidad de sonido e imagen. Asimismo, al ser esta una TDT tiene permitido tener una recepción ya no solo en los televisores sino también en el celular, Tablet, etc.

Para poder llevar a cabo la implementación del TDT en el Perú se efectuó el plan maestro que fue admitido según Decreto Supremo N° 017 -2010-MTC donde especifica los procedimientos a seguir para la transición de lo analógico a la televisión digital. Para ello, según Cipriano (2010) se inició con la transmisión simultanea; es decir, facilita la mejora de todos los servicios que cuenten con autorización para su operatividad, en este caso, lugares que fueron considerados para la transmisión de programas en TDT.

En la actualidad, según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2023) en Lima y Callao existen 149 canales que transmiten señales digitales terrestres mientras en el resto del país existen 19 canales, número que irá aumentando paulatinamente hasta alcanzar el 100% de cobertura durante el 2024.

Redes sociales

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007) las redes sociales “son servicios de sitios web, que permiten a las personas construir un perfil público o semi público dentro de un sistema limitado, articulados con una lista de otros usuarios con los que comparten conexión” (p. 211). Así mismo, Bartolomé (2008) relaciona las redes

sociales con la representación moderna de los sociogramas, pero mediados por la tecnología, es decir una red de estructuras y relaciones sociales formadas en la internet que cumplen funciones específicas de conectar personas u organizaciones bajo intereses comunes.

De esta forma se pueden distinguir dos aspectos, la primera formada por una red social estructurada por vínculos sociales y la segunda, como un servicio de una plataforma digital que establece vínculos y contactos con grupos determinados por medio de sitios web o software informáticos.

Una de las principales características de las redes sociales es la difusión masiva que ofrecen en conectar un mayor número de personas, a diferencia de la tecnología analógica los medios digitales presentan una mayor acogida por parte del público, al respecto Solanas y Carreras (2011) mencionan que esta adopción se debe a una continua evolución en el desarrollo tecnológico, posibilitando alcanzar, conectar e involucrar a audiencias más diversas. No obstante, las redes sociales se han limitado al desarrollo tecnológico de espacios con cobertura y conexión a internet, pero, de alguna forma se han intentado reducir las brechas digitales a partir de nuevos modelos de red que intentan universalizar el acceso al servicio de internet.

Del mismo modo, las redes sociales introducen nuevas dinámicas de interacciones públicas que implican una diversidad de actividades de transacciones y obligaciones, como estructuras de sentimientos entre los actores o grupos. Al respecto Gasteiz (2016) menciona que las redes sociales, así como las aplicaciones generarían sujetos más participativos y conectados acercándolos a un escenario social, donde existe cooperación civil y en cierta medida se democratiza la información. Según Orihuela (2008) las redes sociales permitirían la integración de diferentes grupos

geográficamente dispersos devolviéndoles el poder de la comunicación pública a los ciudadanos y desconcentrando la información, es decir una red donde circula la información y donde los usuarios crean y comparten contenidos.

Por otro lado, el mundo virtual se presenta como una nueva oferta mediática por medio de las redes sociales, encontrando en las plataformas del internet un medio de difusión masiva introduciendo una diversidad de contenidos, ya sean educativos, culturales, o de entretenimiento, etc. En este sentido, las redes sociales van construyendo una nueva vía de comunicación para la televisión. Sequera (2013) menciona que estas vías formarían audiencias más dinámicas e involucradas en participar en su contenido televisivo.

En paralelo a esta, según Negroponte (2000) se acentuaría además el desarrollo de los teléfonos celulares, que potenciaría el acceso a las redes sociales y sostendrían una cuarta pantalla. Echegaray (2012) menciona que esto terminaría estableciendo una comunicación bilateral permitiendo una conexión permanente a los contenidos de la web, a ello distingue que el “internet se presenta como una tecnología de origen social masificada a través del mercado, la telefonía móvil constituye, a la inversa, una tecnología comercial masificada de uso social” (p. 49) como resultado se establece una Tv Web donde las redes sociales cobran protagonismo como medio de difusión más y en donde el teléfono celular se instituye como una práctica común para acceder a esta información.

Como consecuencia de la masificación de la internet y frente a una necesidad de los operadores de televisión por expandirse más allá de las pantallas habituales, las

plataformas web y redes sociales surgen como una alternativa al modelo de consumo audiovisual. Hutt (2012) destaca las redes sociales como una herramienta de comunicación dentro de la sociedad, por el cual, tanto individuos como instituciones han logrado proyectar, compartir y difundir información a grupos o públicos específicos, dado que los sitios web y los contenidos online refuerzan las interacciones sociales por medio de intercambios de información. A esto mismo Tubella (2008) nos menciona que ya no se habla de una televisión tradicional, sino de una unidad visual donde la pantalla está conectada a una red y la información se produce de manera horizontal por pequeños productores y distribuidores.

Guerreros (2018) menciona que, como resultado del avance en la tecnología (teléfonos celulares) y la masificación de la internet se ha producido un proceso de migración de las nuevas generaciones hacia nuevas pantallas, siendo esta consecuencia de la fusión de la televisión y el internet, produciendo una televisión online y que al igual que Lacalle (2011) mencionó anteriormente que esta emigración del consumidor de la televisión hacia el internet se debe a una posibilidad de personalizar su consumo y a una gran oferta mediática disponible en las redes. Por otro lado, Mitchelstein y Boczkowski (2018) retoman la idea de sobre el consumo incidental de información, como consecuencia a la conexión de internet, dado que el entorno digital posibilita encontrar información de manera incidental.

Es así como también las redes sociales se convierten en herramientas de visibilización de las labores que cumplen las instituciones u organizaciones que cuentan con responsabilidad social, las cuales incluyen plataformas y redes sociales dentro de sus estrategias y gestiones de comunicación con su público. De este modo

de implicarse integra todo un sistema interacción, tal es el caso de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, una institución educativa publica, que a través de su Oficina de Comunicación e Imagen Institucional hacen uso de diferentes plataformas web, así como de las redes sociales, como una herramienta de difusión informativa, siendo la red social de *Facebook* un medio con mayor alcance y particularmente prevalente entre la población más joven, ya que este permite que su usuario se tope de manera incidental con información sobre algunos aspectos de actualidad de la universidad en su consumo de internet.

Es a través de este medio por el cual se difunde el programa en quechua *Kuskanchik* UNSCH, generando la visibilidad de un público más general por el alcance que tiene al ser un medio digital y un público específico.

Audiencia y usuario

Caldera y Zapico (2004) mencionan que el receptor, desde el modelo de comunicación de Lasswell estaría formado por el individuo o el colectivo que recibe el mensaje. Siguiendo la adaptación de este esquema al contexto mediático, propuesto por Arana (2011) el receptor vendría a constituir la audiencia como el conjunto de individuos que tienen contacto con uno de los medios de comunicación. Zelcer (2014) indica que esta conexión que se establece entre las personas y el medio de difusión masiva puede ser entendida desde los distintos modos de percepción, quien definió la audiencia por su relación con uno de los medios tradicionales, es decir al hacer uso de la televisión o la radio.

Esta manera de denominar la audiencia en función de las modalidades que se generan en torno a la recepción; vinculadas al fenómeno de la percepción de los

sentidos, donde la audiencia según Zelcer (2014) etimológicamente significa “audición” aludiendo a un grupo de personas que escuchan, donde además cobra sentido la agrupación que integra el proceso comunicativo, MacQuaill (1999) indica “es el nombre colectivo para calificar a los “receptores” en el modelo secuencial concreto del proceso de comunicación de masas” (p. 431). Es decir, la audiencia ocupa el polo opuesto de la información o al producto emitido.

Por otro lado, la convergencia digital y la masificación de la tecnología, ha integrado diversas funciones mediáticas sobre un mismo dispositivo modificando la noción de audiencia, apareciendo en su lugar la figura del “usuario”. Al respecto, Zelcer (2014) comprendió este tránsito como un cambio en los modos en que el sujeto se vincula y se apropia de los dispositivos de comunicación, donde se resalta más el tema de la utilización que de la actitud receptiva o interpretativa, sino el uso que hace de ella, siendo el usuario un sujeto que esta frente a un dispositivo con una conexión a internet.

La era digital produjo una alteración en el escenario mediático, resignificando el rol de estas nuevas audiencias denominadas como “usuarios” las cuales, toman un papel más proactivo en la generación de discursos mediáticos. Al respecto Zelcer (2014) señala dos distinciones que el término de “usuario engloba, el primero relacionado con el fenómeno de la interactividad, donde menciona que la palabra usar, podría entenderse como interactuar” (p. 22). En otras palabras, las personas pueden interrelacionarse con el emisor, posibilitando una retroalimentación a través del mismo medio. En contraste a esta, se les denominaría usuarios por el vínculo que tienen con los dispositivos tecnológicos como el celular, internet y otros.

En este mismo sentido, Orozco (2012) considera que la vigencia de esta audiencia se debe solo a la mediación tecnológica que poseen, más allá de si los roles se inviertan entre uno activo o pasivo. Dicho de otro modo, la tecnología ha mediado entre el emisor y el consumidor final; propiciando nuevas relaciones con la audiencia en el proceso de producción de nuevos contenidos, generando así nuevas vías de diálogo y de relaciones sociales.

De esta forma se consolidan las audiencias integradas por comunidades digitales, que adquieren roles más activos e involucrados convirtiéndose en “prosumidor” es decir, en un agente que produce y consume a la misma vez. Al respecto Fernández (2013) menciona como las audiencias en la era digital interpelan a los medios de comunicación a través de diferentes prácticas sociales, generando una relación orientada más a la producción de contenidos que al consumo. De ahí que las audiencias a través de la tecnología tensionan a los medios alterando las políticas de sus contenidos.

Es entonces que en la era digital la comunicación se gestiona de manera horizontal, puesto que sus relaciones con el público están orientadas a incorporar al usuario como elemento de producción. Webster (1998) menciona que la audiencia es un elemento central en el estudio de los medios de comunicación, ya que estas determinan la continuidad de un programa audiovisual. Por ende, los estudios que están enfocados en entender las comunidades receptoras; como un factor que influye en determinar nuevas estrategias o cambios dentro de la producción, buscan definir cuotas de pantallas que establezcan espacios audiovisuales como posiciones frente a

otros programas con transmisión simultánea. La forma que los medios tradicionales encontraron de medir los índices de audiencias fue desde el rating, que básicamente cuantifica los niveles de aprobación, en donde la cuota de pantalla define la preferencia del espectador y el rating mide la cantidad de personas conectadas en un momento de terminado.

Rosengren y Jensen (1997) demostraron que existen por lo menos cinco tradiciones en el estudio de las audiencias, las cuales están dirigidas a buscar la conexión entre el medio de comunicación y la audiencia. Entre las cuales se encuentran los estudios culturales y el análisis de recepción, mismas que buscan entender el significado que se produce al consumir comunicación social. Sanpedro (1997) menciona que los estudios culturales se centran más en entender el proceso de la comunicación social y no tanto el resultado; del mismo modo, los estudios culturales emplean la crítica literaria para analizar los discursos audiovisuales que la comunidad receptora consume en un contexto general, donde el contexto se entiende como un sistema de prácticas comunes que son compartidos por los sujetos a ser interpretados, ubicados en un espacio y en un tiempo determinado.

De este modo, los estudios de recepción influidos directamente por la socio-semiótica, donde los discursos uniformes y homogéneos pueden ser interpretados de diversas maneras, al respecto Sampedro (1997) nos menciona como estas “comunidades interpretativas generan significados propios a partir de un mismo mensaje y sostienen patrones de consumo específicos” (p. 147) en otras palabras, el contexto social de las audiencias toma relevancia, puesto que permite identificar rasgos comunes dentro de un aparato cultural susceptibles a ser comercializados. Los estudios

de recepción pretenden reorganizar el sistema de producción de significados sociales, así como también el cambio de las instituciones comunicativas en provecho de las audiencias.

Por otra parte, la convergencia tecnológica ha modificado la manera de medir la audiencia en el nuevo contexto digital, Echegaray (2012) propone una nueva fórmula para la investigación de las audiencias, partiendo desde el cambio que sufrió el marco de comunicación, y el cambio que debe producirse en los modelos de análisis de las audiencias ante la aparición de nuevos soportes, trascendiendo la interpretación del índice de audiencia. Sin embargo, algunos soportes contienen contadores o métricas que pueden cuantificar las vistas y las interacciones de los usuarios con el contenido.

Por ende, es importante determinar e identificar las audiencias en un contexto cultural, donde se pretende producir televisión en situaciones de interculturalidad, entendiendo el nivel de interactividad que estos presentan y la mediación tecnológica de las nuevas audiencias.

Programa Televisivo Kuskanchik UNSCH

Kuskanchik UNSCH es un programa informativo y cultural emitido en el idioma quechua, cuya finalidad fue revalorar la cultura y rescatar las lenguas originarias como el Runasimi. Este es un espacio que informa y difunde las actividades universitarias que se desarrollan en el ámbito académico, cultural e investigativo; asimismo consta de un segmento denominado *Sapinchik* donde se muestra el talento estudiantil ya sea cantos, música, etc. convirtiéndose en una ventana de difusión de nuestras raíces, que conecta a la comunidad sancristobalina con el idioma ancestral

quechua Chanka, lo que permite un acercamiento y apertura de nuevos espacios que admitan el diálogo y la escucha de los docentes y estudiantes quechuahablantes, sobre sus enfoques y perspectivas en el ámbito académico para desarrollar una educación cada vez más inclusiva y pluricultural en la UNSCH.

El programa salió al aire a través de la red social del *Facebook* por el *FanPage* de la Universidad San Cristóbal, el 18 de abril del 2022 y fue conducido por July Díaz Castro, Bach. en Ciencias de la Comunicación de la UNSCH y certificada en lenguas originarias por el Ministerio de Cultura y se transmitió todos los lunes a partir de las 7:00 p.m. hasta el 03 de octubre del 2022.

2.2.2. Fortalecimiento de la identidad cultural: Teoría de la Identidad cultural desde la perspectiva latinoamericana de Gilberto Giménez

Giménez (2007) identifica la teoría de la identidad como parte de una teoría más amplia: la teoría del actor social. Así, las reflexiones actuales sobre la identidad no pueden divorciarse de lo que en sociología y antropología se conoce como un "retorno al sujeto", una reacción a los paradigmas deterministas que intentan explicar la acción y la conciencia social a través de decisiones de causas sociales.

La identidad no debe confundirse con otros conceptos más o menos intencionales, como "personalidad" o "carácter social", en términos de representar las opiniones subjetivas de los actores sociales sobre sí mismos. Al respecto, Giménez (2007) menciona:

La identidad no se reduce a un haz de datos objetivos; resulta más bien una selección operada subjetivamente. Es un reconocerse en algo que talvez solo

en parte coincide con lo que efectivamente uno es. La identidad resuelta de transformar un dato de valor. No es lo que uno realmente es, sino la imagen de cada quien se da de sí mismo. (p. 187).

En otras palabras, desde el punto de vista subjetivo de los actores sociales, no todos los rasgos culturales inventariados por los observados son igualmente relevantes para la definición de su identidad, pero algunos de ellos tienen jerarquías sociales y están codificados para marcarlos simbólicamente en el límite del proceso en sus interacciones y distinciones con otros actores sociales.

La identidad surge y se afirma sólo cuando entra en conflicto con otras identidades en el curso de la interacción social. En el caso de Giménez (2007) las personas y los grupos se identifican a sí mismos en, y a través de su participación en acciones comunicativas, y esta autoidentificación es en cierta medida reconocida intersubjetivamente.

En lo que se refiere al principio de distinción, se trata de un proceso lógico original por el cual los individuos y los grupos humanos se identifican siempre y sobre todo afirmando sus diferencias con respecto a otros individuos y otros grupos.

De hecho, el proceso de autoidentificación es fundamentalmente un proceso de toma de conciencia de las diferencias. Giménez (2007) hace mención que estas diferencias a menudo toman la forma de oposiciones binarias (blanco/negro, mi grupo, otro grupo, etc.) que se reflejan directamente en el lenguaje y los sistemas de símbolos de los grupos individuales.

Es decir, que la representación de la identidad implica un marco interpretativo que permite vincular experiencias pasadas, presentes y futuras en un continuo de memoria biográfica (individual) o colectiva (grupal, étnica, etc.)

Según Giménez (2007) menciona que existen tres dimensiones relevantes de la identidad: locativa, selectiva e integrativa.

- *Dimensión locativa:* En el sentido de que a través de ella el individuo se sitúa dentro de un campo (simbólico) o en el sentido más amplio, define el campo donde situarse.
- *Dimensión selectiva:* El individuo “una vez que haya definido sus propios límites y asumido un sistema de relevancia, está en condiciones de ordenar sus preferencias y de optar algunas alternativas descartando o difiriendo otras.
- *Dimensión integrativa,* en el sentido de que, a través de ella, el individuo dispone de un marco interpretativo que le permite entrelazar las experiencias pasadas, presentes y futuras en la unidad de una biografía”. (p .192).

En la identidad posicional, el individuo asume un sistema de relaciones que define sus situaciones y traza los límites de su yo personal. Se relaciona de igual forma con el principio de distinción, ya que permite al individuo establecer una distinción entre sí mismo y el mundo. Por otro lado, la dimensión integradora está asociada con un sentido de continuidad del yo en el tiempo y las dimensiones de elección permiten establecer relaciones entre identidades y comportamientos.

Del mismo modo, el proceso de toma de decisiones se transfiere por identidad, por lo que los individuos clasifican sus preferencias de acuerdo con sus identidades y eligen entre diferentes cursos de acción. Así, en principio, se podrían asignar tipos

específicos de identidades a los actores sociales en función de ciertas características de su comportamiento (sus preferencias, metas, estrategias, estilo, etc.) observadas en un contexto cultural específico.

Giménez (2019), “La identidad de la que hablamos no es cualquier identidad, sino la identidad sentida, vivido y exteriormente reconocida de los actores sociales que interactúan entre sí en los más diversos campos”. (p. 16). Es decir, la identidad en su propio sentido se aplica a sujetos individuales con su propia psicología y conciencia, pero solo por analogía con las identidades colectivas, como las que adscribimos a grupos y colectivos definidos que carecen de conciencia y psicología propias.

Interculturalidad

Cuando hablamos de interculturalidad hacemos mención a la diversidad cultural, ya que implica asumir una actitud positiva frente a las tradiciones culturales diferentes. Zuñiga y Ansión (1997) mencionan que la interculturalidad nace del reconocimiento de entre culturas; es decir, la aceptación o el rechazo de las influencias culturales.

Del mismo modo, Zuñiga y Ansión (1997) toman la interculturalidad como un aspecto normativo convirtiéndolo en un “principio orientador de la vivencia personal tanto el plano individual y colectivo” (p.5) surgiendo todo ello, a partir de la existencia de las relaciones interculturales.

Cuando se hace mención al plano individual, se refiere a la actitud de reflexionar en sí mismo sobre las prácticas de las diversas influencias culturales a la que se puede estar expuesto. Suponiendo que la persona que se encuentre en situación

de interculturalidad reconoce de manera consiente las diversas influencias y puede llegar a valorarlas como también a rechazarlas.

En el plano colectivo, la interculturalidad se trabaja sobre la base del plano individual, en este caso, luchando con la discriminación en todas sus formas y las diferencias existentes, si en el caso de que el individuo llegará a rechazar las influencias culturales.

Por ello, las influencias culturales tienden a tener un mayor prestigio dependiendo de la aceptación en cuanto a contexto y tiempo le dé una persona, Tubino (2015) hace mención sobre llevar una buena relación entre culturas a través del dialogo, teniendo en cuenta las diferencias que presentan y generar comunicación en condiciones de igualdad preservando el respeto entre ellos.

En este sentido la interculturalidad en términos de Tubino (2015) “las políticas culturales buscan resolver los problemas que generan la discriminación positiva y la acción afirmativa y los problemas que no se resuelven” (p. 25). Siendo en este caso lo primordial, la construcción de una sociedad más justa, democrática y ayudará a que las diferentes culturas puedan encontrarse, conocerse y comprenderse para realizar un proyecto político a largo plazo donde sobresalga y se construya relaciones más racionales entre las personas respetando sus diferencias,

En la misma línea se hace mención a un aspecto muy importante de la interculturalidad y es como mencionan Zuñiga y Ansión (1997) la asimilación cultural y lingüística que surge de las relaciones culturales y en este caso la influencia, por ejemplo, de la lengua materna u otro idioma siempre permanecerá en el sujeto que

estuvo expuesto compartiendo su forma de hablar con otras culturas quienes pueden rechazar generando discriminación o aceptar demostrando su valoración.

En tal sentido el programa *Kuskanckik* UNSCH fomenta la interculturalidad tratando de consolidar la identidad cultural de los estudiantes de la UNSCH, con el objetivo de que puedan compartir con otras culturas mostrando sus vivencias y en este caso nuestro idioma ancestral el quechua, motivando la identidad con el mundo andino y fortaleciendo la conciencia nacional.

Construcción de la identidad cultural desde los medios de comunicación

Rodrigo, et al. (2013) mencionan que “la identidad cultural es una relación dialéctica entre el yo y el otro. No hay identidad sin el otro” (p 10). De esta manera, la diferencia que se establece con el otro contribuye en reconocerse a uno mismo, donde la identidad se construye como un proceso de individualización, es decir; en reconocer las características particulares que nos diferencian frente a los demás, pero esta realidad subjetiva no solo es frente a uno, sino entorno a un colectivo o una sociedad, donde el rol que cumple las relaciones sociales es fundamental, ya que pueden reformar o mantener la identidad. Berger y Luckmann (2003) al respecto indican que la identidad se construye como un proceso social, el cual lo relaciona con un fenómeno que actúa en un sentido dialéctico entre el individuo con la sociedad que la integra.

En este sentido la identidad es un proceso de la subjetividad individual que se construye en relación con los demás, Moro Da Dalt (2009) concluía que “la identidad personal también va ligado a un sentido de pertenencia a distintos grupos socio-cultural con el que consideramos que compartimos características comunes” (p. 18) es entonces

que para referirnos a una identidad cultural es necesario hacerlo desde la identidad individual en relación que se recrea colectivamente.

Con respecto a la identidad cultural Ortega (2018) define esto como un sentimiento de pertenencia a un colectivo que tiene una serie de características y rasgos que las diferencian de otros. En este mismo sentido, el autor relaciona la identidad cultural con el desarrollo de un lugar que se origina por medio de su evolución, es decir las costumbres y tradiciones que las comunidades poseen les permite una continuidad en el tiempo. De este modo la identidad cultural, se relaciona con el sentido de pertenencia topográfica como un elemento que refuerza los sentimientos comunitarios. Tuan (2007) menciona esta relación como un vínculo geográfico, es decir los lazos que comparten las personas con el espacio que ocupan, en donde los sentimientos de pertenencia están estrechamente ligados a la identidad del lugar, desde la manera de sentir o vivir de donde se dice pertenecer.

Retomando la idea, la identidad es un proceso que se construye socialmente a partir de la interiorización subjetiva que nace de la mirada y la distinción de los otros, Palos (2018) nos habla sobre las “señas de identidad”, como los rasgos particulares o colectivos que nos distinguen de las demás personas o grupos. Las señas de identidad precisadas por el mismo autor son características que definen a las personas o al grupo.

Este conjunto de peculiaridades comprendidas como señas funciona como un elemento de interacción, sumándose al diálogo intercultural y construyendo las identidades colectivas, las señas nos identifican lingüística, étnica, topográficamente, diferenciándonos y configurando nuestra imagen frente a los demás, dichas características también denominados como atributos culturales por Castells (1998),

funcionan como un elemento de reconocimiento entre individuos que pertenecen a un mismo grupo cultural vinculados a través de los valores culturales compartidos.

Por otro lado, la identidad se puede producir como un proceso subjetivo denominado como individualización, pero también como un proceso hegemónico, donde la institución dominante la origina, convirtiéndose como tal, solo a partir de la interiorización de los mismos actores sociales. Castells (1998) indica que la identidad que produce las instituciones u organizaciones son a partir de la regulación de los roles que cumplen los miembros de un grupo (labores o funciones), definidos por las normas estructurales, por las instituciones y organismos sociales. Así mismo, menciona “las identidades organizan el sentido, mientras que los roles organizan las funciones” (p. 29) en donde se entiende como sentido a la identificación simbólica que realiza el actor social con el objeto de su acción.

En este sentido, también es válido mencionar a los medios de comunicación y como a través de ello, la audiencia va adquiriendo algunas personalidades. Aguilar (1990) menciona que los programas, telenovelas o series transmitidos persuaden en las actitudes de quienes lo ven, generando distintos modos de pensar y adquirir algunas características que inconscientemente van insertando a su identidad. Con el pasar del tiempo y el avance de las nuevas tecnologías de la información, los medios de comunicación tienen un desenvolvimiento importante en la vida diaria de las personas, especialmente en los hogares de los jóvenes y en los entornos universitarios donde usan frecuentemente las redes sociales, así lo confirma el estudio realizado por Concha (2009).

Castells (2003) sostiene que los sujetos sociales están inmersos en la construcción de sus identidades, particularmente aquellos jóvenes que han alcanzado niveles superiores de estudio y provienen de otros espacios geográficos alejados de la universidad, al abrazar nuevas y diversas experiencias obtenidas a través de múltiples modos de comunicación, proporcionando información mediante la observación del entorno en el que actúan, experimentando o explorando activamente el entorno, y reprocesando la información que ya poseen.

También obtienen nueva información de fuentes de comunicación como las proporcionadas por los medios de comunicación, los modelos de vida que brinda las instituciones de comunicación a través de sus productos comunicacionales que probablemente estén muy alejados de sus prácticas cotidianas y no tengan conexión con la realidad en la cual viven, debido a que manifiestan patrones culturales heterogéneos al suyo.

Concha (2009) indica que, en el proceso de estas construcciones identitarias, hay fenómenos de intervención y apropiación, es decir, las identidades son demarcadas o restringidas por otros. Aunque las características culturales son un factor que distingue a una persona de otra, los individuos pueden ser estereotipados en función de aquellas características diferenciadoras mostradas a través de los medios de comunicación.

Asimismo, los periódicos y los lectores ven a las personas discapacitadas y a las personas "normales" como dos categorías básicas diferentes y no relacionadas, es decir, no miembros de la misma categoría "humana". Ese es el problema, etiquetarse unos a otros. Del Río et al. (2004) recomienda recurrir a narrativas y utilizar estas

narrativas para crear reconstrucciones claras de categorías y esquemas para lograr la “coexistencia cognitiva dentro de una misma especie” (p. 215). Por lo tanto, redefinir la identidad en los espacios virtuales requiere abordar no sólo cuestiones de convivencia directamente con las personas, sino también cuestiones de convivencia entre sus representantes a través de los medios.

Concha (2009) menciona que se debe de construir puentes donde las relaciones interculturales sean prominentes para exista una interrelación de respeto a la dignidad humana, para que estos vínculos interculturales entre las personas no sólo se establezcan para la convivencia, sino también para la superación de la convivencia. Del Río et al. (2004) afirmó que en el ámbito de las interrelaciones físicas, pero también en las imágenes o representaciones que construimos de los demás, la identidad de los nuevos jóvenes está ligada a los objetos de consumo de la nueva escena también señala que las identidades juveniles en los entornos mediáticos están cada vez más influenciadas por el etiquetado de sí mismos y de los demás, un *modus operandi* de procesos de comunicación instrumental y popularizante que no son ni directos ni interactivos.

De esta manera vemos que la identidad es un proceso de construcción muy compleja que se produce desde distintos ámbitos y en el que convergen múltiples factores, se puede interpretar que el sentimiento de pertenencia es uno de los principales elementos que definen la identidad cultural reforzadas por las coyunturas sociales y los medios masivos, así como por los aspectos geográficos y las otras particularidades como las señas de identidades que nos reconocen.

2.2. Definición de términos

- a) **Programa televisivo digital.** Ofrecen transmisión en vivo junto a contenidos periodísticos muy amplios en formato de texto y archivos de audio, vídeo, fotografía digital, además de abrir la posibilidad de interactuar con los usuarios mediante blogs y otras alternativas que permiten contactos directos y entiendo real con el público (Di Palma, 2015).
- b) **Programa.** Se entiende como el contenido de una secuencia de lo que se pretende ofrecer; ya sea un discurso; presentación u organización de materias de una asignatura, y fases de eventos artísticos (Pérez, 2018).
- c) **Televisión.** Conjunto de sistemas que permiten la transmisión de imágenes y sonidos cuyo alcance abarca grandes distancias, gracias a la emisión de ondas electromagnéticas hacia el aparato receptor (RAE, 2022).
- d) **Fortalecimiento.** Proceso mediante el cual los miembros de una comunidad desarrollan capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos (Montero, 2017).
- e) **Contenido.** Se basa en la lectura como instrumento de recogida de información; lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida (Andréu, 2018).
- f) **Información.** Está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente (Pérez y Gardey, 2018).

- g) **Temática.** Se refiere al tema o a la variedad de asuntos que caracterizan a un hecho o fenómeno social o cultural (Pérez y Gardey, 2018).
- h) **Comentario.** Es una opinión, parecer, juicio o consideración que alguien hace acerca de otra persona o de algo (Pérez y Gardey, 2018).
- i) **Identidad cultural.** Conjunto de acciones de las personas que sellan la diferencia que existen en diferentes grupos, además interrelacionados bajo determinadas condiciones y es la identidad cultural lo que define las características de un determinado pueblo (García y Baeza, 2015).
- j) **Identidad.** Características propias de una persona o un grupo, y que permite distinguirlos del resto. Y esto depende siempre de la cosmovisión e historia propia y del contexto en el que se vive (Valdivia, 2013).
- k) **Cultura.** Es un conjunto de creencias, tradiciones, valores, conocimientos, costumbres, etc. dentro de una sociedad, donde debe primar respeto entre ellos para una buena convivencia (Valdivia, 2013).
- l) **Valor.** El valor es una cualidad que confiere a las cosas, hechos o personas una estimación, ya sea positiva o negativa (Pérez y Gardey, 2018).
- m) **Costumbre.** Acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia (Bembibre, 2016).
- n) **Conciencia.** Implica lo disciplinado que un individuo es en la búsqueda de cumplir con los objetivos y con el establecimiento y cumplimiento de las normas (Mesa, 2015).
- o) **Sentimiento.** Estado subjetivo difuso, que tiene siempre una tonalidad positiva o negativa (Rojas, 2014).

p) Quechua. También llamado “runa simi” es la lengua nativa de mayor uso en la sierra central de Perú como Ayacucho, Huancavelica, Huancayo, Apurímac, etc. Antiguamente, los incas lo usaron para comunicarse y hoy en día es lengua nacional oficial del Perú (Rodríguez y Vásquez, 2015).

CAPÍTULO III

MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Hipótesis

3.1.1. *Hipótesis principal*

El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, Ayacucho, 2022.

3.1.2. *Hipótesis específicas*

- a) El contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.
- b) La información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

- c) Las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.
- d) Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

3.2. Variables y operacionalización

3.2.1. Descripción de las variables

Variable I: Programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH”

Variable D: Fortalecimiento de la identidad cultural

3.2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLES	INDICADOR	SUBINDICADOR
INDEPENDIENTE Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH".	Contenido educativo	Utilidad
		Creativo
		Entretenido
	Información en quechua	Precisa
		Completa
		Compatible
	Temáticas bilingües	Quechua
		Español
		Quechua-español
	Comentarios interculturales	Horizontalidad
		Reconocimiento mutuo
		Comprensión bilateral

DEPENDIENTE Fortalecimiento de la identidad cultural.	Valor histórico	Intangible
		Material
		Inmaterial
	Costumbre personal	Practica
		Transmisión
		Constancia
	Conciencia nacional	Territorio
		Comunidad nacional
		Comunidad local
	Sentimientos de pertenencia	Vinculo social
		Afinidad grupal
		Identificación

3.3.Tipo de investigación

La investigación corresponde al tipo básica o teórica, ya que no se manipularon las variables.

Infante y Llantoy (2022) señalan que la finalidad de los estudios básicos es desarrollar el conocimiento tomando en cuenta los resultados y descubrimientos realizados del estudio.

3.4. Nivel de investigación

El nivel de la presente investigación tuvo en consideración el estudio correlacional, pues, se buscó establecer la asociación de dos variables: el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural.

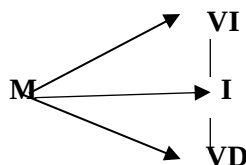
Para Valderrama (2018) la investigación correlacional es aquella que establece el grado de asociación entre dos variables, además busca medir y cuantificar las relaciones existentes entre estas.

3.5. Diseño de la investigación

En el proceso de la sistematización del presente estudio se empleó el diseño de investigación correlacional causal, porque tiene como “objetivo conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más categorías” (Infante y Llantoy, 2022, p. 131). En este caso, conocer la relación o grado que guarda el programa televisivo *Kuskanchik* UNSCH con el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes de la UNSCH.

Por otro lado, vale mencionar que una investigación correlacional causal según Salgado (2018) viene a ser la “observación de situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador” (p. 91). Es decir, que la variable independiente ya ocurrió.

El esquema del diseño correlacional causal es la siguiente:



M = Muestra

VI = Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH".

VD = Fortalecimiento de la identidad cultural.

R = Relación entre variables

3.6. Enfoque de la investigación

En la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, dado que se buscó cuantificar la información acopiada.

Según Ñaupas et al. (2014) el enfoque cuantitativo se caracteriza por hacer uso de la recolección de datos y analizarlos para luego contestar las preguntas de investigación y probar las hipótesis formuladas con base en la medición numérica y el análisis estadístico.

3.7. Población y muestra de estudio

3.7.1. Población

Para Ñaupas et al. (2014) una población en las ciencias sociales “es el conjunto de personas, individuos o instituciones que son motivo de estudio” (p.246). A partir de ello, se pretende sacar posibles referencias cuantitativas.

Así, la población de estudio de esta investigación se conformó por 12 mil 567 jóvenes universitarios de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, matriculados durante el 2022 - II, y ubicados en nueve facultades y 28 carreras profesionales, según la data de la Oficina de Tecnología e Información (OTI) de esta entidad.

- a) Facultad de Ciencias de la Salud (4 carreras profesionales)
- b) Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (3 carreras profesionales)
- c) Facultad de Educación (4 carreras profesionales)
- d) Facultad de Ingeniería Química y Metalurgia (3 carreras profesionales)

- e) Facultad de Ciencias Sociales (4 carreras profesionales)
- f) Facultad de Ciencias Biológicas (1 carreras profesionales)
- g) Facultad de Ingeniería de Minas, Geología y Civil (4 carreras profesionales)
- h) Facultad de Derecho y Ciencias Políticas (1 carrera profesional)
- i) Facultad de Ciencias Agrarias (4 carreras profesionales)

3.7.2. Muestra

La muestra “es un conjunto de individuos extraídos de la población a partir de un determinado procedimiento específico” (Salgado, 2018, p. 105). Es decir que, para hacer uso de la muestra, primero pasa por un proceso de selección y al ser probabilística como señala Hernández, Fernández y Baptista (2014) “todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra” (p. 175).

La investigación utilizó el muestreo probabilístico, para ello se consideró la fórmula de poblaciones infinitas, es decir aquellas constituidas por mas de mil sujetos:

$$\text{Tamaño de Muestra} = \frac{Z^2 * (p) * (q)}{d^2} \quad q=1-p$$

Donde:

Z = Nivel de confianza (95% o 99%)

p = 0.5

d = Margen de error (0.05 = ±5)

Desarrollando:

N=12567

Para N no conocidos ó $N > 10\,000$ se usó la fórmula anterior

Si tomamos un error del 5%, el nivel de confianza es 95%, por lo que el valor de Z será:

$$Z=1.96 \quad Y \quad d=0.05$$

Remplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2}$$

Por lo tanto: $n = 384.16$

Redondeando: $n = 385$

Muestra: 385 jóvenes universitarios que estuvieron en contacto con el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y que hablen o entiendan el quechua. Por lo tanto, se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple, que consiste en “seleccionar unidades del universo a través de un listado”. (Infante y Llantoy, 2022, p. 160).

3.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.8.1. Técnicas de investigación

La técnica que se usó fue la encuesta, procedimiento que hizo posible estructurar los cuestionarios. Las técnicas de investigación vienen a ser “distintas formas o maneras de obtener información”. (Palella y Martins, 2012, p. 115).

Asimismo, son un conjunto de procedimientos sistemáticamente organizados que guían a los investigadores en la profundización del conocimiento y proponen nuevas direcciones de investigación. Pueden ser utilizados en cualquier rama del

conocimiento que busque la lógica y la comprensión del conocimiento científico de los hechos y acontecimientos que nos rodean. (Maya, 2014).

3.8.2. Instrumentos

Los instrumentos aplicados a la muestra de estudio fueron los cuestionarios para las dos variables, con el cual se pudo recolectar información relevante.

Los instrumentos son medios o herramientas que tiene como función recabar la información o los datos necesarios con la finalidad de comprobar el logro de los objetivos de la investigación, así mismo medir las variables de forma válida y confiable (Salgado, 2018).

a. Validez de los instrumentos

Los instrumentos de prueba, previo a ser aplicado a la muestra de estudio, fue sometido a un juicio de expertos, quienes dieron una opinión favorable para su debida aplicación.

b. Confiabilidad de los instrumentos

Para la confiabilidad de los instrumentos de prueba se utilizó el Alfa de Cronbach estandarizado y cuya fórmula estadística es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: El número de ítems

Si²: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

ST²: Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Los resultados de la evaluación de ensayo, realizado a los elementos seleccionados de la población, determinaron lo siguiente: ,861 para el cuestionario de la variable programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y ,880 para el cuestionario de la variable Fortalecimiento de la identidad cultural; considerando que ambos cuestionarios fueron validados como aplicables.

3.9. Procesamiento de los datos

La tabulación de los datos se realizó en una computadora personal utilizando el software de estadístico SPSS (Versión 26). Los resultados se mostraron en tablas descriptivas y de doble entrada. El análisis de los resultados se definió de manera numeral y porcentual detallando los datos más representativos. El estadígrafo que se consideró de acuerdo la prueba de normalidad fue Chi cuadrado, el cual sirvió para la prueba de las hipótesis.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Prueba de normalidad

La prueba de normalidad se realizó con la finalidad de obtener el estadístico a utilizar en la investigación, el cual difiere de los datos obtenidos de la muestra.

Para ello se toma las siguientes consideraciones:

a) Hipótesis respecto a la normalidad

Ho: Los datos siguen una distribución normal

Ha: Los datos no siguen una distribución normal

b) Nivel de significancia

NC= 0,95 y $\alpha= 0,05$ (margen de error)

c) Prueba de normalidad

Si $n > 50$ se aplica Colmegorov-Smirnov y si $n \leq 50$ se aplica Shapiro-Wilk

d) Estadístico de prueba

Si p valor > 0.05 , se acepta la hipótesis nula

Si p valor < 0.05 , se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 2

Distribución de datos según la variable Programa televisivo kuskanchik UNSCH

	Prueba de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	Gl	Sig
Programa televisivo kuskanchik UNSCH	,138	385	,000 ^c
Fortalecimiento de la identidad cultural	,105	385	,000 ^c

El resultado de la tabla 2 muestra que el p valor o nivel de significancia es de 0,000 <0.05, quiere decir que los datos no siguen una distribución normal, por ello, se aplicará pruebas no paramétricas, en específico la prueba de Chi-cuadrado.

4.2. Resultados descriptivos

4.1.1. Resultados de la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

El Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH es la variable independiente (VI), la cual presenta 4 dimensiones (contenido educativo, información en quechua, temáticas bilingües y comentarios interculturales), cada una de estas constituida por 5 ítems haciendo un total de 20, para la variable mencionada, además el análisis se realizó con la escala de Likert, donde los rangos de interpretación de la variable independiente fueron: Muy inadecuado Inadecuado, Ni adecuado, ni inadecuado, Adecuado y Muy adecuado.

Tabla 3

Resultados de la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy inadecuado	2	1%

Inadecuado	16	4%
Ni adecuado, ni inadecuado	45	11%
...		
Adecuado	118	31%
Muy adecuado	204	53%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 3, hace referencia a la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH", el cual muestra que del 100% de encuestados, el 53% (204 estudiantes) alcanzaron un puntaje que se encuentra en la escala muy adecuado; en cambio el 31% (118 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala adecuado. Quiere decir que el programa televisivo logro informar contenidos en quechua de manera oportuna, también promovió contenidos de aprendizaje educativo e intercultural.

Tabla 4

Contenido educativo del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

Niveles	Frecuencia Porcentaje	
	f1	%
Muy inadecuado	20	5%
Inadecuado	9	2%
Ni adecuado, ni inadecuado	41	11%
...		
Adecuado	70	18%
Muy adecuado	245	64%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión contenido educativo del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 4, hace referencia a la dimensión Contenido educativo del Programa televisivo digital "Kuskanchik

UNSCH” el cual muestra que del 100% de encuestados, el 64% (245 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy adecuado; en cambio el 18% (70 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala adecuado. Quiere decir que el programa televisivo logró impartir de manera oportuna contenidos de aprendizaje educativo, intercultural, humanístico y científico a sus estudiantes.

Tabla 5

Información en quechua del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy inadecuado	4	1%
Inadecuado	17	4%
Ni adecuado, ni inadecuado	23	6%
....		
Adecuado	33	9%
Muy adecuado	308	80%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión información en quechua del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 5 hace referencia a la dimensión Información en quechua del Programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” el cual muestra que del 100% de encuestados, el 80% (308 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy adecuado; en cambio el 9% (33 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala adecuado. Quiere decir que la información difundida en quechua por el Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH, promovió el bilingüismo y fomentó un adecuado aprendizaje en la lengua originaria.

Tabla 6

Temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy inadecuado	5	1%
Inadecuado	31	8%
Ni adecuado, ni inadecuado	64	16%
...		
Adecuado	56	15%
Muy adecuado	229	60%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión Temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 6 hacen referencia a las temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH", el cual muestra que del 100% de encuestados, el 60% (229 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy adecuado; en cambio el 15% (56 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala adecuado. De lo anterior se deduce, que las temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH", logró difundir de manera eficiente temas relacionados al EIB, su importancia y el valor que proyecta en sus televidentes.

Tabla 7

Comentarios interculturales en el Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy inadecuado	4	1%
Inadecuado	11	3%
Ni adecuado, ni inadecuado	52	14%
...		

Adecuado	55	14%
Muy adecuado	263	68%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión comentarios interculturales del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 7 muestra que del 100% de encuestados, el 68% (263 estudiantes) alcanzaron un puntaje corresponde a la escala muy adecuado; en cambio el 14% (55 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala adecuado De lo anterior se deduce, que los comentarios interculturales difundidos por el programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH", promovieron de manera oportuna apreciaciones relacionadas a la identidad intercultural, así mismo fortalecieron la conciencia nacional de sus televidentes.

4.1.2. Resultados de la variable Fortalecimiento de la identidad cultural

Fortalecimiento de la identidad cultural, es la variable dependiente (VD), la cual presenta 4 dimensiones (valor histórico, costumbre personal, conciencia nacional y sentimiento de pertenencia), cada una de estas constituida por 5 ítems haciendo un total de 20, para la variable mencionada, además el análisis se realizó con la escala de Likert, donde los rangos de interpretación de la variable independiente fueron: Muy bajo, Bajo, Ni alto, ni bajo, Alto y Muy alto.

Tabla 8

Resultados de la variable Fortalecimiento de la identidad cultural

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy bajo	17	4%
Bajo	26	7%

Ni alto, ni bajo	58	15%
Alto	140	36%
Muy alto	144	37%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la variable fortalecimiento de la identidad cultural (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 8, hace referencia a la variable Fortalecimiento de la identidad cultural, el cual muestra que del 100% de encuestados, el 37% (144 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy alto; en cambio el 31% (118 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala alto. De lo anterior se deduce, que los estudiantes consideraron importante valorar, promover y fortalecer su identidad cultural y costumbres.

Tabla 9

Valor histórico de la cultura regional

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy bajo	2	1%
Bajo	12	3%
Ni alto, ni bajo	47	12%
Alto	90	23%
Muy alto	234	61%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión valor histórico de la cultura regional (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 9 muestra que del 100% de encuestados, el 61% (234 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy alto; en cambio el 23% (90 estudiantes) obtuvieron un puntaje que

corresponde a la escala alto. De lo anterior se deduce que, los estudiantes consideraron importante conocer el valor histórico, cultura, acontecimientos y pasado de su región.

Tabla 10

Reproducción de la costumbre personal

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy bajo	16	4%
Bajo	31	8%
Ni alto, ni bajo	81	21%
Alto	106	28%
Muy alto	151	39%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión reproducción de la costumbre personal (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 10 muestra que del 100% de encuestados, el 39% (151 estudiantes) alcanzaron un puntaje corresponde a la escala muy alto; en cambio el 28% (106 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala alto. Quiere decir que los estudiantes consideran importante valorar su idioma quechua, practicar sus costumbres ancestrales, difundir sus tradiciones y estilo cultural.

Tabla 11

Conciencia nacional sobre la cultura

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy bajo	44	11%
Bajo	28	7%
Ni alto, ni bajo	51	13%

Alto	64	17%
Muy alto	198	52%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión conciencia nacional sobre la cultura (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 11 muestra que del 100% de encuestados, el 52% (198 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy alto; en cambio el 17% (64 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala alto. Quiere decir que los estudiantes conocen su realidad cultural, entiende el valor de sus pueblos y motivan el respeto por sus tradiciones.

Tabla 12

Sentimientos de pertenencia

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
	f1	%
Muy bajo	4	1%
Bajo	10	2%
Ni alto, ni bajo	34	9%
Alto	56	15%
Muy alto	281	73%
Total	385	100%

Nota: Aplicación del instrumento para obtener los resultados de la dimensión sentimientos de pertenencia (2023).

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 12 muestra que del 100% de encuestados, el 73% (281 estudiantes) alcanzaron un puntaje que corresponde a la escala muy alto; en cambio el 15% (56 estudiantes) obtuvieron un puntaje que corresponde a la escala alto. Quiere decir que los estudiantes sienten admiración y afecto por su patria, además valoran sus costumbres y tradiciones.

Inferencial

Tabla 13

Programa televisivo Kuskanchik UNSCH y Fortalecimiento de la identidad cultural

		Fortalecimiento de la identidad cultural						
		Muy bajo	Bajo	Ni alto, ni bajo	Alto	Muy alto	Total	Porcentaje
Programa televisivo Kuskanchik UNSCH	Muy inadecuado	2	0	0	0	0	2	1%
	Inadecuado	0	2	9	5	0	16	4%
	Ni adecuado, ni inadecuado	5	10	2	23	5	45	11%
	Adecuado	4	10	26	43	35	118	31%
	Muy adecuado	6	4	21	69	104	204	53%
Total		17	26	58	140	144	385	
Porcentaje		4%	8%	15%	36%	37%		100%

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 13, muestra las respuestas de la cantidad de encuestados, para la variable Programa televisivo Kuskanchik UNSCH, a 204 estudiantes les corresponde la escala muy adecuada, seguido de 118 estudiantes que les corresponde la escala adecuada. Por otra parte, para la variable Fortalecimiento de la identidad cultural, 144 encuestados les corresponde la escala muy alto y a 140 estudiantes les corresponde la escala alto. Quiere decir que el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho, 2022.

Tabla 14

Contenido educativo y Fortalecimiento de la identidad cultural

		Fortalecimiento de la identidad cultural						
		Muy bajo	Bajo	Ni alto, ni bajo	Alto	Muy alto	Total	Porcentaje
Contenido educativo	Muy inadecuado	2	2	7	9	0	20	5%
	Inadecuado	0	2	3	2	2	9	2%

	Ni adecuado, ni inadecuado	4	0	8	12	17	41	11%
	Adecuado	2	5	9	39	15	70	18%
	Muy adecuado	9	17	31	78	110	245	64%
Total		17	26	58	140	144	385	
		4%	8%	15%	36%	37%		100%

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 14, muestra las respuestas de la cantidad de encuestados, para la variable Fortalecimiento de la identidad cultural, a 144 estudiantes les corresponde la escala muy alto, seguido de 140 estudiantes que les corresponde la escala alto. Por otra parte, para la dimensión Contenido educativo, 245 encuestados les corresponde la escala muy adecuada y a 70 estudiantes les corresponde la escala adecuada. Entonces el contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de sus estudiantes.

Tabla 15

formación en quechua y Fortalecimiento de la identidad cultural

Fortalecimiento de la identidad cultural								
		Muy bajo	Bajo	Ni alto, ni bajo	Alto	Muy alto	Total	Porcentaje
Información en quechua	Muy inadecuado	0	0	4	0	0	4	1%
	Inadecuado	2	6	0	5	4	17	4%
	Ni adecuado, ni inadecuado	2	3	4	12	2	23	6%
	Adecuado	0	7	6	9	11	33	9%
	Muy adecuado	13	10	44	114	127	308	80%
Total		17	26	58	140	144	385	
		4%	8%	15%	36%	37%		100%

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 15, muestra las respuestas de la cantidad de encuestados, para la variable Fortalecimiento de la identidad

cultural, a 144 estudiantes les corresponde la escala muy alto, seguido de 140 estudiantes que les corresponde la escala alto. Por otra parte, para la dimensión Información en quechua, 308 encuestados les corresponde la escala muy adecuada y a 33 estudiantes les corresponde la escala adecuada. Entonces la Información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de sus estudiantes.

Tabla 16

Temáticas bilingües y Fortalecimiento de la identidad cultural

Fortalecimiento de la identidad cultural								
		Muy bajo	Bajo	Ni alto, ni bajo	Alto	Muy alto	Total	Porcentaje
Temáticas bilingües	Muy inadecuado	2	0	3	0	0	5	1%
	Inadecuado	3	3	5	16	4	31	8%
	Ni adecuado, ni inadecuado	3	11	13	24	13	64	16%
	Adecuado	0	2	11	28	15	56	15%
	Muy adecuado	9	10	26	72	112	229	60%
Total		17	26	58	140	144	385	
Porcentaje		4%	8%	15%	36%	37%		100%

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 16, muestra las respuestas de la cantidad de encuestados, para la variable Fortalecimiento de la identidad cultural, a 144 estudiantes les corresponde la escala muy alto, seguido de 140 estudiantes que les corresponde la escala alto. Por otra parte, para la dimensión Temáticas bilingües, 229 encuestados les corresponde la escala muy adecuada y a 56 estudiantes les corresponde la escala adecuada. Entonces las Temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de sus estudiantes.

Tabla 17*Comentarios interculturales y Fortalecimiento de la identidad cultural*

		Fortalecimiento de la identidad cultural					Total	Porcentaje
		Muy bajo	Bajo	Ni alto, ni bajo	Alto	Muy alto		
Comentarios interculturales	Muy inadecuado	2	0	0	2	0	4	1%
	Inadecuado	1	3	0	5	2	11	3%
	Ni adecuado, ni inadecuado	2	12	14	18	6	52	14%
	Adecuado	6	5	9	23	12	55	14%
	Muy adecuado	6	6	35	92	124	263	68%
Total		17	26	58	140	144	385	
Porcentaje		4%	8%	15%	36%	37%		100%

Interpretación: Los resultados encontrados en la tabla 17, muestra las respuestas de la cantidad de encuestados, para la variable Fortalecimiento de la identidad cultural, a 144 estudiantes les corresponde la escala muy alto, seguido de 140 estudiantes que les corresponde la escala alto. Por otra parte, para la dimensión Comentarios interculturales, 263 encuestados les corresponde la escala muy adecuada y a 55 estudiantes les corresponde la escala adecuada. Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

4.3. Prueba de hipótesis

Prueba de hipótesis general

Ho: El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” no influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho, 2022.

Hi: El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho, 2022.

Tabla 18

El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	131,724 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	98.637	16	0.000
Asociación lineal por lineal	54.742	1	0.000
N de casos válidos	385		

Interpretación: Con respecto a la tabla 18, el resultado para la variable programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho 2022, se obtuvo un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Entonces el programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho, 2022.

Prueba de hipótesis específica 1

H₀: El contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” no influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

H₁: El contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Tabla 19

Contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	47,161 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	53.502	16	0.000
Asociación lineal por lineal	13.944	1	0.000
N de casos válidos	385		

Interpretación: Con respecto a la tabla 19 se obtuvo un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Entonces el contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de sus estudiantes.

Prueba de hipótesis específica 2

Ho: La información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” no influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Hi: La información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Tabla 20

Información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	77,616 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	62.593	16	0.000
Asociación lineal por lineal	22,925	1	0.000
N de casos válidos	385		

Interpretación: Según los resultados de la tabla 20 se obtuvo un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes de la UNSCH.

Prueba de hipótesis específica 3

H₀: Las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” no influyen en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

H₁: Las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Tabla 21

Temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73,322 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	66.349	16	0.000
Asociación lineal por lineal	33,487	1	0.000
N de casos válidos	385		

Interpretación: Con respecto a la tabla 21 se obtuvo un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$. Ello indica que existe una correlación positiva alta entre ambas variables, por lo tanto, las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Prueba de hipótesis específica 4

Ho: Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” no influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Hi: Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen directamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Tabla 22

Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	94,184 ^a	16	0.000
Razón de verosimilitud	78.930	16	0.000
Asociación lineal por lineal	50,014	1	0.000
N de casos válidos	385		

Interpretación: Con respecto a la tabla 22 se obtuvo un valor de significancia de 0,000 el cual es menor a 0.05, ello indica que existe una correlación positiva alta. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.

Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo de estudio determinar la influencia del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Ayacucho, 2022. Donde la variable independiente guarda una relación significativamente alta de influencia en la variable dependiente según la prueba de correlación Chi Cuadrado equivalente a un valor de significancia (valor crítico observado) $0,000 < 0.05$ (ver tabla 13).

Ahora, con respecto al resultado descriptivo de la variable independiente el Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH, se evidencia que del 100% de encuestados el 53% mencionan el programa televisivo logro informar contenidos en quechua de manera oportuna, también promovió contenidos de aprendizaje educativo e intercultural. (ver tabla 03). Este estudio encuentra relación con la mención de Guale (2016) cuando señala que: la programación de televisión digital puede ayudar a difundir las características de la identidad del grupo, incluidos aspectos visibles como el territorio, la religión y el idioma y los elementos menos obvios pueden ser los mismos que viven en nuestras mentes y se vuelven evidentes en la forma en que vemos, nos comportamos e interactuamos. De la misma manera, Huarancca (2018) indica que los programas de reality show influyen altamente en la personalidad de estudiantes entre 11 y 12 años de edad ya sea en las actitudes y formas de pensar de manera positiva o negativa teniendo en cuenta que es un programa de entretenimiento.

Los programas de televisión en sus diferentes formatos tienen un predominio simbólico y ejerce un nivel de influencia en la actitud y en el comportamiento del

espectador. En este caso, el programa digital Kuskanchik UNSCH tiene un alto balance de influencia positiva en los estudiantes de la UNSCH.

Sobre el contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” tiene un nivel de relación significativamente alta de influencia en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, el cual muestra que del 100% de encuestados el 64% menciona que es muy adecuado el contenido emitido (ver tabla 04); este objetivo encuentra relación en el estudio de Castillo (2018) cuando señala que: la pretensión del quechua de basarse en el discurso informativo se evidencia no solo en el discurso de los conductores, sino también en los contenidos informativos que brindan los noticieros destinados a visibilizar los problemas, logros e intereses del público quechuahablante; es por ello, que hace mención que el 48.67% de los espectadores de Lima ven el contenido sobre todo por temas culturales y el 48.67% de espectadores de las regiones ven el programa por contenidos como salud, política, etc.

De la misma manera, Ruelas (2018) en su en su investigación sobre la influencia de los programas reality show en la conducta de los estudiantes menciona que el contenido emitido por dicho programa tiene una influencia negativa sobre ellos. De esta manera, se puede observar cuan influyente son los medios de comunicación, persuadiendo ya sea de manera positiva o negativa en el espectador adoptando actitudes desde los contenidos emitidos.

En cuanto a la información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye en un nivel de relación significativamente alta en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, el cual

muestra que del 100% de encuestados el 84% menciona que la información emitida en quechua es muy adecuada (ver tabla 05). Este objetivo encuentra relación en el estudio de Castillo (2018) cuando señala que: la información en quechua permite descentralizar las propuestas audiovisuales a nuevos espacios y fuentes, brindando un espacio de información al público quechuahablante, teniendo en cuenta los espacios en los que se desenvuelve como en la capital, en el interior del Perú e inclusive fuera del país contribuyendo a reivindicar la lengua quechua y a sus hablantes.

Asimismo, Salinas (2018) menciona que la información emitida en quechua es un aporte en la inclusión social del espacio geográfico de dicho estudio, generando una oportunidad para que el idioma sea visible y sobre todo valorado por las personas y que permita el reconocimiento a su identidad. Es así, que diferentes estudios realizados guardan relación con la presente investigación en cuanto a la adecuada información presentada por el programa Kuskanchik UNSCH.

Las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen en un nivel de relación significativamente alta en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, el cual muestra que del 100% de encuestados el 60% menciona que es muy adecuado indicando que las temáticas bilingües han sido recibidas de buena manera por la población estudiantil (ver tabla 06). De hecho, la afirmación realizada incorpora los resultados de Cansaya (2022) cuando señala que: el público puede interpretar y analizar los mensajes emitidos en los medios. Y para ello se requiere un mejor desenvolvimiento vocal del mediador o presentador haciendo mención en el estudio realizado que los conductores del programa Ñuqanchik muestran un aporte positivo dando como resultado de la encuesta

realizada un 3.87 en la escala de valor presentada donde 1 (uno) es muy poco y 5 (cinco) mucho.

Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen en un nivel de relación significativamente alta en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, el cual muestra que del 100% de encuestados el 68% menciona que los comentarios realizados en el programa, promovieron de manera oportuna apreciaciones relacionadas a la identidad intercultural (ver tabla 7). este objetivo encuentra relación en el estudio de López (2020) cuando señala que: las valoraciones del público hacia el programa CulturizArte lo refiere a partir de lo que ve y escucha, en este caso cuando menciona contenidos de carácter artístico y cultural con el objetivo de revalorar, fortalecer y aportar a que haya una comunidad más culturizada, para llegar hasta deducción López realizó una encuesta en su estudio donde muestra que el 54% de los 100% de encuestados ven el programa porque quieren seguir aprendiendo sobre la cultura y que además ayuda a transmitir una opinión publica mejor planteada.

Conclusiones

Conclusión general

1. El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, pues se obtuvo un valor de significancia de $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Conclusiones específicas

2. El contenido educativo del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, demostrado por el valor crítico observado de $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
3. La información en quechua del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influye significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, demostrado por el valor crítico observado de $0,000 < 0.05$. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
4. Las temáticas bilingües del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. El demostrado el valor crítico observado de $0,000 < 0.05$. por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula.
5. Los comentarios interculturales del programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” influyen significativamente en el fortalecimiento de la identidad cultural

de los estudiantes de la UNSCH, demostrado por un valor de 0,000 el cual es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Recomendaciones

1. A las autoridades del Ministerio de Educación, llevar la lengua materna a la televisión y minimizar la discriminación lingüística y moral tan generalizada en los medios de comunicación en el Perú.
2. El Ministerio de Cultura juntamente con el gobierno de turno, implementar en el sector educativo la enseñanza obligatoria del quechua.
3. A la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, implementar estrategias de comunicación en las que la sociedad pueda percibir el poder respetar las diferentes características de cada pueblo según sus costumbres y tradiciones.
4. El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH", siga difundiendo información en quechua, para fortalecer la identidad cultural de los peruanos.

Referencias

- Abadía, Q. (2012). Revisión de lineamientos para el desarrollo de contenido educativo para televisión digital interactiva. *Sistemas y Telemática*, 10 (20), 71-104.
<https://www.redalyc.org/pdf/4115/411534387005.pdf>
- Aguilar, B. (1990). *Psicología de la comunicación*. (1ra ed.). Concejo Nacional de la Ciencia y la Tecnología.
- Andréu, J. (2018). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. España: Universidad de Granada.
- Arana, E. (2011): *Estrategias de programación televisiva. Síntesis*. Madrid.
<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/4849/4719>
- Arias, G. (2008). Televisión digital: Cambio tecnológico o tecnología para el cambio. *Contratexto*, (016), 145-159.
<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/803>
- Banchón, M. (2022, 22 de marzo). *Mas espacios públicos para las lenguas originarias en América latina*. DW Global Media Forum.
<https://www.dw.com/es/m%C3%A1s-espacio-p%C3%BAblico-para-las-lenguas-originarias-en-am%C3%A9rica-latina/a-61206809>
- Bartolomé, A. (2008). E-Learning 2.0-Posibilidades de la Web 2.0. *En Perspectiva*, 3 (1), 131-153.
https://www.researchgate.net/publication/235793309_De_la_web_2_0_al_elearning_20
- Bembibre, C. (2016). *Definición de Costumbre*. definicionabc.com
- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu.
<https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>
- Boyd, D. y Ellison, N. (2007). Sitios de redes sociales: definición, historia y erudición. *Revista de comunicación mediada por computadora*, 13 (1), 210–230.
- Bravo, C., Espinoza, F. y Rivera, L. (2016). *Los programas televisivos de carácter folklórico y el fortalecimiento de la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa “Marcos Durán Martel” - Amarilis – Huánuco 2014* [Tesis de Licenciatura, Universidad Hermilio Valdizán].

<https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4307/TEPR01B81.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Caldera, J. y Zapico F. (2004). La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*. 18 (37). <http://rev-ib.unam.mx/ib/index.php/ib/article/view/4048/3597>
- Canales, K. (2022). *La producción de noticieros de lenguas originarias permite la consolidación de la identidad de las comunidades nativas del Perú en Tv Perú*, 2021 [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91020/Canales_KKY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cansaya, L. (2022). *Relación entre el Noticiero Ñuqanchik TV Perú y la Identidad Sociocultural de televidentes quechua- hablantes en la ciudad de Abancay*, 2020 [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión]. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/5425/Edison_Tesis_Licenciatura_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castells, M. (1998): "Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red", en *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, 2.
- Castells, M. (2003) *La era de la información*. Vol. 2. El poder de la identidad. Alianza Editorial. Madrid.
- Castillo, A. (2018). *La revitalización de la lengua quechua y la representación de la identidad andina que propone el noticiero "Ñuqanchik" a sus dos años de lanzamiento* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625059/Castillo_pl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Carrasco, C. (2016). *Investigación Científica*. España: Mc Graw Hill.
- Cely, W. (2021). *Fortalecimiento de la identidad cultural a través de las danzas tradicionales del departamento de Boyacá mediante el uso de las TIC* [Tesis de Maestría, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia].

https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/8506/Fortalecimiento_identidad_cultural.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cipriano M. (2010). El proceso de Implementación de la Televisión Digital Terrestre y los Canales Locales. <https://docplayer.es/8128952-El-proceso-de-implementacion-de-la-television-digital-terrestre-y-los-canales-locales.html>
- Concha, G. (2009). *Los medios de comunicación de masas y la identidad cultural de los jóvenes universitarios quechuas del Cusco*. [Tesis Doctoral, Universidad de Alcalá]. <https://core.ac.uk/download/pdf/58908356.pdf>
- Consejo Consultivo de Radio Y Televisión [CONCORTV]. (2012). *La tv digital: aún hay oportunidad para que sea una herramienta de diversidad e inclusión social*. <https://www.concortv.gob.pe/file/2012/noticias/08-informe-unesco-tdt-peru-2012.pdf>
- Coronimas. M. (2001). Los estudios de recepción. *Portal de Comunicación*. 1-10 https://ateneu.xtec.cat/wiki/form/wikiexport/_media/cursos/curriculum/interniv/dv36/modul_4/documents/estudiosrecepcion.pdf
- Del Río, P., Álvarez, A. y Del Río, M. (2004) *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Fundación Infancia y Aprendizaje. <https://www.iberlibro.com/primer-edicion/Pigmal%C3%B3n-Informe-impacto-televisi%C3%B3n-infancia-Pablo/1089718240/bd>
- Di Palma, G. (2015). *Introducción al periodismo*. Argentina: Brujas.
- Doyle, M. (2013). Los medios masivos de comunicación en las luchas de los Pueblos indígenas: Abordajes desde los estudios sobre comunicación. *Estudios-Centro de Estudios Avanzados*, (30), 107-122. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/restudios/article/view/7398/8490>
- Doyle, M., Belotti, F. y Siales, E. (2019). Los medios de pueblos originarios en América Latina: historia, aproximaciones y desafíos https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/128346/CONICET_Digital_Nro.7d8ed058-38c9-46b2-9ea3-9b61cf061ace_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Echegaray, L. (2012). Análisis de la influencia de la implantación del modelo digital audiovisual en el estudio comercial de las audiencias: tendencias metodológicas y opiniones del sector empresarial audiovisual. [tesis doctoral, universidad del País Vasco]

<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/11052/Tesis%20L%E1zaro%20Echegaray%20Eizaguirre.pdf?sequence=9>

- Ellis, J. (2000). Programación: ¿el último acto creativo en televisión? *Medios, Cultura y Sociedad*, 22(1), 25-38
https://www.researchgate.net/publication/249723052_Scheduling_The_last_creative_act_in_television
- Fernández, P. (2013). Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente. *Questión*, 1 (40), 69-82.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32744/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fisher, J. (2014). Liberalismo, comunitarismo, cultura y multiculturalismo. *Factótum*, (12), 29-46.
- Flores, I. (2005). *Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica*.
<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/345/2005136P41.pdf;jsessionid=E6FEA6794ABBA6C9C98CA04E58DED200?sequence=1>
- García, C. (2019) *El Año Internacional de las Lenguas Indígenas busca proteger un universo de conocimientos*. [Reportaje]
<https://news.un.org/es/story/2019/01/1449962>
- García, A. y Baeza, C. (2015). *Identidad cultural e investigación*. Cuba: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana “Juan Marinello”.
- Gasteiz, V. (2016). *Internet y nuevas tecnologías ¿Hablemos en familia?*
https://www.girona.cat/adminwebs/docs/i/n/internet_en_familia.pdf
- Gerbner, H. y Gross, L. (1996): “*Creecer con la televisión: perspectiva de aculturación*” en Bryant, J. y Zillmann, D. (comps): Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías. Barcelona. Paidós.
- Giménez, G. (2007). La identidad social o el retorno del sujeto en sociología. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (2), 183-205.
- Giménez, G. (2019). Cultura, identidad y procesos de individualización.
- Gómez, G. (2007) La radio y la televisión en la era digital.

- Guale, T. (2016). *El programa televisivo Mi Recinto y su incidencia en la identidad cultural de la cabecera de Colonche en el año 2011* [Tesis de Licenciatura, Universidad Estatal Península de Santa Elena].
<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/663/1/TESIS%20GLENDA%20MERCY%20GUALE%20FLORES.pdf>
- Guerrero, E. (2018). La fuga de los *millennials* de la televisión lineal. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 1231-1246.
<https://www.revistalatinacs.org/073paper/1304/63es.html>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Huarancca, A. (2018). *Los programas televisivos de realty juveniles e inteligencia emocional* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa] <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/05c8f15e-70bd-4d46-a493-1fb2cc8598cb/content>
- Hutt, H. (2012). *Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión*. España: Editora Paidós
- Infante, C. y Llantoy, M. (2022). *Apuntes metodológicos para las ciencias de la comunicación*. Ayacucho: UNSCH. segunda edición
- Izquierdo, J. (2016). Teoría de programación de radio y televisión. *Universitat Jaume*
http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/162512/s116_impressora.pdf
- Lacalle, C. (2011). La ficción interactiva: televisión y web 2.0. Ámbitos. *Revista Internacional de Comunicación*, (20), 87-107.
<https://www.redalyc.org/pdf/168/16821321005.pdf>
- Ley 29735 de 2011. (2011, 5 de julio). Congreso de la República. Diario oficial N° 445799.
<https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Ley29735Leydenguas2011.pdf>
- Ley 7 de 2010. (2010, 31 de marzo). Jefatura del Estado. Boletín Oficial del Estado de España N° 79.
<https://boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf>

- López, C. (2020). *Estudio de recepción del programa televisivo "expresarte" y su incidencia en la opinión pública de los estudiantes del séptimo semestre de comunicación social de la universidad de Guayaquil*. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil].
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/49427/1/Estudio%20de%20recep%20ci%C3%B3n%20del%20programa%20televisivo%20e%20EXPRESARTE%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20opini%C3%B3n%20p%C3%Bablica.pdf>
- Lozano, J. (1996) Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: *Pearson Educación*.
- Mamani, R. y Huamaní, F. (2019). *Influencia de los programas televisivos en el aprendizaje significativo de los estudiantes de 6° grado de la Institución Educativa N° 56106 "Altiya canas" de yanaoca – Cana – Cusco – 2018*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco].
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4774/253T20190709_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Marcos, F. y Madrid, E. (2013). *La televisión en un mundo conectado e interactivo: hacia una TV centrada en el espectador*:
<https://www.redalyc.org/pdf/823/82329477007.pdf>
- Martínez, M. (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. Netbiblo.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación: Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. (1ra ed.). electrónica.
http://www.librosoa.unam.mx/bitstream/handle/123456789/2418/metodos_y_tecnicas.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=Las%20t%C3%A9cnicas%20de%20investigaci%C3%B3n%20comprenden,de%20nuevas%20t%C3%ADneas%20de%20investigaci%C3%B3n
- Mesa, J. (2015). *Inteligencia emocional, rasgos de personalidad e inteligencia psicométrica en Adolescentes*. España: Universidad de Murcia.
- Ministerio de Transporte y Comunicaciones (2023). *Canales que transmiten TDT*.
http://www.tdt.pe/File/detalle_canales.pdf

- Ministerio de Cultura (2021). *Lista de Pueblos Indígenas u Originarios*.
https://bdpi.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivos/paginas_internas/descargas/Lista%20de%20Pueblos%20Indi%CC%81genas%20u%20Originarios%202021.pdf
- Mitchelstein, E. y Boczkowski, P. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 131-145.
<https://www.redalyc.org/journal/4874/487457531008/html/>
- Millán, R. (2005). Televisión digital terrestre (TDT). *Manual Formativo*, (36).
- Morales, F. (2010). *Diseño de la red para interactividad en televisión digital terrestre e iptv en el campus espe Sngolquí* [Tesis de Licenciatura. Sangolquí -Ecuador].
<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2645/1/T-ESPE-029824.pdf>
- Morgan, M. y Shanahan, J. (2010). El estado de cultivo. *Revista de Radiodifusión y Medios Electrónicos*, 54 (2), 337–355.
- Moro Da Dalt, L. (2009). Guía para la promoción personal de las mujeres gitanas. Cap. 2 la identidad.
<https://www.gitanos.org/publicaciones/guiapromocionmujeres/pdf/completo.pdf>
- Montero, M. (2009). *El fortalecimiento en la comunidad, sus dificultades y alcances*
<https://www.unrc.edu.ar/unrc/psc/pdfs/biblio/4.%20Montero.pdf>
- Montero, M. (2017). *Teoría y práctica de la psicología comunitaria: La tensión entre comunidad y sociedad*. Argentina: Paidós.
- Moya, C. (2006). *Relevancia e inferencia: procesos cognitivos propios de la comunicación*. Universidad Nacional de Colombia, Sede Bogotá
- Muñoz, G. (2000). *Características de la televisión digital y su implantación en Chile* [Tesis de pregrado Universidad de Chile].
<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/141508/Caracter%C3%ADsticas-de-la-Televisi%C3%B3n-Digital.pdf?sequence=1>
- Negroponte, N. (2000). *El mundo digital*. 1995. Ediciones B.

- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. y Villagómez, A. *Metodología de la investigación: cuantitativa – cualitativa y redacción de tesis*. (4ta ed.). Ediciones de la U. https://www.google.com.pe/books/edition/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n/LzKbDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&printsec=frontcover
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (s.f.). *Los Pueblos Indígenas en las Naciones Unidas*. <https://www.un.org/development/desa/indigenous-peoples-es/historia.html>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2012, 8 agosto). *Relator especial destaca papel de medios de comunicación indígenas*. <https://news.un.org/es/story/2012/08/1249111>
- Organización de las Naciones Unidas. (2008). *Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas*. https://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/DRIPS_es.pdf
- Orihuela Colliva, J. L. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Nueva Revista*, 119. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/2962>
- Orozco Gómez, G. (2012). Televisión y producción de interacciones comunicativas. *Comunicación y sociedad*, (18), 39-54.
- Ortega, J. C. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. *Tabanque. Revista Pedagógica*, (31), 244-262.
- Palos, J. (2018). Identidad y sentimientos de pertenencia. *El diario de la educación*. <https://eldiariodelaeducacion.com/convivenciayeducacionenvalores/2018/03/06/identidad-sentimientos-pertenencia/>
- Palella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*
- Pérez, J. (2018). *Definición de estudiante*. España: Alianza
- Pérez, J. y Gardey, A. (2018). *Concepto de información*. España: Alianza.
- Pérez, J. y Perceval, J. (2008). *Guía sobre el lenguaje de la televisión y los valores: 100 preguntas y respuestas*. Proyecto Mentor.
- Perlacios, E. (2016). *El tullupallay, expresión de vigencia de la identidad Cultural tradicional en Julcamarca – Huancavelica 2015* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de San Cristobal de Huamanga]. <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/3634>

- RAE (2022). Diccionario de la Real Academia Española. dle.rae.es
- Rodrigo, M., Gayá, C. y Oller, M. (2013). *De la identidad cultural a las identidades culturales. Reflexiones*, 57(1).
- Rodríguez, D. y Vásquez, G. (2015). *Rasgos lingüísticos del quechua en el habla estándar del español en la Comunidad Rinconada del Bosque* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/1864/T025_4221_9795T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, E. (2014). *Cómo superar la ansiedad. La obra definitiva para vencer el estrés, las fobias y las obsesiones*. Barcelona: Planeta S.A.
- Rosengren, K. y Jensen, K. (1997). *Cinco tradiciones en busca del público. En busca del público*. Gedisa. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wpcontent/uploads/sites/135/2020/05/jensen_y_rosengren_cinco_tradiciones_en_busca_de_un_publico.pdf
- Ruelas, J. (2018). *Influencia de los programas televisivos reality shows en la conducta de los estudiantes del quinto grado de la IES G.U.E. Las Mercedes Juliaca – 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Antiplano - Puno] http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/10504/Ruelas_Yanque_Julio.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salavarría, R. (2003). *Convergencia de los medios*. Chasqui. *Revista latinoamericana de comunicación*, (81), 32-39. <https://comunicacion3unlz.com.ar/wp-content/uploads/2015/09/Convergencia-de-los-medios-Ram%C3%B3n-Salaverr%C3%ADa.pdf>
- Salazar, C. (2019). *El noticiario Ñuqanchik como aliado estratégico para fortalecer la comunicación con las comunidades quechuahablantes del Perú, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6922/SALAZAR_EJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salgado, C. (2018). *Manual de investigación teoría y práctica para hacer la tesis según la metodología cuantitativa*. Universidad Marcelino Champagnat.

- Salinas, L. (2018). Información audiovisual del programa periodístico Ñuqanchik como aporte en la inclusión social del centro poblado Nuevo Ayacucho – Cañete, 2018 [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/36730/SALINAS_PLR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sampedro, V. (1997). Audiencias y medios de comunicación: de los placeres posmodernos a las instituciones ruidosas. *Comunicación & cultura*, (1), 145-162.
- Sequera Díaz, R. (2013). *Televisión y redes sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos*. *Ámbitos*, (22), 1-16. <http://hdl.handle.net/11441/66828>
- Soengas-Pérez, X., López-Cepeda, A. y Sixto-García, J. (2019). Dieta mediática, hábitos de consumo de noticias y desinformación en los universitarios españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1056 -1070.
- Solanas García, O. y Carreras Margineda, G. (2011). Nuevos medios publicitarios: la influencia del mundo digital en la planificación de medios. *Trípodos*, (28), 63-82.
- Tuan, F. (2007). Topofilia. *Un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. Melusina.
- Tubella, I., Tabernero, C. y Dwyer, V. (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Ariel.
- Tubino, F. (2015). Entre el multiculturalismo y la interculturalidad: más allá de la discriminación política. https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Entre_el_multiculturalismo_y_la_interculturalidad.pdf
- Valdivia, L. (2013). “*Identidad Cultural y actitud frente a los apellidos étnicos (Quechua y Aymara) de los estudiantes de enfermería de la UNJBG - Tacna, 2012*”. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]. <http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/352/TG0210.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vega, P. (2003). *Fundamentos de televisión analógica y digital*. Ed. Universidad de Cantabria.

<https://books.google.com.pe/books?id=LlyRVVMiAugC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

Vilches Manterola, L. (2022). La evolución de la ficción propia en Catalunya. *QUADERNS DEL CAC*, (2), 33-35.

Webster, J. G. (1998). La Audiencia. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(2), 190-207.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838159809364443>

Zelcer, M. (2014). *Audiencias/usuarios: una discusión inicial acerca de las categorías empleadas para hablar sobre la recepción en Internet*. España: Alianza.

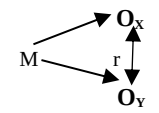
Zuñiga, M., Ansión, J. (1997). ¿Qué entender por interculturalidad?

ANEXOS

Anexo 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tema: El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Ayacucho, 2022.

Presentada: Estefanía Salvatierra Mendoza

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÉTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
GENERAL ¿Cómo influye el programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH? Ayacucho, 2022? ESPECÍFICOS ¿Cómo influye el contenido educativo del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH? ¿Cómo influye la información en quechua del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH? ¿Cómo influye las temáticas bilingües del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH? ¿Cómo influye los comentarios interculturales del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH?	GENERAL Determinar la influencia del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Ayacucho, 2022. ESPEÍFICOS Determinar la influencia del contenido educativo del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Determinar la influencia de la información en quechua del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Determinar la influencia de las temáticas bilingües del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Determinar la influencia de los comentarios interculturales del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.	PRINCIPAL El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH Ayacucho, 2022. ESPECÍFICAS El contenido educativo del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. La información en quechua del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" influye en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Las temáticas bilingües del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" influyen en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH. Los comentarios interculturales del programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" influyen en el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH.	VARIABLE 1 - Programa televisivo digital "Kuskanchik Unscho". Dimensiones: - Contenido educativo - Información en quechua - Temáticas bilingües - Comentarios interculturales VARIABLE 2 - Fortalecimiento de la identidad cultural. Dimensiones: - Valor histórico - Costumbre personal - Conciencia nacional - Sentimientos de pertenencia	TIPO DE INVESTIGACIÓN Básica NIVEL DE INVESTIGACIÓN correlacional DISEÑO INVESTIGACIÓN Correlacional causal  ENFOQUE METODOLÓGICO Cuantitativo MÉTODO Estadístico POBLACIÓN - 12567 estudiantes de la UNSCH. MUESTRA DE ESTUDIO - 385 estudiantes. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS Técnica: Encuesta Instrumento: Ficha de cuestionario. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN - Análisis estadístico. - Software estadístico: SPSS. - Estadígrafo: Chi Cuadrado

Anexo 2

SISTEMA DE VARIABLES

Variables	Dimensión	Indicador	Instrumentos
Independiente Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH".	Contenido educativo	Utilidad	Cuestionario
		Creativo	
		Entretenido	
	Información en quechua	Precisa	
		Completa	
		Compatible	
	Temáticas bilingües	Quechua	
		Español	
		Interculturalidad	
	Comentarios interculturales	Horizontalidad	
		Reconocimiento mutuo	
		Comprensión bilateral	
Dependiente Fortalecimiento de la identidad cultural.	Valor histórico	Intangible	Cuestionario
		Material	
		Inmaterial	
	Costumbre personal	Practica	
		Transmisión	
		Constancia	
	Conciencia nacional	Territorio	
		Comunidad nacional	
		Comunidad local	
	Sentimientos de pertenencia	Vinculo social	
		Afinidad grupal	
		Identificación	

Anexo 3

CUESTIONARIO SOBRE PROGRAMA TELEVISIVO DIGITAL "KUSKANCHIK UNSCH"

Instructivo. Estimado (a) estudiante, suplico a UD. marcar con una X la alternativa correcta que su persona considere correcta; su opinión será válida para concretizar el trabajo de Investigación: “El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes de la UNSCH. Ayacucho, 2022”

Completamente falso	Falso	Ni falso ni verdadero	Verdadero	Completamente verdadero
1	2	3	4	5

PROGRAMA TELEVISIVO DIGITAL "KUSKANCHIK UNSCH"		1	2	3	4	5
Nº	CONTENIDO EDUCATIVO					
1	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” posee contenidos educativos adecuados					
2	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” motiva el aprendizaje intercultural					
3	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” es pertinente para el aprendizaje					
4	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” expresa estrategias pedagógicas de aprendizaje					
5	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” emite cultura científica y humanística					
	INFORMACIÓN EN QUECHUA					
6	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” informa en idioma Quechua					
7	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” difunde una segunda lengua					
8	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” promueve el bilingüismo					
9	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” fomenta el aprendizaje el Quechua					
10	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” categoriza la fonética Quechua					
	TEMÁTICAS BILINGÜES					
11	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” informa temas de relacionados a EIB					
12	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” define la importancia de la EIB					
13	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” determina la calidad de la EIB					
14	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” define el valor de la EIB					
15	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” precisa la eficacia de la EIB					
	COMENTARIOS INTERCULTURALES					
16	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” consolida la identidad cultural					
17	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” fomenta la interculturalidad					
18	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” motiva la identidad con el mundo andino					
19	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” fortalece la conciencia nacional					
20	El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” expone la teoría de la interculturalidad					

CUESTIONARIO SOBRE FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Instructivo. Estimado (a) estudiante, suplico a UD. marcar con una X la alternativa correcta que su persona considere correcta; su opinión será válida para concretizar el trabajo de Investigación: “El programa televisivo digital “Kuskanchik UNSCH” y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes de la UNSCH. Ayacucho, 2022”.

Completamente falso	Falso	Ni falso ni verdadero	Verdadero	Completamente verdadero
1	2	3	4	5

FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL		1	2	3	4	5
N°	VALOR HISTÓRICO					
1	Valoras el legado histórico de tu región					
2	Te identificas con los acontecimientos históricos de tu región					
3	Conoces la historia regional y lo difundes					
4	Es importante conocer nuestro pasado histórico					
5	Considera que la historia de tu región es grandiosa					
	COSTUMBRE PERSONAL					
6	Valoras las costumbres de tu entorno social					
7	Hablas el Quechua por considerarla importante					
8	Fomentas las tradiciones orales del mundo andino					
9	Defiendes el estilo cultural de los pueblos andinos					
10	Compartes la práctica de las costumbres ancestrales					
	CONCIENCIA NACIONAL					
11	Conoces la realidad cultural de tu región					
12	Comprendes los criterios de la sociedad andina					
13	Entiendes el razonamiento de los pobladores andinos					
14	Identificas el valor cultural que practican los pobladores de tu región					
15	Motivas el respeto por la cultura ancestral					
	SENTIMIENTOS DE PERTENENCIA					
16	Valoras el espacio territorial de tu región					
17	Sientes admiración por tu patria					
18	Te identificas con los elementos culturales de tu región					
19	Expresas afecto por el pueblo que te vio nacer					
20	Consideras que primero es lo nuestro luego el resto.					

Anexo 4

Prueba de fiabilidad

CUESTIONARIO: PROGRAMA TELEVISIVO DIGITAL "KUSKANCHIK UNSCH"

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,861	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ítem_1	81,70	560,678	,911	,858
Ítem_2	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_3	81,60	578,711	,867	,859
Ítem_4	82,30	611,122	,431	,861
Ítem_5	81,70	572,233	,834	,859
Ítem_6	81,80	616,178	,188	,863
Ítem_7	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_8	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_9	81,80	616,178	,188	,863
Ítem_10	82,30	611,122	,431	,861
Ítem_11	81,70	560,678	,911	,858
Ítem_12	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_13	81,60	578,711	,867	,859
Ítem_14	82,30	611,122	,431	,861
Ítem_15	81,70	572,233	,834	,859
Ítem_16	81,80	616,178	,188	,863
Ítem_17	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_18	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_19	82,30	623,789	,115	,862
Ítem_20	82,30	623,789	,115	,862

PRUEBA DE FIABILIDAD
CUESTIONARIO: FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD
CULTURAL

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,880	20

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ítem_1	21,10	96,100	,973	,875
Ítem_2	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_3	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_4	21,20	96,622	,945	,877
Ítem_5	21,10	100,767	,905	,878
Ítem_6	21,20	105,511	,914	,879
Ítem_7	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_8	21,20	105,511	,914	,879
Ítem_9	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_10	21,20	96,622	,945	,877
Ítem_11	21,10	96,100	,973	,875
Ítem_12	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_13	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_14	21,20	96,622	,945	,877
Ítem_15	21,10	100,767	,905	,878
Ítem_16	21,20	105,511	,914	,879
Ítem_17	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_18	21,20	105,511	,914	,879
Ítem_19	21,50	106,278	,736	,884
Ítem_20	21,20	105,511	,914	,879

GRÁFICO DE LOS RESULTADOS

Figura 1: Resultados de la variable Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

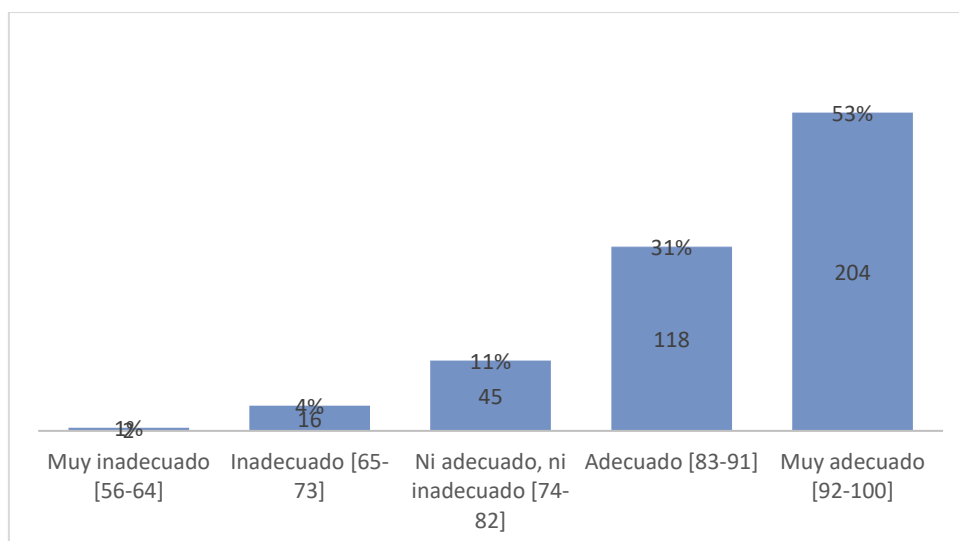


Figura 2: Contenido educativo del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

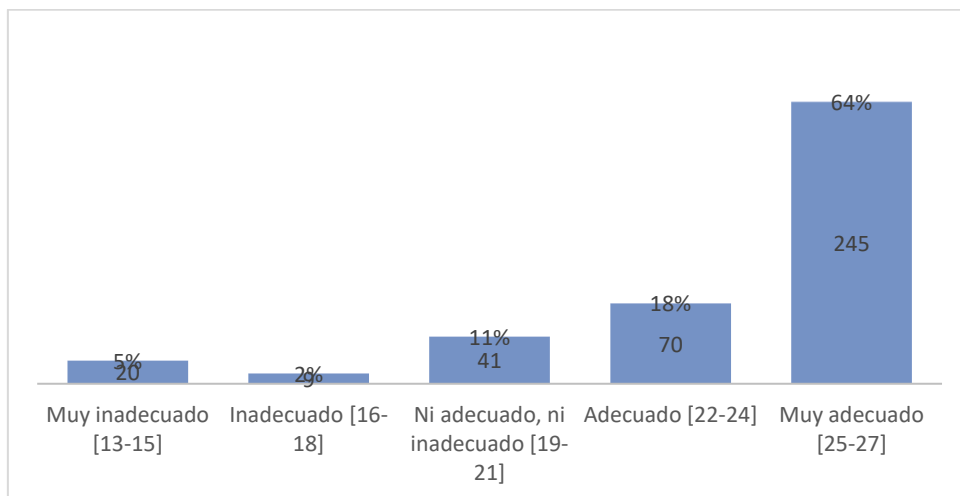


Figura 3: Información en quechua del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

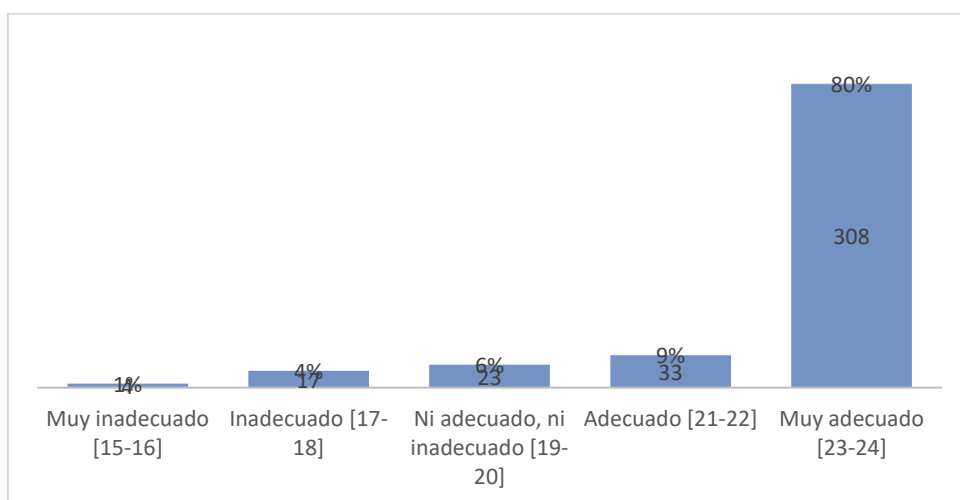


Figura 4: Temáticas bilingües del Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

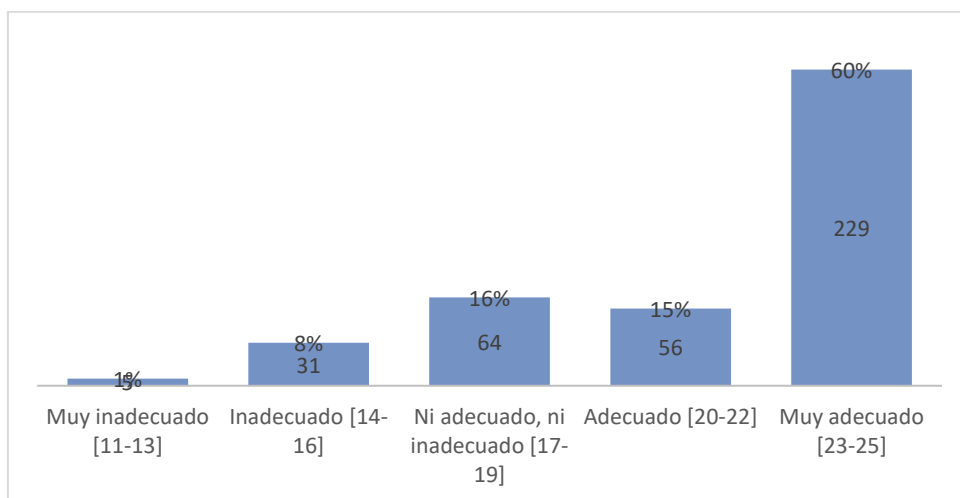


Figura 5: Comentarios interculturales en el Programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH"

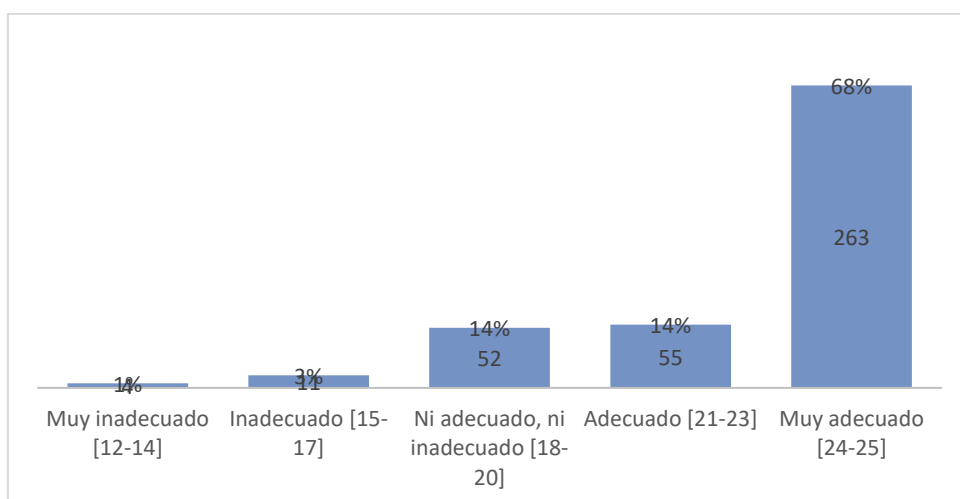


Figura 6: Resultados de la variable Fortalecimiento de la identidad cultural

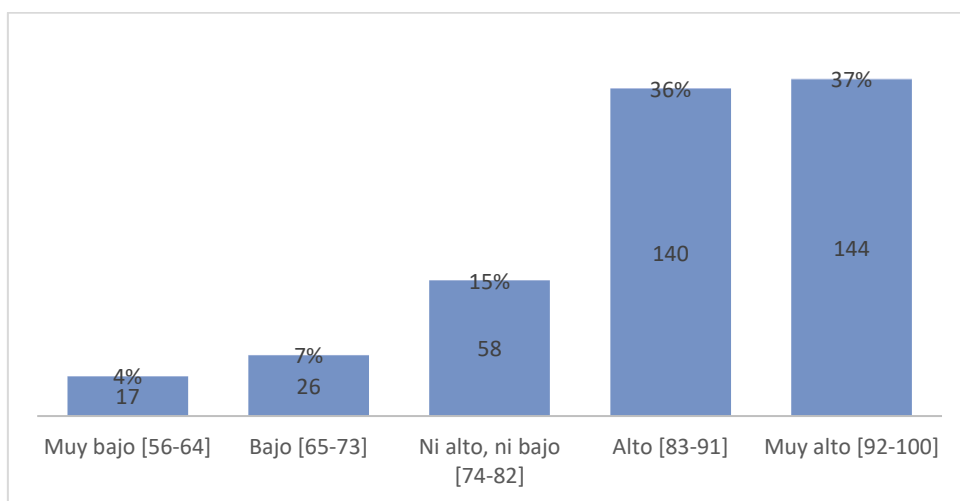


Figura 7: Valor histórico de la cultura regional

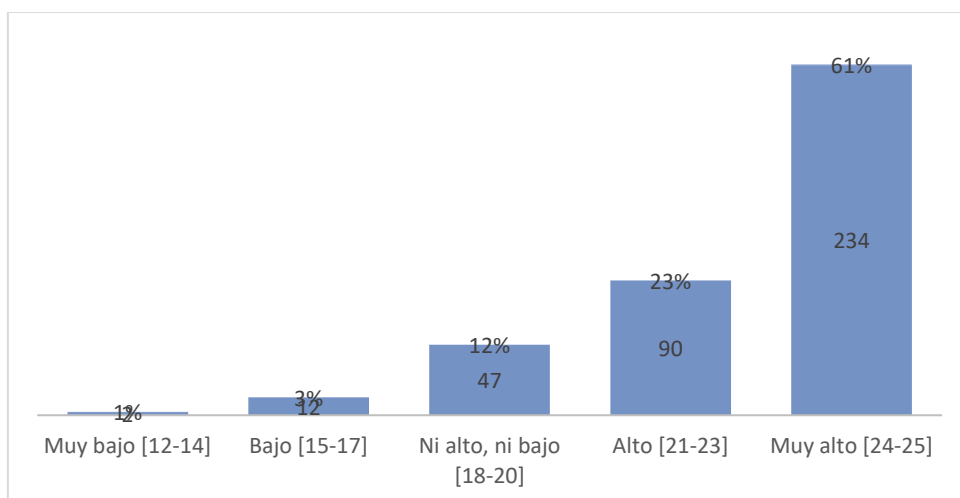


Figura 8: Reproducción de la costumbre personal

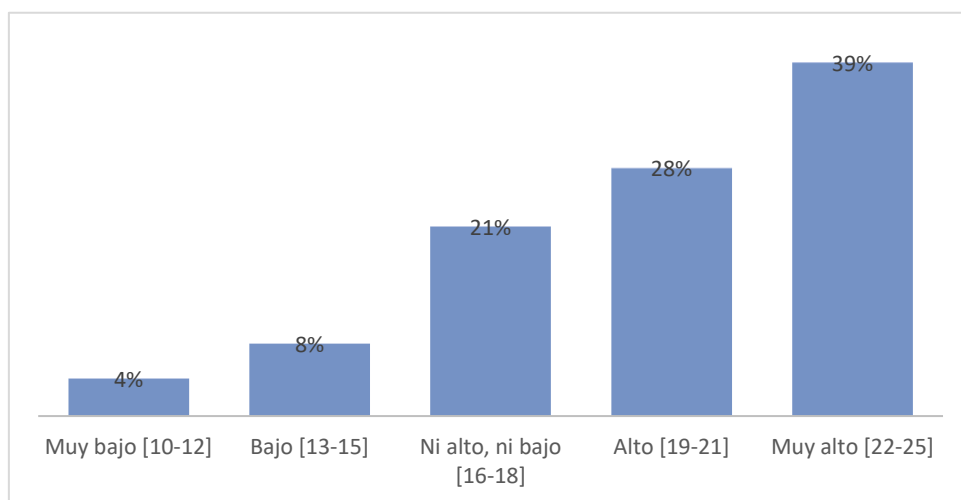


Figura 9: Conciencia nacional sobre la cultura

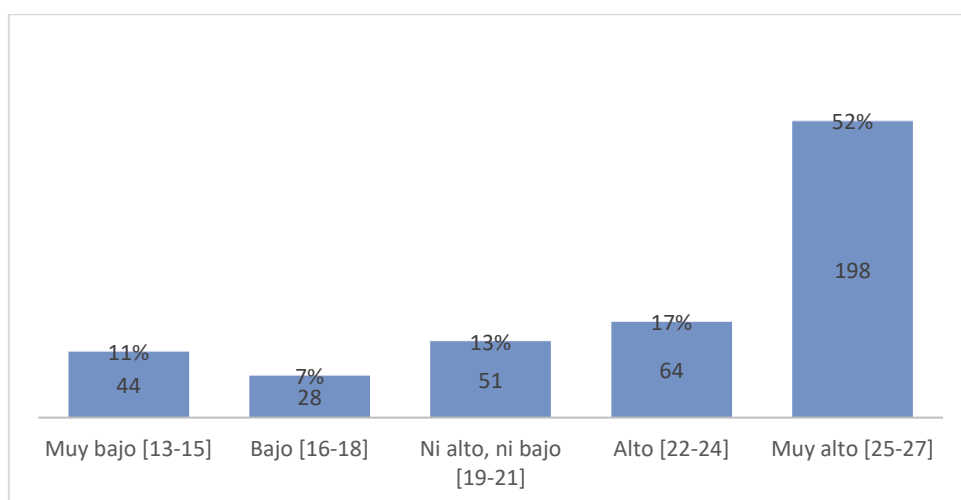
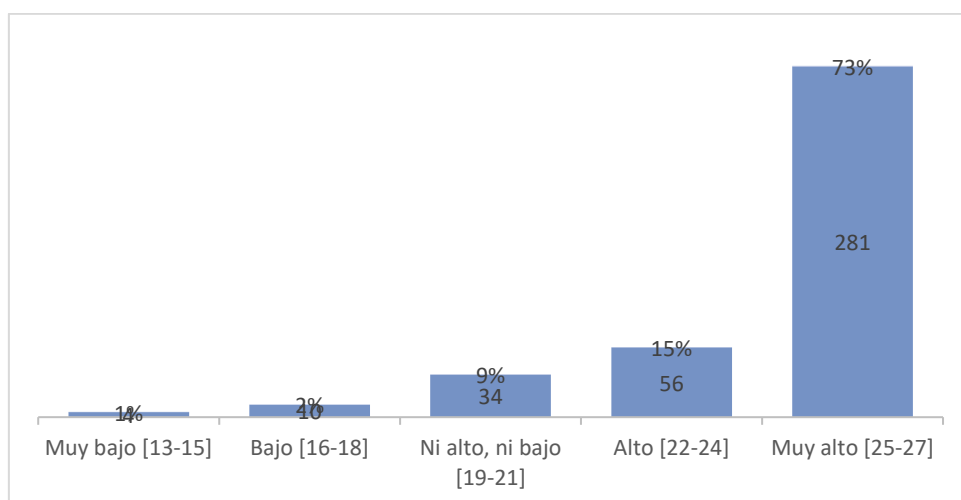


Figura 10: Sentimientos de pertenencia



Anexo 5

Base de datos de datos

TRABAJO VIERNES - Excel

Buscar

Inic. ses.

Compartir

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Nitro Pro 10

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

T401

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
1	CUESTIONARIO TIPO LIKERT PARA LA VARIABLE:																			
2	CUESTIONARIO TIPO LIKERT PARA LA VARIABLE: PROGRAMA TELEVISIVO DIGITAL "KUSKANCHIK UNSCH"																			
3	CONTENIDO EDUCATIVO					INFORMACIÓN EN QUECHUA					TEMÁTICAS BILINGÜES					COMENTARIOS INTERCULTURALES				
4	Pregunta 1	Pregunta2	Pregunta3	Pregunta4	Pregunta5	Pregunta6	Pregunta7	Pregunta 8	Pregunta9	Pregunta10	Pregunta 11	Pregunta 2	Pregunta1 3	Pregunta1 4	Pregunta1 5	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20
5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
8	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5
12	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	5
14	5	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	3	3
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
16	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5

Hoja1 Hoja2 Hoja3

120%

16:19 19/07/2023

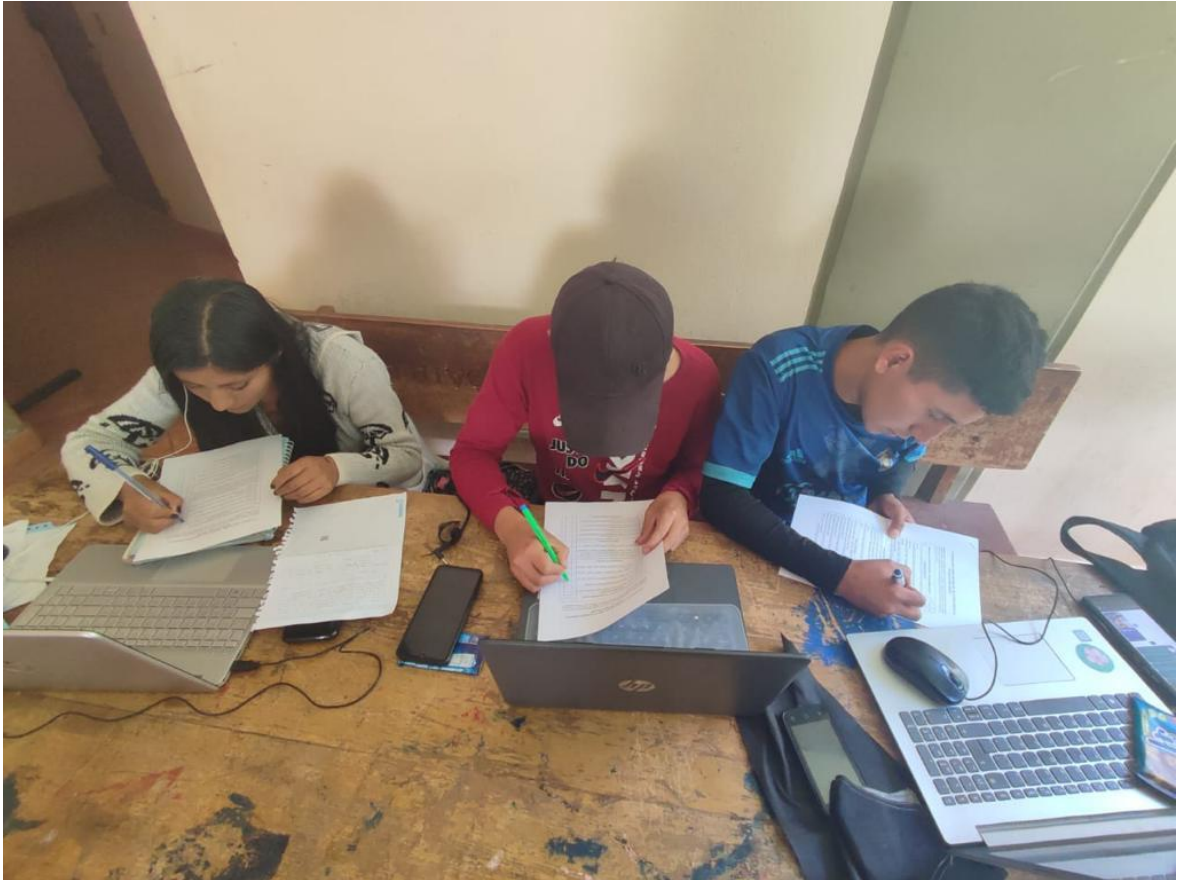
Evidencias de aplicación de instrumentos





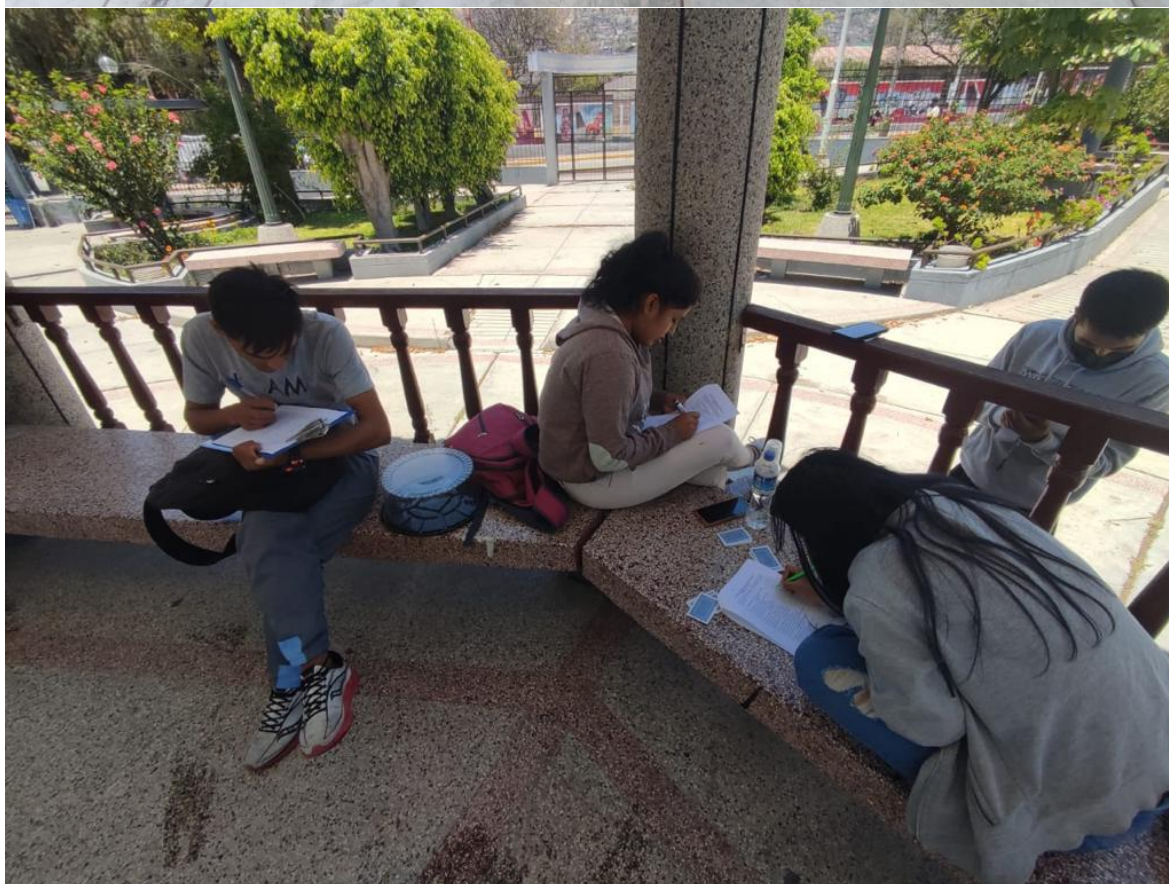


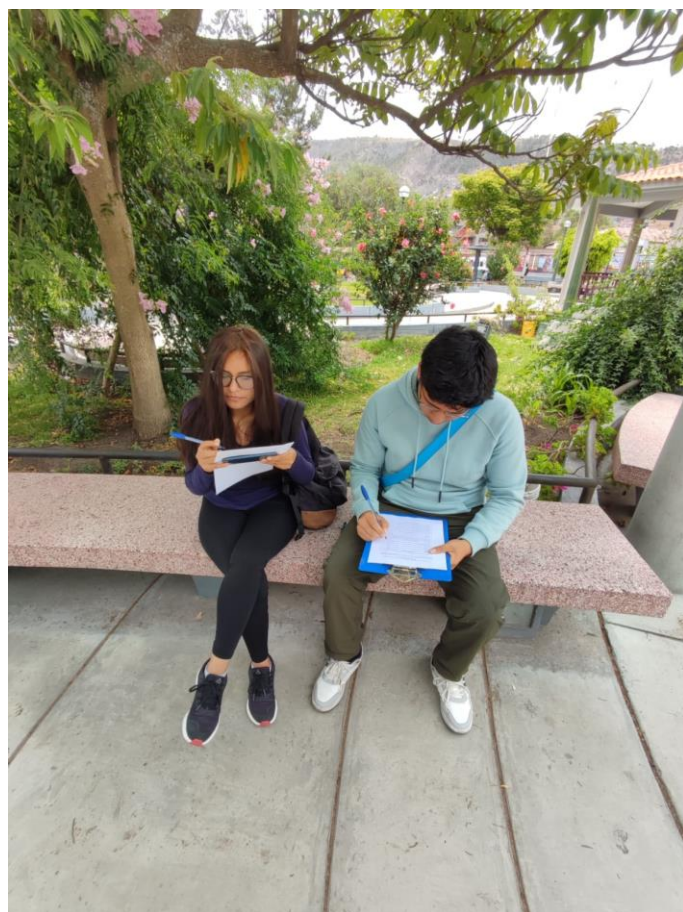
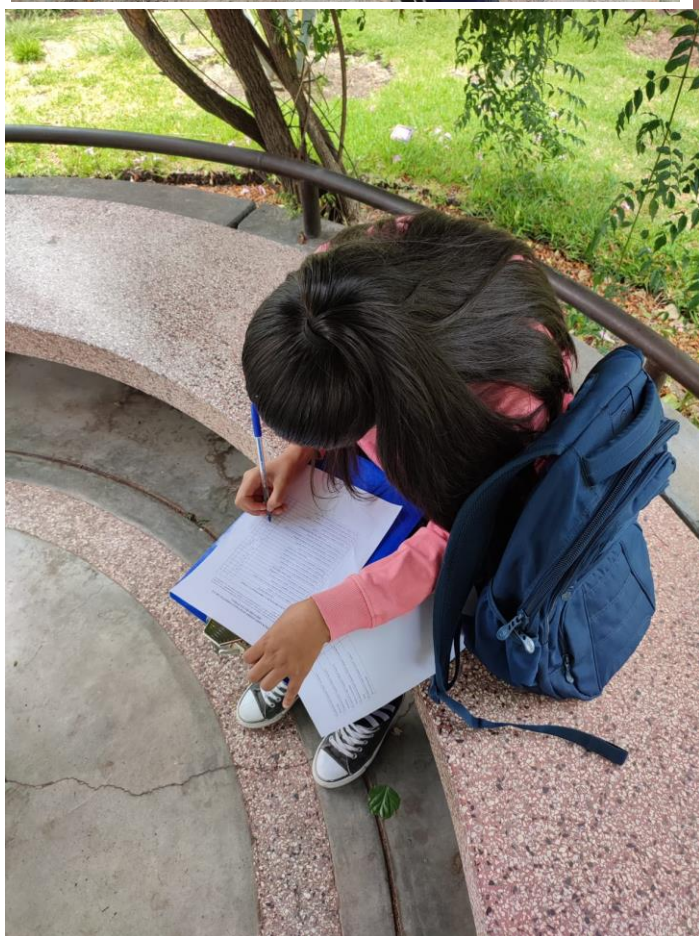
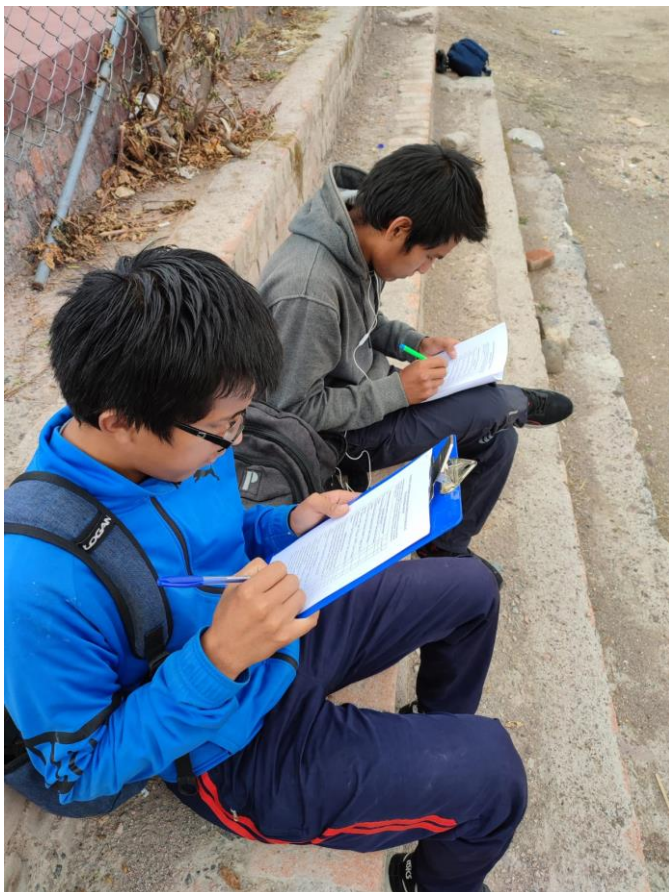












ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Ayacucho, a las 2:00 p. m. del viernes 15 de marzo de 2024, se llevó a cabo la sustentación de tesis en la sala de sesiones del Consejo de Facultad; los jurados presidido por el Dr. Néstor Godofredo Taipe Campos (Decano Encargado), el Lic. Rafael Martín Naveros Castro (Miembro), Dr. Cesar Mariano Beltrán Gutiérrez (Miembro), Mtro. José Carlos Romero Quintanilla (Miembro) no asistió, Mtra. Mariela Marisol Llantoy Barboza (Asesora) y el Mg. Juan Benigno Gutiérrez Martínez (Secretario Docente), se reúnen para evaluar la sustentación de tesis presentada por la Bach. **Estefania Salvatierra Mendoza**, titulado **EL PROGRAMA TELEVISIVO DIGITAL "KUSKANCHIK UNSCH" Y EL FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES EN LA UNSCH, AYACUCHO, 2022**, con el objetivo de obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Después de verificar el quórum reglamentario, el presidente del jurado solicitó al secretario docente la lectura de la RESOLUCIÓN DECANAL N° 173-2024-UNSCH-FCS/D, conforme al Reglamento de Grados y Títulos del Plan de Estudios Reajustado de 2004 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación. Posteriormente, el presidente del jurado autorizó a la Bach. **Estefania Salvatierra Mendoza** a iniciar la sustentación, otorgándole un tiempo de veinte minutos para ello.

Terminada la exposición, se procedió a la ronda de preguntas por parte de los jurados el Lic. Rafael Martín Naveros Castro fue el primero en preguntar, seguido el Dr. Cesar Mariano Beltrán Gutiérrez. Finalmente, la asesora de la tesis aclaró algunos puntos que el sustentante no había abordado completamente.

Concluida la ronda de preguntas, el presidente del jurado pidió a la tesista y al público asistente abandonar la sala para la deliberación y la emisión de la calificación correspondiente. El secretario docente recoge las hojas de calificación, siendo la calificación del Lic. Rafael Martín Naveros Castro (14) y del Dr. Cesar Mariano Beltrán Gutiérrez (12). El resultado final fue aprobado por unanimidad con una nota de promedio trece (13). El acto académico concluyó a las 3:00 p.m. y fue firmado en señal de conformidad por el presidente del jurado y el secretario docente.



Dr. Néstor Godofredo Taipe Campo
Decano Encargado



Juan Benigno Gutiérrez Martínez
Secretario Docente



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

N° 0209/EPCC/FCS/UNSCH

1. Apellidos y nombres del investigador: Salvatierra Mendoza, Estefania
DNI: 70129415 Código: 23171201
2. Escuela Profesional/Unidad de investigación: E.P. de Ciencias de la Comunicación
3. Facultad: Ciencias Sociales.
4. Tipo de trabajo académico evaluado: Tesis para optar título profesional
5. Título del trabajo académico: El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, Ayacucho, 2022.
6. Software de similitud: TURNITIN
7. Fecha de recepción: 15 de julio de 2024
8. Fecha de evaluación: 24 de julio de 2024
9. Porcentaje de similitudes: 12 %
10. Evaluación de originalidad.

Porcentaje de originalidad	Resultado
• 12 %	** APROBADO

*Consignar el porcentaje de similitud

**Consignar APROBADO si se encuentra dentro del rango de porcentaje establecido, Levantar observaciones o DESAPROBADO si excede el porcentaje permisible de similitud.

Ayacucho, 24 de julio de 2024


.....
Lic. Rafael Martín Naveros Castro
Docente-Instructor-EPCC
D. A. de Ciencias Histórico Sociales

El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, Ayacucho, 2022.

por Estefania Salvatierra Mendoza

Fecha de entrega: 24-jul-2024 07:31a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2421773881

Nombre del archivo: Tesis_Final_Estefaf_a_Salvatierra.pdf (5.5M)

Total de palabras: 23914

Total de caracteres: 134163

El programa televisivo digital "Kuskanchik UNSCH" y el fortalecimiento de la identidad cultural de los estudiantes en la UNSCH, Ayacucho, 2022.

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga	2%
	Trabajo del estudiante	

2	hdl.handle.net	2%
	Fuente de Internet	

3	repositorio.uptc.edu.co	2%
	Fuente de Internet	

4	repositorio.unsch.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

5	repositorio.upeu.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

6	repositorio.usmp.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	

7	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú	<1%
	Trabajo del estudiante	

8	repositorio.ucp.edu.pe	
---	------------------------	--

Fuente de Internet

<1 %

9

repositorio.ug.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

10

Submitted to Universidad Pedagogica y
Tecnologica de Colombia

Trabajo del estudiante

<1 %

11

idus.us.es

Fuente de Internet

<1 %

12

Submitted to Universidad Católica de Santa
María

Trabajo del estudiante

<1 %

13

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

14

periodistica.es

Fuente de Internet

<1 %

15

dgsa.uaeh.edu.mx:8080

Fuente de Internet

<1 %

16

repositorio.une.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

17

Submitted to Universidad Nacional de
Educación

Trabajo del estudiante

<1 %

18

documentop.com

Fuente de Internet

<1 %

19	revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	www.iri.usp.br Fuente de Internet	<1 %
21	d.documentop.com Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Universidad Nacional del Chimborazo Trabajo del estudiante	<1 %
24	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1 %
25	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo