

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

Relación de la representación de las expresiones culturales
con los medios de comunicación según la perspectiva de
los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime
Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Valeria Evelyn Ramirez Moreno

ASESOR (A):

Pilar Soledad Cruz Gálvez

LIMA – PERÚ

2025

INFORME DE SIMILITUD DE LA TESIS DE VALERIA EVELYN RAMIREZ MORENO

INFORME	
Título del Trabajo de Investigación (Tesis)	<i>Relación De La Representación De Las Expresiones Culturales Con Los Medios De Comunicación Según La Perspectiva De Los Estudiantes del 5to. Ciclo De La Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo–Junio Del 2025</i>
Autor/a del Trabajo de Investigación (Tesis)	Valeria Evelyn Ramirez Moreno DNI: 75074503
Asesor/a	Nombres y Apellidos: Pilar Soledad Cruz Gálvez ORCID: 0000-0003-3502-4902 D.N.I: 09888918
Grado/Título para obtener	Título Profesional de Licenciada en Periodismo
Fecha de la aplicación del software Antiplagio	10/10/2025
Índice de similitud	6.11%
Máximo permitido por la EPP de la UJBM	25 %
Responsable de la aplicación del software Strike Plagiarism	Mg. Prisea Georgina Vilchez Samanez

Título
La relacion de las expresiones culturales con los medios de comunicacion en los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza

Autor **Promotor**
Valeria Evelyn Ramirez MorenoPilar Cruz Gálvez

Unidades organizativas
Universidad Jaime Bausate y Meza

Registro de similitudes

Los SCs muestran el porcentaje de palabras de tu documento que también aparecen en otros textos. Un valor alto no significa automáticamente plagio. El informe siempre debe revisarlo una persona autorizada.



6.11%
6.11%

CS 1



0.60%
0.60%

CCot

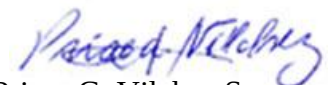
Listas activas de similitudes

En particular, los fragmentos requieren atención, que se han incluido en el CS 2 (marcado en negrita). Use el enlace "Marcar fragmento" y vea si son frases cortas dispersas en el documento (similitudes casuales), numerosas frases cortas cerca de otras (plagio mosaico) o fragmentos extensos sin indicar la fuente (plagio directo).

Los 10 fragmentos más largos			Color de la fuente
NO	TÍTULO O FUENTE URL (BASE DE DATOS)	NÚMERO DE PALABRAS IDÉNTICAS (FRAGMENTOS)	
1	http://tipcaec.com/index.php/tipcaec/article/download/740/1334?inline=1	82 0.32 %	
2	https://universidadugc.edu.mx/ojs/index.php/rugc/article/download/76/73/233	39 0.15 %	
3	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/229/1/Santisteban-Sanchez-Carol-Teresa.pdf	38 0.15 %	
4	http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/20.500.14229/330/1/Escriba-Roca-Martha-Raguel.pdf	36 0.14 %	

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 10 de julio de 2026


 Prisea G. Vilchez Samanez
 Jefe de Vigilancia de Originalidad del
 Instituto de Investigación de la UJBM

DEDICATORIA

A mi familia, que sin su respaldo incondicional no estaría aquí.

A mis docentes Juan Fernández, Rubí Yupanqui, Pilar Cruz y Christian Julca por
hacerme amar mi carrera, y tener paciencia al enseñarme.

A mis queridos alumnos.

AGRADECIMIENTO

A mis padres, Evelyn y Aldrin; a mis abuelitos, Marilyn y Wilfredo; y a mi tía Katy.

A mi familia, amigos y docentes que me apoyaron a ser mejor cada día.

Gracias a todas las personas que guerrearon conmigo para no tirar la toalla durante
estos 5 años.

A Tommy, Luna y Kimmy.

Esto es para cada uno de ustedes.

ÍNDICE

INFORME DE SIMILITUD	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción.....	xiii
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.1. Descripción del problema:.....	16
1.2. Formulación del problema:	21
1.2.1. Problema general:.....	21
1.2.2. Problemas específicos:	21
1.3. Objetivos de la investigación:	21
1.3.1. Objetivo general:	21
1.3.2. Objetivos específicos:	21
1.4. Justificación de la investigación:.....	22
1.4.1. Teórica:	22
1.4.2. Metodológica:	23
1.4.3. Práctica:.....	24
1.5. Delimitación de la investigación:	24
1.5.1. Temporal:	24
1.5.2. Espacial:	24
1.5.3. Social.....	24
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	26
2.1. Marco histórico:	26
2.2. Antecedentes de la investigación:	33

2.2.1. Antecedentes nacionales:	33
2.2.2. Antecedentes internacionales:	35
2.3. Bases teóricas:	38
2.3.1. Bases teóricas de la variable 1: Expresiones culturales:	38
2.3.1.1. Teorías y enfoques teóricos.....	38
2.3.1.2. Importancia.....	41
2.3.1.3. Características	42
2.3.1.4. Dimensiones.....	42
2.3.2. Bases teóricas de la variable 2: Medios de comunicación:	43
2.3.2.1. Teorías y enfoques teóricos.....	43
2.3.2.4. Dimensiones.....	46
2.4. Definición de términos básicos:	47
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
3.1. Hipótesis de la investigación:	52
3.1.1. Hipótesis general:	52
3.1.2. Hipótesis específicas:	52
3.2. Variables de investigación:	52
3.2.1. Identificación y definición:	52
3.2.2. Operacionalización de las variables:	53
3.3. Métodos de investigación:	55
3.3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación:.....	55
3.4. Población y muestra:	56
3.4.1. Población:.....	56
3.4.2. Muestra:.....	56
3.4.3. Muestreo:	57
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	58
3.5.1. Técnicas:	58

3.5.2. Instrumentos:.....	58
3.6. Técnicas de procesamiento de datos:	61
CAPÍTULO IV RESULTADOS	62
4.1. Resultados de la investigación:	62
4.1.1. <i>Objetivo general:</i>	62
4.1.2. <i>Objetivo específico 1:</i>	65
4.1.3. <i>Objetivo específico 2:</i>	66
4.1.4. <i>Objetivo específico 3:</i>	68
4.2. Prueba de Normalidad:	69
4.3. Contrastación de las hipótesis:	75
CAPÍTULO V DISCUSIÓN.....	83
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
6.1. Conclusiones:	87
6.2. Recomendaciones:	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
ANEXOS	103
ANEXO 1: Matriz de consistencia	103
ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos.....	105
ANEXO 3: Definición de variables	111
ANEXO 4: Carta de presentación.....	116
ANEXO 5: Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos.....	119
ANEXO 6: Prueba de confiabilidad y validez del instrumento de la variable	125
ANEXO 7: Prueba de confiabilidad y validez del instrumento de la segunda variable	126
ANEXO 8: Pregunta a OSAC sobre la cantidad de alumnos.....	127
ANEXO 9: Solicitud a la Universidad	128
ANEXO 10: Materiales usados para la recolección de datos	130
ANEXO 11: Aplicación de instrumento	133
ANEXO 12: Cronograma de actividades	136
ANEXO 13: Presupuesto y financiamiento	137
ANEXO 14: Base de datos original “Expresiones culturales”	138

ANEXO 15: Base de datos original “Medios de comunicación”	139
ANEXO 16: Registro de datos de la base de datos con rango	140
ANEXO 17: Respuestas de encuestas mediante gráficos según la variable expresiones culturales	143
ANEXO 18: Respuestas de encuestas mediante gráficos según la variable medios de comunicación.....	158
ANEXO 19: Cuadro: Resultados generales de la encuesta – porcentaje	174

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización de la variable 1.....	54
Tabla 2: Matriz de operacionalización de la variable 2.....	54
Tabla 3: Unidad de Análisis	57
Tabla 4: Escala de Likert utilizada.	58
Tabla 5: Validación de juicio de expertos	59
Tabla 6: Niveles de Medición de Coeficiente de Alfa de Cronbach	60
Tabla 7: Confiabilidad de la variable: Expresiones culturales	60
Tabla 8: Confiabilidad de la variable: Medios de comunicación	60
Tabla 9: Frecuencia y porcentaje de la variable Expresiones culturales	62
Tabla 10: Frecuencia y porcentaje de la segunda variable Medios de comunicación.....	64
Tabla 11: Frecuencia y porcentaje de la dimensión Difusión del folclor.....	65
Tabla 12: Frecuencia y porcentaje de la dimensión Tradiciones y costumbres	66
Tabla 13: Frecuencia y porcentajes de la dimensión Ideologías	68
Tabla 14: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk.....	70
Tabla 15: Grado de relación según coeficiente de correlacional.....	75
Tabla 16: Correlación entre las expresiones culturales y los medios de comunicación.....	76
Tabla 17: Relación entre las dimensiones de las expresiones culturales y los medios de comunicación se relaciona significativamente	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación gráfica de la investigación correlacional.....	56
Figura 2: Frecuencia y porcentaje de la variable: Expresiones culturales	63
Figura 3: Frecuencia y porcentaje de la variable Medios de comunicación	64
Figura 4: Frecuencia y porcentaje de la dimensión Difusión del folclor	66
Figura 5: Frecuencia y porcentaje de la dimensión Tradiciones y costumbres.....	67
Figura 6: Frecuencia y porcentajes de la dimensión Ideologías	69
Figura 7: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Histograma Expresiones.....	71
Figura 8: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Q-Q Expresiones	71
Figura 9: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Cajas Expresiones culturales...	72
Figura 10: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Histograma Medios de comunicación.....	73
Figura 11: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Gráfico de Q-Q Medios de comunicación	73
Figura 12: Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Cajas Medios de comunicación	74
Figura 13: Diagrama de dispersión en la correlación de los puntajes alcanzados entre las variables expresiones culturales y los medios de comunicación.....	77
Figura 14: Gráfico de Cajas: Difusión del Folclor	81
Figura 15: Gráfico de Cajas: Tradiciones y costumbres	81
Figura 16: Gráfico de Cajas: Ideologías.....	82

Resumen

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025; puesto que, las expresiones culturales no han tomado relevancia en los medios de comunicación, haciendo que estos posean un minúsculo espacio para educar a los jóvenes estudiantes; es por ello, que la presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, de tipo básica, de nivel correlacional y de diseño no experimental-transversal; recolectando datos en un día mediante una encuesta con cuestionario Likert de 31 preguntas, 15 para expresiones culturales y 16 para medios de comunicación, aplicado a 37 estudiantes, siendo una muestreo no probabilístico por conveniencia; los resultados analizados con SPSS mostraron que no existe correlación significativa entre ambas variables con un $Rho = 0.014$, $p > 0.05$, aceptando la hipótesis nula (H_0); sin embargo, la dimensión "Tradiciones y costumbres" presentó una relación moderada positiva con un $Rho = 0.504$, $p = 0.001$; mientras que, "Difusión del folclor" con un $Rho = -0.072$, $p = 0.671$ e "Ideologías" con un $Rho = 0.279$, $p = 0.095$ no fueron significativas; se concluye que los medios no promueven suficientemente estas expresiones en los estudiantes, pese a su valor cultural; por ello, se recomienda impulsar campañas en medios tradicionales y digitales lideradas por figuras públicas, organizar foros que vinculen cultura y comunicación, y replicar el estudio con muestras más amplias.

Palabras claves: Expresiones culturales, cultura, medios de comunicación, educación, estudiantes, televisión, programas, peruano, análisis, relación.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between the representation of cultural expressions in the media from the perspective of 5th-semester students at Jaime Bausate y Meza University. March – June 2025. Cultural expressions have not gained prominence in the media, leaving them minimal space to educate university students. Therefore, this research employs a quantitative, correlational, basic, cross-sectional, and non-experimental approach. The data were collected in one day using a Likert scale questionnaire with 31 questions (15 on cultural expressions and 16 on media) administered to 37 students using non-probability convenience sampling. The results, analyzed with SPSS, showed no significant correlation between the two variables ($Rho = 0.014$, $p > 0.05$), thus accepting the null hypothesis (H_0). However, the "Traditions and Customs" dimension showed a moderate positive relationship with $Rho = 0.504$, $p = 0.001$. While "Diffusion of folklore" with a $Rho = -0.072$, $p = 0.671$ and "Ideologies" with a $Rho = 0.279$, $p = 0.095$ were not significant; it is concluded that the media do not sufficiently promote these expressions among students, despite their cultural value; therefore, it is recommended to promote campaigns in traditional and digital media led by public figures, organize forums that link culture and communication, and replicate the study with larger samples.

Keywords: Cultural expressions, culture, media, education, students, television, programs, Peruvian, analysis, relationship.

Introducción

La terminología cultura se puede analizar y comprender en diversos campos de la historia ya que muchas veces en lugar de concebir el concepto de cultura como una entidad independiente que genera entre eventos sociales, comportamientos, instituciones o procesos, se entiende como un sistema en constante interacción de signos interpretable; en esta perspectiva, la cultura se compone de estructuras de significación socialmente establecidas que guían y moldean las acciones y elecciones de las personas en una sociedad; en otras palabras, la cultura proporciona el contexto y las pautas a través de las cuales las personas dan sentido a su entorno y determinan su comportamiento en la comunidad, este enfoque destaca la relevancia de entender la cultura en sus múltiples expresiones, que tiene un impacto directo tanto en la vida social como en la individual (Mirc, 2009).

La relación de las variables en cuestión concierne a una temática de fuste en la sociedad moderna, estas relaciones se refieren a cómo medios como la televisión, la radio, y digitales influyen en su proceso de transmitir, construir y percibir las culturas en todo el mundo (OMPI, 2005).

Las expresiones culturales son representaciones propias de una sociedad que se manifiestan a través del arte o toda forma de creación, expresiones que comunican las creencias, valores y tradiciones del grupo que las produce; además, cumplen un rol esencial en mantener viva la identidad cultural, toda vez que se transmite el legado de una comunidad de generación en generación.

La concepción contemporánea acerca de asociar la comunicación y la cultura tiene como objetivo resaltar la significativa relevancia de las expresiones culturales populares y cómo los medios pueden desempeñar un papel fundamental en su difusión y conservación (Rivadeneira, 1997); estos medios de comunicación cumplen un rol clave al preservar y difundir tradiciones, valores e historias, sin embargo, también ejercen influencia sobre la cultura al fomentar estereotipos y tendencia; esta doble función, que es la de transmitir y moldear, contribuye a la formación de patrones culturales, por lo que su efecto en la colectividad es relevante.

Esta investigación tiene como objetivo identificar la interacción entre las variables mencionadas, a efectos de evaluar si en la actualidad estas manifestaciones culturales gozan de una amplia difusión en los medios o si, por el contrario, cuentan con un espacio limitado en ellos.

El primer capítulo comprende el problema de investigación y se divide en distintos subcapítulos que incluyen una descripción del problema, formulación, objetivos de la investigación, así como la justificación y la delimitación del mismo.

El segundo capítulo, engloba el marco histórico, los precedentes, tanto nacionales como internacionales; las bases teóricas de cada variable, desde sus teorías, importancias y más; por último, la definición de los términos básicos que se verán a lo largo de la investigación.

De igual forma, el tercer capítulo está compuesto por la metodología de la investigación abarca las hipótesis, operacionalización de las variables, el tipo, nivel, diseño de la investigación, los métodos de investigación, población - muestra y las técnicas e instrumentos de recolección de datos con su respectiva validez y confiabilidad.

En el cuarto capítulo, está conformado el cronograma de la realización de este proyecto de investigación; además de estar conformado por el presupuesto, de cuánto se ha invertido en realizar este trabajo.

En el capítulo cinco de esta tesis, se llevará a cabo un análisis exhaustivo de los resultados obtenidos a través de la investigación cuantitativa, este capítulo se centrará en argumentar y debatir de manera minuciosa los hallazgos, utilizando datos cuantitativos como base sólida para la construcción de argumentos sólidos.

El capítulo seis de esta tesis está dedicado a presentar las conclusiones derivadas de la investigación y el proyecto desarrollado en este estudio; además de ofrecer una visión completa de los resultados obtenidos, se incluirán recomendaciones fundamentales basadas en los hallazgos, con el objetivo de proporcionar orientación y sugerencias prácticas para futuras investigaciones y aplicaciones prácticas relacionadas con el tema abordado en este trabajo.

El capítulo siete de esta tesis se dedica a presentar una lista de las referencias bibliográficas utilizadas como base para la realización de esta investigación, estas referencias

incluyen una amplia gama de recursos académicos, como artículos científicos, investigaciones, libros, revistas y otras fuentes de información académica para así brindar una base sólida.

Después de ello estarán los anexos que apoyan a la investigación con imágenes o cuadros de referencia.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema:

Durante las últimas décadas, se ha originado un cambio global en la sociedad y esto, como consecuencia de la Segunda Guerra Mundial, debido al proceso de descolonización que afectó a países emergentes; en este contexto, Estados Unidos impulsó acercamientos con diversas culturas para entablar relaciones económicas, lo que generó una fusión cultural progresiva; ante esta dinámica, surgió la demanda de una organización que unificara a las naciones, dando lugar al nacimiento de la ONU (Rodrigo, 1996).

Actualmente, los medios de comunicación presentan una notable disminución de contenidos culturales y educativos, lo que ha reducido su presencia y alcance entre la población, situación que limita el acceso al conocimiento y la apreciación de la riqueza cultural; cabe destacar, que la cultura cumple un rol esencial en la sociedad, al facilitar la comprensión del pasado y fomentar el aprendizaje para el desarrollo futuro.

En esa línea, tales medios usan un procedimiento práctico y simple para informar ya que aplican la comunicación lineal; esto quiere decir que, el mensaje va en una sola dirección, siendo así el público el receptor de todas las noticias; aquí se tiene un propósito u objetivo claro, se elige cuidadosamente lo que se quiere transmitir para que luego el público decodifique y comprenda el mensaje (López et al., 2012).

En otras palabras, si representamos a tales medios como señales de tránsito, que envían mensajes claros y precisos, entonces los receptores serían los transeúntes y conductores, quienes lo reciben y lo interpretan; por otro lado, enfocando este ejemplo con la cultura, sería cuando los medios de comunicación transmiten documentales o reportajes sobre las expresiones culturales o concientización de estas mismas, con la finalidad de educar, sensibilizar y concientizar, siendo el público observadores y receptores de la información.

El término de cultura, como bien sabemos, abarca las tradiciones, costumbres, valores, música, arte, entre otras características propias de un pueblo o país; sin embargo, en la actualidad no hay una forma de transmitir ello ya que los medios de comunicación no tienen

una forma unificada de transmitirla; puesto que, si bien es cierto, transmiten, fomentan y muestran las expresiones culturales de cada parte de nuestro país; sin embargo, no hay un impacto que se espera que genere en la sociedad (García, 2005).

La comunicación y la cultura están profundamente entrelazadas, puesto que la cultura se construye a través de la comunicación, y esta es la vía para que los individuos puedan interactuar, toda vez que se transmite características culturales, como costumbres y valores; por ejemplo, la forma en que una sociedad se comunica, puede influir en cómo se mantienen y transmiten estas tradiciones, esta conexión que existe entre comunicación y cultura es punto clave para comprender cómo las personas se relacionan y expresan su identidad; en otras palabras, esto implica que las tradiciones que tenga un país de occidente, no serán iguales o similares a los de oriente (López et al., 2012).

Las comunidades indígenas, como conjuntos colectivos, producen elementos inmateriales que conforman su identidad, que en otras palabras se puede inferir que estos pueblos son capaces de crear tradiciones como costumbres que identifican a dicha población, y estas se transmiten a lo largo de generaciones; todos estos elementos enriquecen la diversidad cultural, formando así una parte esencial en su pasado histórico, religión y su pensamiento de vida; además, están intrínsecamente ligados a su derecho sobre las tierras, territorios y recursos que ocupan, otorgándoles un profundo significado en su conexión con la tierra (Garzón, 2013).

Esto quiere decir que, la importancia de los elementos inmateriales, que es el patrimonio cultural, las tradiciones orales y sus destrezas manuales, son mucho más importante que solo los objetos que pueden producir, ya que para las comunidades indígenas lo más importante es su identidad que pasará a transmitirse de generación en generación; aunado a esto, se resalta cómo estos elementos intangibles forman parte del ámbito multicultural y se entrelazan con las creencias espirituales, su trayectoria histórica y la ideología de estas comunidades; se reconoce, además, el derecho de las colectividades autóctonas respecto de sus tierras y recursos, reflejo de su fuerte vínculo con el entorno (Equipo editorial, Etecé, 2025).

En palabras más simples, la cultura implica un acervo de componentes que pueden incluir desde los objetos que usamos y compramos, como la ropa que usamos para vestirnos, los alimentos que estamos acostumbrados a comer, hasta las reglas que seguimos en los grupos a los que pertenecemos, el tema del saludo o la ingesta de alimentos, nuestras ideas, creencias, costumbres y tradiciones; mencionado esto, todo esto se une para formar una identidad que

hace única a cada comunidad o sociedad; la cultura, entonces, cobra mucho fuste en la forma como establecemos la comunicación y la relación con los demás individuos, porque influye en cómo pensamos y expresamos lo que sentimos; esto hace que, dependiendo de la cultura, las personas se comuniquen de maneras similares o diferentes (Rivadeneira, 1997).

Los pueblos autóctonos reflejan su cosmovisión e identidad, abarcando arte, música, danza, ceremonias, lenguaje, artesanías y prácticas transmitidas de generación en generación; estas manifestaciones son esenciales para preservar su herencia cultural ya que fortalecen tanto la identidad individual como la cohesión social de la comunidad; es por ello, que proteger y promover tales expresiones garantizan la diversidad cultural y la igualdad de derechos de tales pueblos indígenas y comunidades étnicas (Robledo, 2005).

En el párrafo anterior se menciona que cada grupo colectivo o comunidad tienen su propia identidad o costumbres en general, esto se puede ejemplificar de una manera muy simple; basándonos netamente en el Perú, si escogemos a 5 culturas como Chavín, Mochica, Paracas, Nazca y Tiahuanaco, se diferencian desde los métodos de salud, como de infraestructura hasta en sus métodos de tejido, sin olvidar los colores que los identificaban, en su orfebrería y que tan sanguinarios son sus métodos al momento de enfrentarse en una guerra; Chavín se destacó por su buen manejo de la piedra en sus construcciones, Mochica por destacar en la manipulación de minerales preciosos, creando joyas y utensilios a base de oro o cobre, todo lo vemos reflejado en el Señor de Sipán, en la cultura Paracas por sus famosas trepanaciones craneanas y sus inigualables textiles elaborados con diseños trabajosos llenos de colores, Nazca por sus prestigiosas líneas de Nazca que representan animales, como el colibrí, el mono, la araña, aves y más, por último, en el caso de la cultura Tiahuanaco, por su popular construcción que es la Puerta al Sol (El Brujo, 2023).

Siendo así que cada una de estas culturas, sin tener en cuenta a las que faltan, se diferencian o destacan por ser los mejores en algo, logrando así tener su propia cosmovisión y creatividad en sus costumbres; esto demuestra lo que se mencionó en el anterior párrafo, que las expresiones culturales tradicionales fortalecen la identidad de un grupo, y aportan al engranaje cultural de la región.

Por otro lado, las expresiones culturales, es un término que rara vez se escucha, a pesar que están intrínsecamente ligadas al folclor, abarcando desde ceremonias, las artes, la cerámica y la danza, e incluso las zonas arqueológicas; siendo estas manifestaciones culturales una

representación vívida de nuestra cultura identitaria y se transmiten a nivel generacional, formando un lazo inquebrantable con nuestras raíces.

El desarrollo cultural en la sociedad es un proceso fundamental que abarca la promoción y enriquecimiento cultural, esto incluye la preservación de tradiciones, el fomento de las artes, la difusión de conocimientos y la creación de un entorno culturalmente enriquecedor; el desarrollo cultural no solo enriquece la vida de los ciudadanos, sino que también es esencial para la identidad de una sociedad y su diversidad cultural, pues esto implica colaborar activamente en promover y preservar los valores culturales originarios.

Las expresiones culturales tradicionales surgen como un producto de procesos creativos que trascienden generaciones y se arraigan en la sociedad; estas expresiones pueden transformarse, evolucionar sin perder su esencia, reflejando y preservando la historia, la identidad cultural, los valores y entre otras características; todo ello difundido mediante las diversas actividades artísticas; las expresiones culturales tradicionales se convierten así en un lazo inquebrantable que une el pasado y el presente, y funcionan cual reflejo distintivo de la riqueza cultural de una comunidad (OMPI, 2005).

No obstante, en la época actual, lamentablemente, estas expresiones culturales y folclóricas no están siendo apreciadas ni preservadas adecuadamente; en su lugar, están desapareciendo gradualmente con el paso de los años; puesto que las nuevas generaciones adoptan costumbres y culturas extranjeras, lo que conlleva olvidar nuestra propia historia y herencia cultural; por lo que se puede interpretar que un pueblo, que pierde contacto con su historia, idioma, tradiciones y costumbres, asume una situación riesgosa en cuanto a la pérdida de su identidad.

Por lo tanto, es imperativo que se establezcan acuerdos y se tomen medidas contundentes para fomentar una mayor difusión de la cultura entre los televidentes; sin embargo, cualquier empeño que devenga de los medios comunicacionales podría resultar en vano debido al desinterés que prevalece en la sociedad; no obstante, cabe destacar que son los propios ciudadanos quienes se ven perjudicados por la falta de programas que enriquezcan su cultura puesto que, no siempre muestran un interés genuino; es por ello que, esta apatía representa un obstáculo significativo en el camino hacia la revitalización y preservación de nuestra rica herencia cultural (Gómez, 2013).

Las expresiones culturales constituyen manifestaciones visibles de la identidad de una sociedad; comprenden prácticas, saberes, tradiciones, costumbres, rituales, danzas, música, lenguas, festividades y formas simbólicas mediante las cuales un grupo humano comunica su visión del mundo; en ese sentido, no solo representan elementos artísticos, sino también estructuras de significado que permiten a las comunidades reconocerse, diferenciarse y transmitir valores de generación en generación (UNESCO, 2025).

Desde una perspectiva sociocultural, las expresiones culturales no son estáticas ni inmutables; por el contrario, se transforman constantemente en función de los procesos históricos, sociales y tecnológicos; así, aunque mantienen un vínculo con la tradición, también se resignifican en contextos contemporáneos, especialmente cuando interactúan con los medios de comunicación y los entornos digitales (García, 2019).

Las expresiones culturales se vinculan con los medios de comunicación en tanto estos funcionan como espacios de representación, visibilización y reinterpretación cultural; los medios no solo difunden prácticas culturales, sino que también seleccionan qué mostrar, cómo mostrarlo y desde qué enfoque narrativo; en consecuencia, influyen en la percepción que las audiencias construyen sobre su propia identidad cultural.

Desde la teoría del cultivo la exposición constante a contenidos mediáticos puede influir en la manera en que se valoran determinadas prácticas culturales (Comunicólogos, 2025); mientras que, desde la teoría de la representación, los medios producen significados que configuran la comprensión colectiva de la cultura (Hall, 1997).

Cabe precisar que, en el ámbito nacional, tales medios no se usan correctamente al momento de transmitir los aspectos culturales, haciendo referencia a las expresiones culturales; en los medios televisivos, digitales y radiofónicos, esto sucede porque se han enfocado en entretener a la población y no a educar (Baldeón, 2019).

En el caso local, las expresiones culturales en la prensa sensacionalista, enfocados en el diario Trome, han sido reemplazadas por contenidos referentes al entretenimiento y la farándula, dejando de lado la trascendencia histórica todo esto enfocado en los pobladores de San Martín de Porres (Veramendi, 2019).

1.2. Formulación del problema:

1.2.1. Problema general:

¿Cuál es la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?

1.2.2. Problemas específicos:

¿Cuál es la relación de la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?

¿Cuál es la relación de la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?

¿Cuál es la relación de la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?

1.3. Objetivos de la investigación:

1.3.1. Objetivo general:

Determinar la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

1.3.2. Objetivos específicos:

Identificar la relación de la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Identificar la relación de la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Identificar la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

1.4. Justificación de la investigación:

1.4.1. Teórica:

El estudio actual tiene como objetivo contribuir a la comprensión teórica de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación; estudio que, busca enriquecer la base conceptual de las diversas manifestaciones culturales en el ámbito mediático (OMPI, 2005); señalando que las expresiones culturales son elementos creativos que forman parte del tópico cultura y tradicional de las colectividades, dentro de ello están incluidas las manifestaciones culturales como la música, el arte y otros elementos; por lo que se reconoce que la dinámica de presentación de contenidos culturales representa el quid en la revalorización de la cultura entre la audiencia.

Siendo así que, la variable expresiones culturales se ve respaldada a través de la teoría del imaginario social ya que sostiene que toda sociedad crea un conjunto de significados, símbolos y formas de pensar que le permiten darle sentido a su realidad; siendo así que, las expresiones culturales no solo representan prácticas visibles como el arte, la música o las tradiciones, sino que constituyen manifestaciones del imaginario colectivo que una comunidad construye y recrea constantemente; es por ello que, analizar las expresiones culturales implica comprender cómo se configuran esos significados compartidos y cómo influyen en la identidad y en la forma de percibir el entorno social (García, 2019).

De la misma forma, para la variable medios de comunicación, esta se apoya en la teoría de la representación de Stuart Hall ya que dicho enfoque plantea que los medios no reflejan la realidad de manera neutra, sino que la construyen a través de discursos, imágenes y narrativas que producen significado; en consecuencia, los medios participan activamente en la manera en que se interpretan las expresiones culturales, influyendo en la percepción que la audiencia tiene sobre ellas. Así, esta teoría respalda el estudio al permitir comprender que los medios no solo difunden contenidos culturales, sino que también intervienen en la forma en que estos son representados y asumidos dentro del contexto universitario (Hall, 1997).

Es importante destacar que a medida que transcurre el tiempo, las demandas y enfoques de la colectividad se diversifican, lo que plantea un desafío significativo para los canales de difusión; por tanto, sus plataformas son usadas para transmitir información, como son las noticias, entretenimiento y más (Castro, 2019); dentro de este contexto es esencial que los medios se adapten mediante estrategias que fomenten una mayor apreciación y comprensión de la cultura, contribuyendo de esta manera a la reducción del consumo sensacionalista y promoviendo un enfoque más reflexivo y enriquecedor de la información mediática; por consiguiente, este proyecto busca sentar las bases teóricas necesarias para avanzar hacia este objetivo, destacando la importancia de una relación más sólida entre las citadas variables en la era contemporánea.

1.4.2. Metodológica:

El estudio se orienta al análisis de la representación de las expresiones culturales y su relación con los medios de comunicación, con el propósito de comprender cómo estas manifestaciones son percibidas e interpretadas por los estudiantes universitarios; en ese sentido, la investigación busca examinar la manera en que las expresiones culturales, como prácticas simbólicas y sociales, se articulan con los contenidos difundidos por los medios, generando determinadas percepciones dentro del entorno académico.

Asimismo, se emplea una metodología cuantitativa, dado que esta permite medir y analizar tendencias a través de datos estadísticos, facilitando la identificación de patrones en las opiniones y percepciones de los estudiantes; de acuerdo con Monje (2011), el enfoque cuantitativo posibilita la obtención de resultados objetivos mediante el uso de instrumentos estructurados y procedimientos estadísticos, lo cual resulta pertinente para evaluar la relación entre las variables de estudio de manera sistemática y precisa.

En cuanto al instrumento de investigación, se adoptó un estudio de nivel básico el cual se basa en algo teórico, mas no práctico, sobre un tema en general, aquí solo se busca comprender teorías y conceptos; se elaboró un cuestionario con 15 ítems para la variable de expresiones culturales y 16 ítems para la variable de medios de comunicación, ambos con escala Likert, permitiendo una recolección de datos eficaz y útil para investigaciones futuras similares.

1.4.3. Práctica:

Los resultados obtenidos permiten potenciar los medios comunicacionales y su relación para propagar las expresiones de carácter cultural que impactan en el público para así brindar las recomendaciones prácticas que buscan contribuir a una mejor performance informativa y fomentar una apreciación más enriquecedora de la cultura.

1.5. Delimitación de la investigación:

1.5.1. Temporal:

La investigación se desarrolló durante los meses de marzo hasta junio de este presente año, distribuyendo las actividades en dos etapas; durante los dos primeros meses se ejecutaron las fases teóricas y metodológicas, que incluyeron la revisión bibliográfica, el diseño de instrumentos, la aplicación de encuestas mediante Google Forms; durante los dos últimos meses, se procesó inicialmente la información con el programa SPSS v. 26, se centraron los esfuerzos en el análisis inferencial de los hallazgos, la verificación de las hipótesis y la redacción de las conclusiones y recomendaciones.

1.5.2. Espacial:

El estudio se circunscribió específicamente a los alumnos del 5to ciclo de la Escuela de Periodismo, de la Universidad Jaime Bausate y Meza ubicada en Jesús María, durante el periodo académico 2025 – I; esta delimitación se justifica debido a que se trata de un grupo con formación especializada en medios de comunicación, lo cual resulta pertinente para analizar su percepción respecto a la relación entre la representación de las expresiones culturales con los medios.

Asimismo, la investigación se desarrolló bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia ya que se trabajó con los 37 estudiantes que conformaban el aula en el momento de la aplicación del instrumento, seleccionados por accesibilidad y disponibilidad; en ese sentido, no se realizó una selección aleatoria de la muestra, sino que se consideró a los estudiantes que cumplían con los criterios establecidos para el estudio.

1.5.3. Social

En el ámbito social, la investigación busca generar un impacto tangible al proporcionar recomendaciones prácticas para fortalecer la difusión de las expresiones culturales mediante

los medios comunicacionales, tomando como base las percepciones y necesidades identificadas en la población estudiantil; esto sirve para proponer estrategias que fomenten la preservación del folclor, las costumbres y las ideologías culturales; estas propuestas están dirigidas no solo a los medios de comunicación, sino también a los centros educativos y a la sociedad, a efectos de fomentar una mayor conciencia cultural y aprovechar el potencial de las próximas generaciones de profesionales como agentes de cambio en este campo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco histórico:

La cultura comprende un conjunto de procesos en los que se construye el significado de las estructuras sociales; mejor dicho, la cultura nos ayuda a darle sentido al estilo de vida que mantiene o tiene una sociedad, dichos procesos culturales no solo involucran la creación de costumbres o el uso de símbolos, sino también en su transformación a través de gestos, palabras y tradiciones que comunican lo que piensa y siente una persona hasta explicar algún conflicto dentro de una sociedad mediante canciones o bailes (García, 1998).

En otras palabras, se puede inferir que la cultura se refleja en la forma como perciben y entienden las sociedades su entorno; a su vez, estas mantienen sus tradiciones, creencias, costumbres y con ello sus propios estilos de vida; si bien es cierto, estas costumbres se transmiten de generación en generación, estas no siempre permanecen iguales ya que las personas adaptan y transforman dichas prácticas dependiendo de sus necesidades o los cambios que pueda tener la sociedad, a su vez, cómo se puedan identificar en el mundo.

La cultura es un término que está en constante cambio y esta es reconocida por ser original y diversa, por ello es que se convierte en una forma importante de intercambio entre las sociedades; a su vez estas no solo mantienen sus propias tradiciones, sino que también aprenden unas de otras, adoptando así nuevas ideas de hacer las cosas, desde la vestimenta hasta de cómo preparar un simple arroz; en otras palabras, se puede entender que, la cultura abarca los distintos estilos, conductas y sentimientos que comparten dentro de una comunidad, desde sus tradiciones, formas de actuar, formas de expresarse y más; son todas estas situaciones que pasan a través de las generaciones y que luego pasan a ser parte de la sociedad (Aracena, 2021).

Un ejemplo de ello, que puede ser algo tan simple a la vista, pero tan notorio es en la gastronomía, ya que esta se crea a partir del intercambio cultural desde los ingredientes que usamos en una receta hasta la forma en que lo servimos, creando así nuevas combinaciones; esto demuestra que la cultura no solo nos conecta con nuestras raíces, sino que también esta representa un tópico innovador en constante crecimiento.

Podestá, (2006) explica que la cultura es un fenómeno que se va adaptando, moldeando y transformando a través de los diferentes cambios que pase la sociedad, desde cambios históricos hasta tecnológicos; de igual manera, manifiesta que, este proceso de construcción cultural se adquiere con el proceso de socialización y educación ya que es en ese punto que se desarrolla la cultura y que llega a expandirse por experiencias o conocimientos de manera individual o colectiva; sin embargo, expone que, para lograr una transformación cultural legítima, es necesario intervenir desde adentro de la sociedad, como los valores, para así lograr una verdadero cambio.

La cultura no solo refleja la vida cotidiana, sino también el lenguaje propio de cada sociedad. Con la globalización, se ha facilitado el entendimiento y el respeto entre culturas, promoviendo el intercambio de ideas y el reconocimiento de las diferencias culturales. En este contexto, surgió la Convención sobre la Diversidad Cultural en 2007, un acuerdo internacional orientado a proteger y valorar las particularidades culturales de cada comunidad, fomentando la colaboración entre naciones. Tal reconocimiento permite que cada sociedad desarrolle su propia cosmovisión y aporte expresiones culturales únicas a lo largo del tiempo, fortaleciendo la diversidad cultural y el entendimiento mutuo (Aracena, 2021).

Un ejemplo de ello, es en el saludo, en Perú estamos acostumbrados a saludar con un beso en la mejilla, con un apretón de manos o un abrazo genuino reflejando así un sentimiento de calidez; no obstante, en el continente asiático, su muestra de saludo es inclinando su cabeza o haciendo una reverencia como símbolo de respeto.

El surgimiento de las actividades culturales y los medios masivos provocó una nueva manera de difundir información y cultura a nivel global, siendo así que al principio esta se usaba principalmente entre los países capitalista hacia el oriente en un mundo comunista, formando así como una especie de eje horizontal; con el tiempo, este eje fue cambiando puesto que se empezó a enfocar en otra dirección, de norte a sur, puesto que los países más desarrollados centraron un nuevo objetivo, tenían en su mira a los países tercermundistas (Storey, 2001).

Este cambio no solo marcó una brecha secular, sino que empezó una nueva manera de compartir ideas, información y cultura, sino que también desencadenó cómo las economías más fuertes buscaban influir en las culturas de otras regiones, que serían las del tercer mundo, donde comenzaron promoviendo sus propios valores y formas de vida.

La cultura abarca todas las formas de comportamiento humano, desde la conducta que tenemos, posturas y demás, hasta el uso de símbolos que usamos para expresarnos; la cultura no solo involucra disciplinas como el arte, la música o el idioma que representa una o varias comunidades, sino que también involucra a las reglas, los valores y las creencias que tiene un pueblo; todo esto se mantiene vivo a través de los símbolos como las palabras, gestos, tradiciones, artesanías y más (Rivadeneira, 1997).

Esto significa que, la cultura se manifiesta de diferentes maneras, desde los objetos que usamos en nuestra vida diaria hasta las actividades que forman parte de nuestras costumbres; además, debemos de tener en cuenta que dentro de una sociedad están incluidos los símbolos, las expresiones gesticulares, las ceremonias y las tradiciones; un ejemplo de ello, podría ser la gastronomía, puesto que detrás de cada plato hay una historia desde los ingredientes hasta de cómo surgió la preparación del plato.

A lo largo del tiempo, las expresiones culturales se transmiten entre generaciones, adaptándose a los cambios políticos, sociales, monetarios y tecnológicos; estas no permanecen estáticas, sino que evolucionan continuamente; un ejemplo claro es la música, que parte de formas tradicionales y luego es reinterpretada por nuevas generaciones con sonidos, instrumentos y estilos actuales.

Las comunidades son clave para conservar y transmitir las expresiones culturales de carácter étnico, por cuanto estas expresiones introducen a que los individuos se comuniquen entre las diferentes culturas, logrando así que nazca el término de globalización ya que este ha cambiado la forma en que entendemos y compartimos la cultura; además, de cómo las plataformas comunicacionales son capaces de ayudar a difundir las diversas identidades culturales que tiene cada pueblo de cada nación del mundo (Rivadeneira, 1997).

De igual manera, la globalización cultural afecta muchos aspectos de nuestra vida diaria, como la música, el arte, el deporte, el consumo de productos culturales y hasta la forma en que hablamos; es por ello que, gracias a esta conexión cultural a nivel global ha llevado a una mayor difusión de las expresiones culturales; un claro ejemplo de ello es, nuevamente, la música que la podemos gozar en distintas partes del mundo como es el caso del K-pop (Mato y Maldonado, 2007).

En el plano comunicacional, la globalización cultural se refleja en la difusión global de contenidos mediáticos, lo que impulsa la transmisión de expresiones culturales y fomenta la diversidad, generando una mayor interconexión e intercambio entre culturas.

De igual modo, las expresiones culturales, también conocidas como folclóricas, representan la identidad y tradiciones de una comunidad a través de manifestaciones como la arquitectura, la música, el arte, las artesanías y los bailes tradicionales (LIDEFER, 2021).

Un ejemplo de ello, es en uno de nuestros más famosos bailes típicos, la Diablada; aquí muestra a un arcángel quien lleva una indumentaria blanca representando el bien; mientras que él va danzando, se aparece el mal, quien va vestido de colores rojos y negros representando el Diablo; aquí se plasma la lucha del bien y el mal, quién es capaz de quedar hasta el final; sin embargo, antes de terminar, el Ángel es capaz de derrotar el mal, logrando que el mundo se purifique de cualquier maldad (Infobae, 2022).

La comunicación es un proceso esencial para la existencia de las personas ya que aquí el ser humano transmite sus pensamientos, ideas y emociones, usando así diferentes formas de expresiones como lo es el lenguaje verbal, lenguaje no verbal, que son los gestos, la escrita, siendo así que actualmente la comunicación involucra a las tecnologías modernas; conforme evolucionaba la forma de comunicarnos, este iba profundizando su capacidad para conectar a las personas; a su vez, la comunicación se volvió un vehículo para difundir conocimientos y valores (Cordero, 2018).

Si ponemos en contexto a la comunicación con las expresiones culturales, este último juega un papel clave; puesto que, la música, el arte, las tradiciones y e hasta el propio lenguaje son herramientas que ayudan a preservar y compartir las identidades de las comunidades; es por ello que, la relación que existe entre la comunicación y las expresiones culturales es bidireccional, puesto que la comunicación permite difundir estos actos culturales; siendo así que las expresiones son fundamentales en el proceso de comunicación porque estos son capaces de enriquecer los mensajes al dotarlos de identidad y llenarlos de simbolismo; por ende, en un globalizado, es crucial garantizar que las culturas puedan coexistir entre sí y puedan dialogar con otras, logrando así, preservar su esencia para así enriquecer el panorama de la cultural a nivel global.

Hoy por hoy, la globalización ha generado una interconexión increíble en todos los países del mundo, logrando así que exista un intercambio cultural y social en las naciones; esto ha generado que estos no solo muestren sus tradiciones, costumbres, lenguaje y cosmovisiones a las naciones cercanas, sino que también a las lejanas; logrando así que se promueva un entorno en el cual las ideas, valores y hábitos se fusionen entre los pueblos y que a su vez puedan mantener cada una de las comunidades sus propias identidades; no obstante, esto no implica que no traiga riesgos, sino que se presentan constantemente innumerables desafíos que cada nación debe resolver (Appadurai et al., 2014).

En otras palabras, se puede inferir que, gracias a la globalización, este ha ayudado a que se diversifiquen todas las culturas y puedan compartir sus conocimientos; no obstante, esto también puede traer conflictos por lo mismo que usualmente el ser humano busca prevalecer por naturaleza (Tejeda, 2021); hoy por hoy, tenemos una preferencia por la armonización en las culturas, siendo así que estas sean similares gracias al comercio y a la tecnología; mejor dicho hay un jaloneo entre quién puede mantener su esencia o sus costumbres intactas a comparación de los países que se tienen que adaptar o extranjerizar.

De igual manera, para que las diferencias culturales sean sencillas de sobrellevar o de solucionar es recomendable llevar una efectiva comunicación intercultural para que exista el entendimiento entre las personas y/o cultural que se vean implicadas en situaciones complicadas; asimismo, que se pueda impulsar el respeto y menguar las perezas. (Appadurai et al., 2014).

En las postrimerías del siglo XX, se materializaron diferentes análisis sobre la comunicación que existía entre las culturas y cómo estas adoptaron una perspectiva más enfocada en las relaciones étnicas; todo esto surge gracias a la globalización puesto que aquí se innovó la nueva forma de comunicación ya que aquí existían desigualdades para acceder a la información; entonces, con la revolución, esta busca ser más equitativa; sin embargo, los países otrora subdesarrollados consideraron que los grandes países estarían controlando los medios de comunicación; por ende, se puede entender que también estarían forzando a que tengan una ideología similar a la de ellos o ser sus peones. (Vaquerizo, 2020).

Un claro ejemplo de la nueva esquematización de los medios comunicacionales es en el cine y en la transmisión televisiva; puesto que en las películas se puede apreciar un mismo patrón desde los cuerpos de los personajes, las costumbres o hasta los valores; por otro lado, en el caso

del idioma, los juegos, los contenidos digitales o manuales vienen en inglés, lo cual representaría para varias personas un impedimento para consumir y compartir estos contenidos en línea.

Esta crítica ha impulsado a que se dé una mayor atención a las diferencias que existen entre las culturas; puesto que, ahora se busca tener un enfoque más abierto e inclusivo, que valoren las distintas perspectivas y expresiones entre las culturas ya que aquí se recalca que cada cultura tenga algo único que los caracterice y que a su vez esta cultura pueda aprender de otras; logrando así que se dé una fusión intercultural.

Es por ello, que se está revaluando una nueva forma de comunicación entre las culturas ya que estas poco a poco están tomando una gran relevancia en la actualidad; es por ello que se están considerando nuevas herramientas para ayudar a las personas que son de diferentes orígenes a entenderse y comprenderse mejor, enseñándoles a tener respeto hacia las diversas comunidades.

Con el surgimiento del apogeo de la industria cultural surge una alianza con las plataformas informativas, con la difusión de las manifestaciones culturales y de la información, estos tuvieron un patrón notorio ya que al principio los contenidos estuvieron dirigidos o enfocados principalmente en los países con tendencia capitalista, por ejemplo, Estados Unidos, y en los países comunistas, la URSS, aquí se mantiene una línea de información horizontal (Vaquerizo, 2020).

No obstante, con la globalización, la información empezó a volverse vertical; puesto que, los países del norte comenzaron a demostrar la influencia, tanto económica como mediática, en los países subdesarrollados, como Latinoamérica y África.

Con esto, se puede entender que los países como Estados Unidos y algunas naciones europeas controlaban las imágenes, la información; mejor dicho, las agendas en los medios; en otras palabras, si un medio de comunicación le tocaba hablar sobre África, mostraban noticias con videos de pobreza, desnutrición o de conflictos, mas no mostraban cualquier avance positivo que tenía la sociedad; mostraban solo lo que ellos querían que viera la sociedad. (Vaquerizo, 2020).

Sin embargo, independiente de la función cultural que cumplen los medios, estos también tienen el poder de despojarles o de hacerles olvidar a la población su identidad y que

este se pierda; esto implica, que si las personas que se encargan de dirigir correctamente los medios de comunicación, de distribuir y de difundir correctamente la cultura, estos pueden construir un futuro mejor sin que ningún país pierda su identidad; no obstante, sino se logra hacer manera correcta, se perdería la esencia de cada comunidad. (Cruz, 2013).

Por otro lado, la ideología y la cultura son términos que están relacionados mutuamente ya que ambos términos influyen significativamente en las expresiones culturales, así como estos pueden influir positivamente, estos también influyen negativamente; en otras palabras, si en algún momento la cultura llegara a perderse o desnaturalizarse, que es lo que se mencionó anteriormente, estos pueden llegar a usarse mediante otros fines, uno de estos casos podría ser la ideología ya que aquí se busca manipular a ciertas partes de la sociedad; esto también se ve reflejado en la literatura, artes y demás. (Vargas-Hernández, 2009).

Algunos teóricos afirman que la ideología y la cultura están relacionadas porque la ideología forma parte de la cultura, formando así un todo, volviéndose parte de un fenómeno social que influye en cómo las personas interactúan y entienden su entorno (Molano, 2007).

De igual manera, la conexión que tiene la cultura con los medios de comunicación ha logrado que la globalización, específicamente en los términos relacionados a la cultura sean reconocidos a nivel global y que estos a su vez se puedan apreciar mediante los medios comunicacionales, haciendo que se intensifique, en el caso de la televisión, la difusión de las expresiones culturales de cualquier comunidad en todo el mundo (Robledo, 2005).

Las plataformas informativas difunden contenidos en plataformas tradicionales, pero en la actualidad, con el auge de la era digital, las redes sociales han superado estos canales al distribuir la información de forma más rápida y masiva; puesto que, estos tienen como función principal brindar velozmente la información a la población; a su vez, estos poseen a su favor una característica importante, que se pueden viralizar en todo el mundo; así que, estas redes sociales permiten que se impulse la historia de cada país y que estos no solo se dediquen a informar noticias de diferentes temas, sino también que informen sobre la cultura, su preservación y promoción de las expresiones culturales.

En este contexto, Gamboa et al., (2018) destacan que las aplicaciones digitales, como las apps móviles, no solo facilitan el acceso a contenidos culturales de forma rápida y práctica, sino que también promueven la circulación de estos materiales entre diversos públicos, lo que

fomenta hábitos de lectura más dinámicos, acerca a las personas al patrimonio cultural de su región e incluso de otras culturas, creando así puentes entre tradiciones y generaciones.

Asimismo, Montero y Mora-Fernandez (2020) señalan que los sistemas digitales, desde plataformas en línea hasta software especializados, cumplen un rol clave en la gestión cultural, ya que permiten organizar grandes volúmenes de información, almacenarla de manera segura y compartirla con audiencias globales de forma estructurada, lo que no solo optimiza procesos técnicos, sino que también apoya prácticas cognitivas vinculadas a la interpretación y valoración de la cultura, como el análisis crítico o la comparación de fuentes

Por su parte, Pérez (2023) afirma que el conocimiento digital adquirido mediante estas herramientas va más allá del simple acceso a datos, ya que contribuye activamente a la generación de nuevos significados culturales, facilita la apropiación de saberes por parte de comunidades diversas y promueve aprendizajes colaborativos que fortalecen la identidad colectiva, especialmente en entornos mediados por pantallas y redes sociales, de esta manera, aplicaciones móviles, sistemas de gestión y conocimientos digitales actúan como agentes mediadores esenciales, conectando expresiones culturales tradicionales con los lenguajes y dinámicas de los entornos comunicacionales actuales, donde la inmediatez y la interactividad son claves.

2.2. Antecedentes de la investigación:

2.2.1. Antecedentes nacionales:

Cadillo, (2021) averiguó sobre la relación existente entre las manifestaciones culturales y los medios de comunicación enfocado en el distrito de Hualmay ubicado en la provincia de Huaura, se aplicó una metodología con enfoque cuantitativo, de diseño descriptivo – correlacional, no experimental-transeccional, uso de instrumento el cuestionario; administrando un instrumento a 57 estudiantes, muestra censal, para identificar que efectivamente hay una relación entre ambos términos; los resultados arrojaron que, verdaderamente existe una correlación significativa entre ambas variables; respecto a sus hipótesis específicas, las 3 aceptan sus hipótesis alternas, indicando así que sí existe una relación; se concluye del trabajo de investigación que los centros escolares deberían de implementar más programas de índole cultural para que este no se pierda; además de ello, indican que, los profesores deben de

incentivar a los alumnos a amar lo nuestro sin que existan actos de discriminación o actos de odio.

Coronado, (2021) demostró el grado de carácter cultural que tienen los alumnos de un centro educativo ubicado en el departamento de Ayacucho; se aplicó una metodología con enfoque cuantitativa, tipo básica, de nivel descriptivo, de diseño no experimental-transeccional descriptivo; la población fue de 94 estudiantes; sin embargo la muestra que se abarcó fue de 76 alumnos de secundaria; se concluye que los alumnos no se sienten identificados con su propia cultura; de igual manera, ocurre con el idioma, la música y el baile, que hay un nivel bajísimo con su herencia cultural; se recomienda que el Estado, designe una mayor cantidad de cursos y enfatizar la cultura en los alumnos para que nuestras tradiciones y costumbres no se pierdan con el pasar del tiempo.

Changana, (2023) desarrolló una investigación que tiene como propósito determinar la relación existente entre las manifestaciones culturales regionales y la identidad cultural en estudiantes de nivel secundario, centrándose en dimensiones como costumbres y tradiciones, folklore y gastronomía, en cuanto a la metodología, el estudio fue de tipo básico, con enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional, la población estuvo conformada por 163 estudiantes y la muestra fue de 34 alumnos del quinto año, utilizándose como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a ambas variables, los resultados evidenciaron una correlación positiva y significativa entre las manifestaciones culturales regionales y la identidad cultural, alcanzando un coeficiente Rho de Spearman de 0,841, lo cual indica una relación de intensidad muy buena, concluyéndose que las expresiones culturales fortalecen el sentido de pertenencia, el reconocimiento del patrimonio y la construcción de identidad en los estudiantes, finalmente se recomendó promover espacios educativos que valoren y difundan las manifestaciones culturales locales, fortalecer programas institucionales que integren la cultura regional en el proceso formativo y generar estrategias que permitan preservar y visibilizar dichas expresiones dentro del entorno social y educativo.

Poves, (2022) investigó sobre el vínculo entre las prácticas culturales tradicionales y cómo estos se aplican en espacios públicos donde se pueda visibilizar las expresiones culturales de la ciudad de Jauja, aplicando una metodología con enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental y transversal, con un tipo de investigación aplicada y aplicando un método deductivo, aplicando como instrumento la encuesta; la población fue de 377 personas y la

muestra que se obtuvo fue de 313 personas; se concluye de la investigación que, se acepta la hipótesis alternativa, indicando así que existe una relación entre las variables; además de ello, se aceptan las hipótesis alternativas para las 4 dimensiones, concluyendo que hay una relación entre las dimensiones con la segunda variable; se recomienda que, la cultura jaujina sea valorizada no solo en su pueblo, sino que también las autoridades promuevan más las prácticas culturales como eventos o festivales para que se revalore su identidad cultural, que no solo se pase de generación en generación, sino que esta sea transmitida por todas las país del país y del mundo.

Sanchez, (2021) investigó cuál es el impacto y la importancia que tienen los medios masivos en la sociedad y de qué manera estos se ven afectados, toda la investigación está situada en la comunidad de Huacho; el enfoque de investigación es cuantitativo, con un nivel descriptivo, de diseño no experimental, de tipo básico de corte transversal; la muestra que se eligió fue de 315 personas mayores de edad; los resultados de la investigación arrojaron que la sociedad usa los medios de comunicación de manera regular, a su vez, estos piensan que el nivel de importancia que tienen los medios de comunicación es bajo representando el 74,29%, de igual manera, piensan que el nivel de cultura que muestra los medios de comunicación es bajo a comparación de otros contenidos; se puede concluir de la investigación que la sociedad huachana no tienen un impacto significativo en los medios de comunicación puesto que sus intereses con otros; asimismo, muestra que los medios de comunicación deberían mostrar contenidos culturales, mostrar noticias de otros índoles y se exige que el gobierno proteja a los periodistas de la censura que tienen.

2.2.2. Antecedentes internacionales:

Arutan (2020) desarrolló una investigación orientada al análisis de la producción y difusión de contenidos culturales en espacios comunicacionales digitales, centrándose en cómo determinadas expresiones culturales son representadas y resignificadas a través de plataformas mediáticas contemporáneas, el estudio se enmarcó en un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y nivel descriptivo correlacional, empleando como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario estructurado aplicado a una muestra seleccionada de participantes vinculados al entorno digital; los resultados evidenciaron que los medios digitales no solo funcionan como canales de difusión cultural, sino que influyen en la manera en que las expresiones culturales son interpretadas, valoradas y compartidas por los usuarios, identificándose una relación significativa entre la exposición a contenidos mediáticos y la

construcción de percepciones culturales, concluyéndose que los medios de comunicación digitales desempeñan un papel relevante en la visibilización y transformación de las expresiones culturales dentro del espacio social contemporáneo, finalmente se recomendó fortalecer estrategias de producción mediática responsable que promuevan la diversidad cultural, incentivar investigaciones que profundicen en la relación entre cultura y plataformas digitales y desarrollar políticas que garanticen una representación más equitativa de las manifestaciones culturales en los medios.

Paza (2022) describe el cómo la labor pedagógica incide en el fortalecimiento de las expresiones culturales dentro de un contexto educativo intercultural bilingüe, centrando su interés en la relación entre enseñanza, identidad y manifestaciones tradicionales de la comunidad, la metodología empleada fue de enfoque mixto con diseño de campo y documental, aplicando encuestas a estudiantes, entrevistas a docentes y fichas de observación para identificar la integración de actividades culturales en el proceso educativo, los resultados evidenciaron que existe una participación activa en eventos tradicionales como fiestas ancestrales y dramatizaciones comunitarias, así como una percepción mayoritaria de que la metodología docente sí incorpora elementos interculturales aunque en algunos casos de manera parcial, demostrando que las expresiones culturales se vinculan al aula mediante actividades lúdicas, recreativas y comunitarias que fortalecen la identidad, las conclusiones señalan que la práctica docente cumple un rol clave en la preservación y transmisión de las costumbres, tradiciones y saberes locales cuando se articulan adecuadamente con la planificación curricular, permitiendo que el aprendizaje no solo sea académico sino también cultural y significativo, finalmente se recomienda reforzar las adaptaciones curriculares con mayor énfasis en contenidos propios de la comunidad, promover una participación constante de padres y actores sociales en las actividades escolares, y consolidar estrategias pedagógicas interculturales que aseguren la continuidad y valorización de las expresiones culturales dentro del proceso formativo de los estudiantes.

Gomez et al., (2021) investigaron cuál es el impacto de la falta de cultura en la sociedad de Cali, Colombia, desean explicar cuáles son los riesgos que hay en la juventud y su falta de simpatía por sus tradiciones y costumbres; el enfoque de la investigación es cuantitativa, aplicando el método hipotético-deductivo, de diseño no experimental, de tipo descriptivo; se realizó las encuestas a 20 jóvenes de ascendencia nativa, se realizó 18 preguntas con respuestas Sí y No; de la encuesta se obtuvo que el gobierno propone tácticas para que las comunidades

indígenas puedan mantener su identidad cultural, de los cuáles 14 creen que sí hay un apoyo, por otro lado, el 50% por ciento cree que la comunidad no siente que tenga muchas oportunidades en el mercado laboral dentro de sus propias comunidades, no obstante, 19 jóvenes sienten que están más interesados o atraídos por la moda de la ciudad; se puede concluir de la investigación que el gobierno debería de incentivar la cultura de estas comunidades en las mismas ciudades y que deberían seguir luchando por mantener esas costumbres y tradiciones para que no se pierdan.

Suarez (2023) demostró la posible pérdida de la conservación de los valores, herencia y folclor de su cultura natal en la comunidad de Cantón Jipijapa, enfocado en la Iglesia La América; la metodología de la investigación es de enfoque mixto porque hace encuestas y realiza entrevistas, con un método deductivo, de diseño no experimental y de tipo descriptiva; la muestra es aleatoria estratificada, siendo un total de 82 personas, representado el 70% las mujeres y el 30% los hombres; de este trabajo se puede inferir que la comunidad depende de la agricultura, puesto que de eso viven, de igual manera, para ellos la religión es fundamental porque para la comunidad representa la unión entre todos y es su punto de encuentro para las celebraciones; se concluye que el gobierno debe de incentivar prácticas laborales para las familias de dicha zona para que no solo dependan de su agricultura, sino que puedan proveer de otra forma, promocionar la cultura y el turismo para que sea un ingreso extra para la comunidad.

Amariles et al., (2023) explican que para fomentar la cultura en la sociedad y mucho más en los infantes, se debe de realizar de una manera que a ellos se les haga atractivo, esa forma, es mediante los juegos, donde no necesariamente se debe de mostrarles la historia mediante unos libros, lo que muy probablemente les puede aburrir, sino que los hacen mediante actividades donde ellos estén alerta y de ahí ellos puedan hasta replicarlo con sus padres; tiene una metodología descriptiva, cualitativa, no experimental – transversal, aplicando una guía de entrevista y la observación, siendo una muestra de 16 alumnos; se obtuvo como resultados que los niños tienen mayor capacidad de aprender y de demostrar su cultura a través de juegos ya que así ellos se sienten en confianza al evidenciar sus conocimientos ya sea en sus tradiciones o en sus costumbres.

2.3. Bases teóricas:

2.3.1. Bases teóricas de la variable 1: *Expresiones culturales*:

2.3.1.1. Teorías y enfoques teóricos. Además de ello, Hall (1997) señala que las representaciones culturales constituyen un eje fundamental para comprender la manera en que una sociedad construye significados, valores y formas de convivencia; siendo así que, las representaciones culturales no solo cumplen una función relevante dentro de la cultura, sino que además le otorgan sentido ya que influyen directamente en la forma en que los individuos entienden y construyen la sociedad a nivel global; por lo que, estas representaciones no se limitan únicamente a aspectos culturales aislados, sino que atraviesan dimensiones sociales, simbólicas e ideológicas que inciden en la manera en que las personas interpretan su realidad.

Es por ello que, las representaciones culturales se configuran como un componente esencial de la construcción social, pues abarcan costumbres, tradiciones, cosmovisiones y prácticas compartidas que influyen en la forma en que los individuos se relacionan entre sí; por consiguiente, la cultura se convierte, así, en un punto de encuentro que permite comprender la diversidad social y los vínculos que se establecen dentro de una comunidad; siendo así que, las expresiones culturales no solo reflejan una identidad colectiva, sino que también contribuyen a su fortalecimiento y reproducción en el tiempo.

Por otro lado, García (1998) ratifica que la interpretación de la cultura se desarrolla bajo el punto de vista de las ciencias sociales, las cuales se encargan de estudiar cómo los individuos atribuyen significado a fenómenos culturales como los símbolos, las artes, los rituales y las prácticas sociales; desde este enfoque, la cultura no se concibe como un elemento estático, sino como una construcción dinámica que se forma a partir de interpretaciones individuales y colectiva; de esta manera, las expresiones culturales se transforman constantemente, respondiendo a los contextos históricos, sociales y simbólicos en los que se desarrollan.

En esa misma línea, la vitalidad de las expresiones culturales radica en su carácter colectivo ya que estas se gestan a través de la interacción social y se perpetúan mediante la tradición oral, la práctica cotidiana y la reinterpretación constante; siendo así que, a pesar de su evolución, muchas de estas manifestaciones artísticas mantienen un vínculo significativo con las raíces aborígenes y con la historia de la comunidad, por lo que funcionan como una ventana que permite observar una identidad cultural en permanente construcción y transformación.

Según Nash (2008), la representación cultural se refiere a un enfoque que analiza cómo las culturas influyen y, a su vez, son influidas por la sociedad y por las propias ciencias sociales; siendo así que desde esta perspectiva, se pone énfasis en las representaciones expresadas a través de imágenes, símbolos, cosmovisiones, narrativas y discursos, los cuales inciden directamente en la construcción de los significados culturales y en la manera en que la cultura es comprendida dentro de una sociedad.

Siendo así que esta teoría permite examinar cómo determinados grupos culturales son representados en los canales informativos, el arte y la literatura, así como la forma en que dichas representaciones pueden reproducir estereotipos, ideologías o valores dominantes; es por ello que, resulta pertinente para el estudio de las expresiones culturales ya que estas no solo se manifiestan como prácticas visibles, sino también como construcciones simbólicas que influyen en la percepción social y en la manera en que se consolidan identidades culturales dentro de un contexto determinado.

Asimismo, Martínez-Hernández (2011) afirma que el relativismo cultural entiende cada cultura desde sus propios valores y contexto, sin asumir una verdad universal; esta perspectiva fomenta el respeto y la comprensión hacia las diferencias culturales, reconociendo que lo que es válido o moral en una cultura puede no serlo en otra.

Sin embargo, García (2019) explica sobre la teoría de Castoriadis donde el imaginario social es el conjunto de significados, símbolos y formas de pensar que una sociedad crea para darle sentido a su realidad; además, esto no es solo una copia de la realidad, sino algo que la inventa y la moldea, ya que a partir de ahí se forman instituciones, costumbres y maneras de convivir; de igual manera, menciona que la sociedad no es algo fijo, sino que es un proceso que se va construyendo día a día, donde las personas, de forma colectiva, crean y recrean realidades nuevas que responden a su contexto, a los cambios culturales y a las necesidades que van surgiendo.

De esto, se puede entender que las expresiones culturales son la parte visible de este imaginario social ya que a través del arte, la música, la danza, las celebraciones o los rituales, una sociedad muestra lo que piensa, siente y valora; empero, no solo se trata solo de conservar tradiciones, sino también de abrir espacio a nuevas formas de ver la realidad; para que así, estas expresiones puedan funcionar como un puente entre lo que heredamos y lo que vamos creando, uniendo la tradición con la innovación.

No obstante, Ricardo (2020) explica que transmitir las dinámicas culturales implica la manera en que las sociedades y grupos culturales transfieren y preservan su conocimiento, valores, normas, tradiciones y patrones de comportamiento de una generación a otra; puesto que aquí se centra en cómo la cultura se hereda y se propaga a través de los diversos mecanismos de aprendizaje y socialización.

Por otro lado, Berger & Luckmann (2003) plantean que la teoría de la construcción social de la realidad sostiene que la realidad no es algo dado de manera natural ni objetiva, sino que se construye socialmente a partir de la interacción entre los individuos; en este proceso, los significados, valores y conocimientos se producen en la vida cotidiana y, con el tiempo, se institucionalizan y legitiman, convirtiéndose en referentes compartidos dentro de una sociedad; de esta manera, la comunicación cumple un rol fundamental ya que permite que estos significados se transmitan y se mantengan vigentes en el tiempo.

Es por ello que, esta teoría permite comprender que las expresiones culturales son construcciones sociales que se originan y consolidan en contextos específicos, siendo así que dichas expresiones adquieren sentido colectivo cuando son compartidas y reconocidas socialmente, proceso en el cual los medios de comunicación contribuyen a su difusión y legitimación; es por ello que, las expresiones culturales que llegan o son adquiridas por los estudiantes llegan a formar parte de una realidad social construida, que influye no solo en la manera en que estas manifestaciones culturales son interpretadas sino que son valoradas dentro del entorno universitario.

Asimismo, Silverstone (2010) desarrolla la teoría de la mediación la cual se centra en el papel activo de los sujetos en la apropiación de los contenidos culturales, desde este enfoque, se entiende que los individuos no asimilan los mensajes de manera automática, sino que los interpretan y resignifican a partir de su contexto social, cultural y personal; en otras palabras, se entiende que la mediación es un proceso dinámico que permite que los contenidos culturales adquieran significado en la vida cotidiana de las personas.

Siendo así que esta teoría es pertinente para comprender cómo los estudiantes universitarios se apropian de las expresiones culturales difundidas por los medios de comunicación; por lo que, los estudiantes no solo reciben estas manifestaciones culturales, sino que las interpretan desde su experiencia académica y social, otorgándoles significados propios,

de esta manera, la mediación explica cómo las expresiones culturales influyen en los estudiantes a partir de su interacción con los contenidos culturales presentes en los medios.

2.3.1.2.Importancia. Las manifestaciones culturales son clave para la comunicación y la unión en sociedad, al ofrecer un lenguaje común para expresar emociones y experiencias; además, tienen un valor económico importante, ya que generan ingresos mediante el turismo cultural y la comercialización de productos relacionados (Vargas-Chaves et al., 2018).

Un claro ejemplo de ello, es en el departamento de Cusco ya que aquí el mismo gobierno trata de preservar y cuidar al máximo sus patrimonios culturales, pero no solo eso, sino que la misma población no se extranjeriza a pesar de la cantidad de personas que vienen de afuera, sino que aprenden su idioma y tratan de mostrarles lo rica que nuestra cultura, desde gastronomía, textilería y artesanías; así no solo ellos visitan los sitios arqueológicos, sino que también consumen los productos de la zona.

A lo largo de la historia, la transmisión de la cultura ha tomado un papel muy relevante ya que ha tomado diversos desafíos para transmitirlo y ha adquirido diversas estrategias para mantenerlo; especialmente la manera de narrar y modelar la herencia cultural para las generaciones más jóvenes; es decir, que buscan transmitir lo suyo mediante diferentes formas más modernas para que los siguientes grupos sean capaces de destacar las tradiciones, rituales, costumbres y creencias consideradas valiosas para la continuidad de la cultura. (Castro, 2019).

Los conocimientos culturales son heredados de una generación a otra. A medida que se transmiten, estos saberes evolucionan y se adaptan para manifestarse de manera física, como lo son los platos tradicionales o las obras artísticas, así como en los aspectos inmateriales, como son los mitos, la música, las danzas y las diferentes formas teatrales (Comunicaciones Coomeva, 2022).

Las expresiones culturales han adquirido una enorme importancia para nuestra sociedad, puesto que estos son vehículos para la transmisión y preservación del patrimonio cultural de una comunidad o nación; razón por la cual se mantienen vivas las historias, valores y creencias, lo cual contribuye a la identidad cultural y a la conexión de las colectividades con su herencia cultural (Endere, M. et al., 2022).

Las expresiones culturales cumplen diversas funciones elementales; en primer lugar, estas permiten transmitir y conservar la cultura; además que permite resguardar la identidad de

un grupo o comunidad; para que así, mediante ellas se pueden difundir las ideas, los valores y las tradiciones; asimismo, se considera que estas expresiones son fundamentales en cuanto a la actitud tolerante y de respeto hacia otros ámbitos culturales, ya que facilitan el conocimiento y la valoración de distintas culturas y sus formas de vida.

2.3.1.3. Características. Según Vargas-Chaves et al., (2018) explica que las expresiones culturales se caracterizan por ser:

Semejanza con una obra. Las expresiones culturales tradicionales son similares a una obra, pues tienen una estructura definida y se transmiten de generación en generación.

Conocimiento tradicional. Estas expresiones culturales son una forma de conocimiento tradicional ya que representan una acumulación de sabiduría y experiencia transmitida de generación en generación.

Por lo tanto, las expresiones culturales tradicionales tienen un carácter más formal y estructurado en comparación con otras formas de expresión cultural; además, estas manifestaciones a menudo reflejan la herencia cultural y la sabiduría acumulada a lo largo del tiempo.

2.3.1.4. Dimensiones. Según los clasifica la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2005), segmenta a las expresiones culturales de esta manera:

Difusión del folclor. Se refiere al acto de promover y compartir las expresiones culturales tradicionales de una comunidad o región con un público más amplio, estas expresiones culturales incluyen música, danza, arte, historias, costumbres y tradiciones arraigadas en la herencia cultural de un grupo (OMPI, 2005).

Tradiciones y costumbres. La tradición se refiere a la manera en que se transmite una creencia, práctica, valores, costumbres y conocimientos de una generación a otra, estas prácticas y valores son considerados significativos y se mantienen a lo largo del tiempo; por otro lado, las costumbres se refieren a las prácticas habituales y comportamientos que una sociedad adopta en su vida diaria, estas son acciones repetitivas y compartidas por un grupo de personas, que a su vez pueden incluir modales, formas de vestir, hábitos alimentarios y otros comportamientos cotidianos (Andino, 2020).

Ideologías. Son sistemas de creencias y valores que guían la interpretación cultural de una sociedad, estas ideologías son marcos de referencia que determinan el cómo se perciben, valoran y mantienen las expresiones culturales, las tradiciones, las costumbres y las prácticas de una comunidad (Cruz, 2013).

2.3.2. Bases teóricas de la variable 2: Medios de comunicación:

2.3.2.1. Teorías y enfoques teóricos. Además de ello, Pineda (2001) demuestra que la información y los mensajes difundidos por los medios pueden utilizarse estratégicamente para incidir en la opinión pública y en la conducta de una comunidad frente a determinadas causas, posiciones o entidades; desde esta perspectiva, la propaganda no se limita únicamente a lo político, sino que también puede tener fines sociales o comerciales, buscando influir deliberadamente en las actitudes y percepciones de la audiencia. En ese sentido, los medios no solo transmiten información, sino que pueden orientar la manera en que esta es interpretada y asumida por la sociedad.

Lo cual, permite que los medios de comunicación no actúen como simples canales neutrales, sino como espacios que pueden influir en la forma en que los estudiantes perciben determinadas expresiones culturales; de esta manera en que se presentan los contenidos culturales, así como la intención implícita en ciertos mensajes, puede incidir en la construcción de opiniones y actitudes dentro del entorno universitario, reforzando o transformando la valoración que los estudiantes tienen sobre dichas manifestaciones culturales.

De igual manera, Giménez (2006) explica que los medios de comunicación no solo deciden qué temas abordar, sino también la forma en que los presentan, lo que influye directamente en la manera en que el público los interpreta, este proceso implica colocar la información dentro de un marco específico que orienta la percepción del receptor, resaltando ciertos aspectos y minimizando otros; en otras palabras, el encuadre funciona como un filtro que selecciona qué elementos destacar, generando una interpretación particular de los hechos y contribuyendo a que la información no sea completamente neutral.

Es por ello que, dicha teoría permite analizar cómo los medios representan las expresiones culturales que consumen los estudiantes ya que al enfatizar determinados elementos, símbolos o narrativas culturales, los medios pueden influir en la forma en que estas

manifestaciones son comprendidas dentro del ámbito universitario; de este modo, el encuadre mediático se convierte en un factor relevante para entender cómo los estudiantes construyen su percepción sobre la cultura difundida a través de los distintos canales informativos.

Asimismo, Botero (2012) explica que los mensajes mediáticos tienen un efecto directo e inmediato sobre la audiencia donde los medios son capaces de “inyectar” ideas, actitudes y creencias en la mente de las personas de manera uniforme, generando una influencia similar en todos los receptores; aunque esta teoría ha sido cuestionada por enfoques posteriores que reconocen mayor participación activa del público, constituye un punto de partida importante para comprender las primeras concepciones sobre el poder de los medios.

De esta manera, esta teoría resulta pertinente para reflexionar sobre la posible influencia directa que ciertos contenidos mediáticos culturales podrían ejercer en los estudiantes donde si bien no se asume que la audiencia universitaria sea completamente pasiva, esta perspectiva permite considerar que la exposición reiterada a determinados mensajes culturales puede generar efectos en la manera en que se perciben y valoran las expresiones culturales dentro del entorno académico.

Por otro lado, Guerra y Larico (2020) señalan que los entornos mediáticos influyen de manera directa en la sociedad y en la cultura, debido a que los medios cumplen funciones específicas que van más allá de informar; en ese sentido, los autores sostienen que los medios participan en la producción y circulación de significados, además de generar impactos en la audiencia a través de los contenidos que difunden; aunado a ello, se plantea que para comprender su funcionamiento es necesario considerar las teorías que explican cómo se construyen los mensajes, cómo circulan en el espacio social y cómo son asumidos por distintos públicos.

Siendo así que, se puede entender que los medios de comunicación no operan de forma aislada, sino dentro de un entorno mediático que influye en la manera en que los estudiantes se relacionan con los contenidos culturales; es por ello que, se al analizar los entornos mediáticos resulta clave para comprender cómo se difunden ciertas expresiones culturales, cómo adquieren relevancia en el discurso social y de qué manera impactan en la percepción de los estudiantes.

Por otro lado, según UNIR (2023), los medios de comunicación poseen la capacidad de incidir en la agenda pública al seleccionar los temas que serán objeto de discusión y atención

social; desde este enfoque, los medios no solo informan sobre acontecimientos, sino que determinan qué asuntos se consideran relevantes, otorgando mayor cobertura y prominencia a ciertos temas mientras otros pasan desapercibidos; de esta manera, la agenda setting sostiene que los medios influyen en aquello sobre lo que la sociedad piensa, al establecer prioridades informativas.

Siendo así que los medios pueden influir en la relevancia que los estudiantes otorgan a determinadas expresiones culturales ya que al brindar mayor visibilidad a ciertos contenidos culturales y relegar otros, los medios contribuyen a posicionar algunas manifestaciones como más importantes o representativas dentro del imaginario universitario; es por ello que, la agenda mediática puede incidir en la manera en que los estudiantes identifican, valoran y priorizan distintas expresiones culturales.

Asimismo, Hall (1997) desarrolla la teoría de la representación la cuál plantea que los medios de comunicación no reflejan la realidad de forma objetiva, sino que la construyen mediante sistemas de representación basados en signos, símbolos y discursos; según este enfoque, el significado no se encuentra directamente en los hechos o prácticas culturales, sino que se produce a través del lenguaje y de los códigos culturales utilizados para representarlos, es por ello que los medios desempeñan un rol activo en la producción de significados y en la configuración de la realidad social.

Siendo así que, esta teoría permite analizar cómo los medios de comunicación representan las expresiones culturales que son consumidas por los estudiantes universitarios; a través de discursos mediáticos, imágenes y narrativas específicas, los medios construyen determinadas representaciones culturales que influyen en la percepción de los estudiantes; de este modo, la teoría de la representación contribuye a comprender cómo los medios no solo difunden contenidos culturales, sino que también influyen en la forma en que estos son interpretados y valorados dentro del contexto universitario.

De la misma manera, la teoría del cultivo desarrollada por Gerbner, sostiene que la exposición constante y prolongada a los contenidos mediáticos influye en la percepción que las personas tienen de la realidad social; desde esta perspectiva, los medios de comunicación, al reiterar determinados mensajes y representaciones, contribuyen a la formación de visiones del mundo que se normalizan con el tiempo, siendo así que, el consumo frecuente de medios puede generar percepciones compartidas en la audiencia (Comunicólogos, 2025).

Es por ello que, esta teoría resulta relevante para analizar la influencia que ejerce el consumo reiterado de contenidos mediáticos en los estudiantes universitarios, dicha exposición constante a mensajes y representaciones culturales difundidas por los medios contribuye a moldear la forma en que los estudiantes perciben y comprenden las expresiones culturales; de esta manera, la teoría del cultivo permite explicar cómo los medios de comunicación influyen en la construcción de percepciones culturales dentro del entorno universitario.

2.3.2.2.Importancia. Los medios comunicacionales cumplen una función determinante en las sociedades, dado que facilitan la información de manera rápida y eficaz, estos son capaces de formar opiniones y conectar con otras personas; asimismo, estos son capaces de influenciar en la opinión pública, logrando que en las elecciones estos tengan el poder de enaltecer a un candidato o no; de igual con ello está relacionado lo que es la agenda de tales medios que es cuando publican o muestran ciertas noticias de interés y otras las descartan por no ser de conveniencia para este mismo (USAT, 2021).

2.3.2.3.Características. Los medios informativos difunden mensajes a grandes audiencias a través de plataformas como televisión, radio, prensa y medios digitales, cumpliendo un papel clave en el acceso a temas de interés público; además, influyen sobremanera en la opinión de la audiencia y en la formación de la opinión de las personas sobre diferentes temas y situaciones; para transmitir su mensaje, utilizan diferentes formas de lenguaje, incluyendo el texto, el audio, la imagen y el video; sin embargo, la mayoría de tales medios tienen un enfoque comercial y dependen de la publicidad y las ventas para generar ingresos. (Castro, 2019).

Tales plataformas también pueden ser objeto de crítica y controversia debido a la forma en que cubren ciertos temas o a los sesgos y prejuicios que pueden estar presentes en su contenido; por lo tanto, es importante mantener una actitud crítica y reflexiva al consumir su contenido y estar conscientes de su incidencia en nuestra opinión y percepción de la realidad.

2.3.2.4.Dimensiones. Los medios de comunicación, según Jara, (2013) se subdividen de esta manera.

Televisión, es un medio de difusión comunicacional en el que se transmite imágenes y sonidos a distancia, puesto que se basa en la tecnología de la televisión para mostrar contenido visual y auditivo a un público más amplio; es un dispositivo o sistema que ha sido utilizado

durante décadas para entretener, informar y educar a las audiencias a través de programas, series, noticias y otros contenidos (Fernández, 2005).

Digitales, hace referencia a los aspectos relacionados que tiene la tecnología con las plataformas informativas, antes, la información primero se pasaba a través de papel, hoy por hoy, es mediante las redes sociales, o en todo caso con la misma tecnología; en otras palabras, se puede entender que es el área donde se transacciona contenido de diferente índole con personas de todo el mundo desde videos, en vivos, documentos, archivos visuales, entre otras cosas (Palomino, 2025).

Radiofónicos, se refiere a algo que es perteneciente o relativo a la radiofonía, puesto que es la actividad o el ámbito relacionado con la radiodifusión, es decir, la transmisión de señales de radio; en este contexto, "radiofónicos" se utiliza para describir elementos, programas, contenidos o aspectos relacionados con la radio, ya sea en términos de producción, emisión, o recepción de programas radiofónicos (Ramos, 2017).

2.4. Definición de términos básicos:

Actualizar. Es el proceso de renovar desde información, herramientas, entre otras; este permite adaptar conocimientos a los avances (Pérez & Gardey, 2021).

Aplicaciones. Son los programas utilizados para un proceso es específico, desde realizar alguna tarea hasta crear un momento de relajación; esto permite al usuario acceder a contenidos, facilitar tareas, como poner cronómetros, hasta acceder a las redes sociales de diferente índole (Equipo editorial, Etecé, 2023).

Baile. Es una forma de expresión combinada con movimientos, ritmos y gestos; tienen dos formas de realizarlas ya sea con una melodía o sin música; esta práctica se desarrolla en celebraciones, como en cumpleaños, o en rituales, en algunas comunidades realizan danzas para la lluvia (Pérez & Merino, 2022).

Comunicación. Implica una fase de intercambio de datos entre un dos individuos o un grupo de individuos, a través de canales. (Delgado, 2021).

Conocimiento. Es el resultado del proceso de observación, la experimentación y la observación; este permite comprender la situación o la vivencia y a partir de ahí, se toman decisiones a partir de dicha vivencia (Espínola, 2025).

Cosmovisión. Manera en que una persona o una cultura entiende y explica el mundo que la rodea; está conformada por creencias, valores, costumbres y conocimientos que influyen en cómo se interpreta la realidad y en la forma en que se actúa frente a ella (Martínez-Casasola, 2024).

Costumbres. Son los hábitos que repite una sociedad y que, al pasar el tiempo, se convierte en su estilo de vida; al principio, este se vuelve práctico hasta convertirse en algo cotidiano (Equipo de Enciclopedia Significados, 2023).

Creencia. Es la fusión de las convicciones, ideas y valores que son compartidas en una comunidad y de esta forma ellos son capaces de entender las diferencias o comprender al mundo. (Pérez, 2017).

Cultura de masas. Concepto que se refiere a un acervo de elementos de carácter cultural producidos por las industrias culturales y dirigidos a un amplio público. (Equipo editorial Etecé, 2025)

Cultura. Es la forma de crear una estructura social que es primordial por cuanto facilita la creación de nuevas comunidades y la interacción entre individuos. (Equipo Editorial, Etecé, 2025).

Digital. Término que se usa para hacer referencia al uso de dígitos binarios, que es el 0 y el 1, enfocado en la tecnología e informática. (Pérez & Gardey, 2023).

Diversidad cultural. Son las diferencias que tienen los pueblos o comunidades desde sus tradiciones y costumbres hasta su educación y valores. (BBVA, 2025).

Entretener. Es realizar alguna actividad que genere algún tipo de distracción o de relajación; este permite liberar alguna tensión o pasar un momento de tranquilidad y goce (Equipo editorial, Etecé, 2024).

Escrita. Es la forma de comunicación básica de las sociedades, se utilizan símbolos o gráficos que expresan pensamientos o algún tipo de información; se considera una de las formas más básicas para preservar conocimientos y se puedan retransmitir a lo largo del tiempo (Giani, 2025).

Estereotipos. Son los pensamientos que se basan en el idealismo de algún objeto persona, estas pueden simplificar algún pensamiento o generar una distorsión (Equipo editorial, Etecé, 2025).

Fiesta. Son eventos que organizan las personas o comunidades para celebrar fechas importantes, desde cumpleaños hasta alguna festividad importante, estos se encargan de fortalecer la unión de la sociedad y crear un vínculo con la cultura (Pérez & Merino, 2023).

Folclor. Conjunto de tradiciones, costumbres, expresiones artísticas y todos estos conocimientos son difundidos en la posteridad (Beltrán, 2022).

Identidad cultural. Acervo de símbolos, tradiciones y demás características que son atribuidas a un pueblo, comunidad o país; estas son transmitidas de generación en generación y pueden cambiarse con el tiempo. (Kiss, 2025).

Ideología. Representa las ideas y el sistema de creencias que orienta tanto a una persona como a una sociedad; usualmente están relacionadas al aspecto político (Equipo editorial, Etecé, 2025).

Imágenes. Son las representaciones visuales son portadoras de símbolos culturales y transmiten elementos tradicionales de una comunidad, como animales, el sol y símbolos usados en festividades indígenas. (Pirela, 2024).

Imaginario. Es el conjunto de ideas, símbolos y representaciones que las personas crean en su mente, ya sea a nivel individual o compartido (Pérez & Gardey, 2023).

Imaginario social. Se entiende como ese conjunto de significados, valores y símbolos que una comunidad comparte y que guían su forma de pensar y actuar (García, 2019).

Impacto. Se refiere al efecto o consecuencia que resulta de una acción, evento o fenómeno sobre algo o alguien. (Equipo editorial Etecé, 2025).

Información. Base organizado de datos registrados que transmiten un mensaje y cambian la fase de conocimiento de quien la recibe. (Equipo editorial Etecé, 2025).

Lenguaje. Se entiende como un sistema de comunicación empleado para expresar pensamientos, ideas, emociones y conceptos (Muriel, 2020).

Lingüística. Es el estudio del lenguaje que se encarga de analizar a las personas desde cómo se comunican hasta la estructura de este mismo (Equipo editorial, Etecé, 2023)

Locución. Es la forma de hablar y/o modular la voz para obtener un mejor entendimiento, lograr impacto con el tono de voz y tener una intención clara generando expresividad en el mensaje (Péres y Gardey, 2022).

Mass media. Son los medios de comunicación, pero se encargan de diversificar los contenidos, llega a un público más amplio y diverso; aquí están incluidas las redes sociales, el internet, la prensa, radio y televisión (Ferreira, 2024).

Medios. Canales por los que realiza la fase de comunicación (Muniz, 2025).

Música. Es una forma de arte que está basada en la combinación de instrumentos, ritmos y cantos; este se encarga de transmitir emociones y tradiciones; tienen un rol importante en la base de una sociedad (Pirela, 2025).

Oral. También es una forma de comunicar, se usa la voz para transmitir los mensajes de una manera más directa, la comunicación oral ha mantenido y mantiene la posibilidad de transmitir conceptos (Pérez & Gardey, 2022).

Patrimonio cultural. Se refiere a la herencia cultural que una comunidad ha recibido del pasado, que se mantiene en la actualidad y se transmite a futuras generaciones, abarcando desde construcciones hasta tradiciones. (Educ.ar, 2022).

Periodismo. Es una labor profesional dedicada a recopilar, analizar, interpretar y comunicar información mediante diversos formatos, ya sean escritos, hablados, visuales o digitales (RAE, 2024).

Política. Es una actividad que las personas o las sociedades buscan tomar y obtener estabilidad dentro de una comunidad o en los países; aquí se ve involucrada la participación ciudadana, la organización de los poderes y la creación de un Estado (Pérez y Gardey, 2023).

Prejuicios. Son las opiniones negativas que se forman sin una base real, se fomentan por la desinformación; muchas veces desencadena actos de odio, discusiones o en algunos casos extremos, la muerte (Gómez, 2025).

Radio. Se centra en la transmisión de señales de audio a partir de ondas electromagnéticas (Equipo editorial Etecé, 2025).

Religión. Son creencias que buscan darle sentido a la existencia humana y que a su vez conecte con lo sagrado; usualmente, imponen normas éticas y tengan sentido de moralidad (Pérez, 2025).

Símbolos culturales. Implica un fenómeno diverso que incluye formas de vida y expresiones materiales, sociales e ideológicas de los grupos humanos (Vyshnya & Sztuba, 2006).

Sistemas. Es la agrupación de componentes que están organizados para interactuar entre sí, desde personas hasta máquinas, para cumplir algún rol en específico (Equipo editorial, Etecé, 2025).

Televisión. Es un medio por el que se transmiten imágenes y sonidos a partir de ondas electromagnéticas, este ofrece diversidad de contenidos. (Pérez & Merino, 2021).

Tradiciones. Son las diferentes formas o maneras en las que las personas aprenden de sus antepasados actitudes frente a unas situaciones o vivencias (Pérez & Gardey, 2024).

Tradiciones autóctonas. Abarcan diversas formas de vida y expresiones materiales, sociales e ideológicas de las sociedades, pueblos y grupos sociales, a su vez es un componente esencial de la identidad. (Kiss, 2025).

Valores. Conllevan principios éticos que guían a un individuo o a una sociedad, estos se usan para mantener una convivencia armoniosa (Giani, 2025).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Hipótesis de la investigación:

3.1.1. *Hipótesis general:*

Existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

3.1.2. *Hipótesis específicas:*

Existe una relación directa entre la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Existe una relación directa significativa entre la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Existe una relación directa significativa entre la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

3.2. Variables de investigación:

3.2.1. *Identificación y definición:*

Expresiones culturales, se definen como manifestaciones artísticas que reflejan los aspectos culturales, los principios y la identidad de una comunidad o de alguna sociedad en específica; las expresiones culturales emergen a partir de la interacción social y la creatividad de una sociedad, donde las personas que integran cada comunidad son capaces de generar y consumir con el propósito de transmitir y fortalecer su identidad, un claro ejemplo de ello son los valores y las tradiciones; esta interacción social que construyen las personas, se vuelve el medio para que las expresiones culturales se puedan transmitir y a su vez, esta se pueda nutrir

de influencias externas para así adaptarse ante los cambios históricos, políticos, económicos y culturales (OMPI, 2005).

Medios de comunicación, se entienden como medios creados para facilitar la comunicación entre emisores y receptores; estos canales incluyen tecnologías como el teléfono, dispositivos móviles, así como el uso del correo físico, como cartas y telegramas, que permiten la comunicación entre individuos a distancia; asimismo, se engloban la radio, Internet, a través de chats, y la televisión como medios de comunicación personal, puesto que posibilitan la interacción inmediata con audiencias, receptores y televidentes, superando las limitaciones temporales y espaciales (Jara, 2013).

3.2.2. Operacionalización de las variables:

Para la variable, expresiones culturales, se ha establecido las dimensiones difusión del folclor, tradiciones y costumbres e ideologías y sus indicadores son para la primera variable musical, escrita y oral; para la segunda, bailes, fiestas y religión; y por último lingüística, política y valores para la última dimensión (OMPI, 2005); para la segunda variable, medios de comunicación, se ha establecido las dimensiones televisión, digitales y radiofónicos; como principales indicadores son actualiza, informa y entretiene (Jara, 2013).

Además, se ha asignado un total de 31 ítems por ambas variables, 15 por la primera variable y 16 para la segunda, con niveles de medición utilizando la escala de Likert:

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

Tabla 1:*Matriz de operacionalización de la variable 1*

VARIABLE EXPRESIONES CULTURALES				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
Difusión del folclor	Musical	1,2		
	Escrita	3		
	Oral	4,5	(1)	
Tradiciones y costumbres	Baile	6,7	(2)	Malo 15 – 35
	Fiestas	8,9	(3)	Regular 36 – 56
	Religión	10,11	(4)	Bueno 57 - 77
Ideologías	Lingüística	12,13	(5)	
	Política	14,15		
	Valores	16		

Fuente: Elaboración propia**Tabla 2:***Matriz de operacionalización de la variable 2*

VARIABLE MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
Televisión	Actualiza	16,17		
	Informa	18		
	Entretiene	19,20	(1)	
Digitales	Aplicaciones	21,22	(2)	Malo 16 – 37
	Sistemas	23,24	(3)	Regular 38 – 59
	Conocimientos	25,26	(4)	Bueno 60 - 81
Radiofónicos	Juvenil	27,28	(5)	
	Musicales	29,30		
	Locución	31		

Fuente: Elaboración propia

3.3. Métodos de investigación:

Enfoque. Se adoptó el enfoque cuantitativo, toda vez que se busca colegir y evaluar los datos numéricos de manera precisa y objetiva, esta metodología emplea procedimientos matemáticos y estadísticos con el fin de representar fenómenos; es decir, se pretende cuantificar y medir las variables para que así brinde datos más exactos (Hernández et al., 2014).

Método. Para esta investigación, se usó el método hipotético - deductivo ya que se parte de un tema general hasta llegar a algo pequeño, que es lo específico (Hernández et al., 2014).

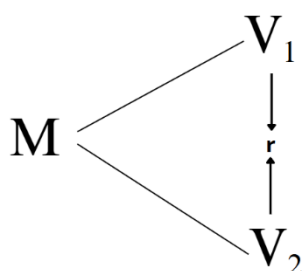
3.3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación:

Tipo. Básico porque se describe solo la parte teórica, y se busca comprender y ampliar los conocimientos sobre un evento o concepto en su forma más fundamental; además, que se busca incluir más trabajos de diferentes autores para ahondar en temas como las expresiones culturales y los medios de comunicación (Muntané, 2010).

Nivel. Correlacional puesto que se pueda ahondar más sobre las variables y se pueda hallar una relación más profunda de las variables que se están investigando; a su vez es no experimental, transversal, por cuanto se caracteriza por observar y medir fenómenos en un momento específico sin manipular deliberadamente las variables; aquí, se recopilan datos de manera puntual, generalmente a través de encuestas, cuestionario (Monje, 2011).

Asimismo, el nivel correlacional te permite poder identificar y determinar la magnitud que tiene la variable y cómo puede afectar el cambio a la segunda variable; además, esto permite que se puedan aplicar o desarrollar las hipótesis para así aplicar la prueba Pearson (Osada & Salvador, 2021).

De igual manera, el nivel correlacional, se basa en plantear hipótesis para así luego ser aplicadas mediante los procedimientos estadísticos; además, que se pueden representar mediante un gráfico.

Figura 1:*Representación gráfica de la investigación correlacional**Fuente:* Elaboración propia

Siendo así donde:

M = Muestra

V₁ = Expresiones culturales

V₂ = Medios de comunicación

r = Relación

Diseño: No experimental – transversal, este diseño se caracteriza porque permite analizar la información en el momento en el que se recolecta; además, se encarga de identificar la problemática en el instante; asimismo, es no experimental ya que el investigador no manipula las variables, sino que se encarga de observar y describir lo que sucede sin implicarse dentro del estudio (Hernández et al., 2014).

3.4. Población y muestra:

3.4.1. Población:

La unidad de análisis comprende a 37 universitarios del 5° ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza en el distrito de Jesús María.

3.4.2. Muestra:

La muestra estuvo constituida por 37 estudiantes del quinto ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, correspondientes al

periodo académico 2025–I; además, se trabajó con los estudiantes que se encontraban disponibles y cumplían con los criterios establecidos para la investigación.

Asimismo, el estudio se desarrolló bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que los participantes fueron seleccionados por accesibilidad y proximidad al investigador, sin que mediara un proceso de selección aleatoria; este tipo de muestreo permite obtener información directa del grupo específico de interés, aunque no busca generalizar los resultados a una población mayor, sino analizar el fenómeno dentro del contexto delimitado del estudio (García, 2019).

Tabla 3:

Unidad de Análisis

	Población	Muestra
Total	37	37

Fuente: Elaboración propia

3.4.3. Muestreo:

Se adoptó un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los participantes fueron seleccionados considerando su accesibilidad y disponibilidad dentro del periodo académico 2025–I ya que este tipo de muestreo se emplea cuando el investigador trabaja con un grupo específico que cumple con determinadas características previamente definidas, sin que exista un proceso de selección aleatoria (Soto, 2018).

En ese sentido, se consideró a los 37 estudiantes del quinto ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo como unidades de análisis, ya que conformaban el grupo directamente vinculado con el objeto de estudio; si bien es cierto, este procedimiento no busca generalizar los resultados a una población más amplia, sí permite obtener información pertinente y contextualizada sobre la percepción de los estudiantes respecto a la relación entre las expresiones culturales y los medios de comunicación.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

3.5.1. Técnicas:

La encuesta, es una técnica que permite comprobar las hipótesis planteadas de una investigación; a su vez, esta permite obtener y crear datos con rapidez (Katz et al., 2019).

3.5.2. Instrumentos:

Se eligió como instrumento el cuestionario, por ser una herramienta de reunión de datos basada en preguntas estructuradas para recabar información precisa (García, 2003).

Para este estudio, se utilizarán escalas Likert como herramientas de medición, la escala Likert es un instrumento ampliamente usado en ciencias sociales y estudios de mercado, puesto que permite a los individuos expresar su aprobación o no con afirmaciones específicas utilizando una escala ordenada y unidimensional (Matas, 2018).

Para la presente investigación, se aplicó el instrumento del cuestionario estructurado, las preguntas que comprende este instrumento son cerradas en base a la escala de Likert puesto que este te permite identificar fácilmente la calificación de la encuesta; en este caso, si está yendo por un buen camino o si necesita replantearse la investigación (Hammond, 2023).

Tabla 4:
Escala de Likert utilizada.

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

Fuente: Hammond, M. (2023). Escala de Likert.

Validez del instrumento

Tabla 5:

Validación de juicio de expertos

Nº Ord	Apellidos y nombres	Puntaje	Valoración
1	Mg. Aguilar Culquicondor, Juan	50	Válido, aplicar
2	Mg. Fernández Valle, Juan	50	Válido, aplicar
3	Mg. Jesusi Venturo, Miguel	50	Válido, aplicar

Fuente: Ficha de validación de los expertos.

Como se puede ver en la Tabla 5, para que el instrumento sea válido, este fue firmado y revisado por cada Magíster para que exista una confiabilidad tanto en el instrumento como en la presente tesis; en el caso del Magíster Juan Aguilar Culquicondor califica el instrumento con un puntaje de 50; de igual manera, el Magíster Juan Fernández Valle, con la puntuación de 50; asimismo, el Magíster Miguel Jesusi Venturo, califica el instrumento con el puntaje de 50.

Confiabilidad del instrumento:

Para la confiabilidad del instrumento, se empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach mediante la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{k}{(k - 1)} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right]$$

Siendo así:

α = Alfa de Cronbach

k = Número de ítems

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza del total

Tabla 6:*Niveles de Medición de Coeficiente de Alfa de Cronbach*

Valores	Criterios
Coeficiente alfa $>.9$ a $.95$	Excelente
Coeficiente alfa $>.8$	Bueno
Coeficiente alfa $>.7$	Aceptable
Coeficiente alfa $>.6$	Cuestionable
Coeficiente alfa $>.5$	Pobre
Coeficiente alfa $\leq .5$	Inaceptable

Fuente: Hernández et al., (2014).**Tabla 7:***Confiabilidad de la variable: Expresiones culturales*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	12

Fuente: Bd Datos del estudio piloto.

De acuerdo a la Tabla 7 para la prueba de Alfa de Cronbach que se aplicó a una prueba piloto de 12 estudiantes se evidenció la confiabilidad del instrumento dando como resultado de que la variable EXPRESIONES CULTURALES tenga un puntaje de 0.791; esto quiere decir que la variable tiene un criterio de ACEPTABLE para continuar con la investigación.

Tabla 8:*Confiabilidad de la variable: Medios de comunicación*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	12

Fuente. Bd Datos del estudio piloto.

En la Tabla 8 de estadísticas de fiabilidad de la variable MEDIOS DE COMUNICACIÓN, se aplicó a la prueba piloto a 12 estudiantes, se puede observar que el coeficiente de confiabilidad, según el Alfa de Cronbach, es de 0,841 equivalente a un criterio de BUENO según su confiabilidad; esto quiere decir que, se puede continuar con la investigación.

3.6. Técnicas de procesamiento de datos:

Para realizar el llenado de encuestas, se usó el Google Formularios para que los alumnos puedan acceder a la encuesta; además, del uso del programa Excel que se usó para realizar los gráficos y el programa de SPSS 26 para los cuadros estadísticos.

Para ello, se realizó un análisis estadístico-descriptivo, dado que se formularon los cuadros y las tablas de frecuencia que se explicaron detalladamente; asimismo, se procesó los datos mediante la estadística inferencial para determinar los hallazgos de la prueba de normalidad y aplicar la fórmula adecuada.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación:

La encuesta fue aplicada a través del Google Forms, lo que facilitó un procesamiento ágil y eficiente de la base de datos; posteriormente, los resultados se analizaron utilizando el programa SPSS v. 26.

Se empleó un procedimiento estadístico-descriptivo para procesar los datos y formular los resultados; primero se presentaron los análisis descriptivos y luego los inferenciales, para así determinar si existe una correlación entre las variables o, si en todo caso, no la hay; siendo así que se analizó por cada objetivo, desde el general hasta los específicos.

4.1.1. *Objetivo general:*

Determinar la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Tabla 9:

Frecuencia y porcentaje de la variable Expresiones culturales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	1	2.7	2.7	2.7
	REGULAR	8	21.6	21.6	24.3
	BUENO	28	75.7	75.7	100.0
Total		37	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en software IBM SPSS, versión 26

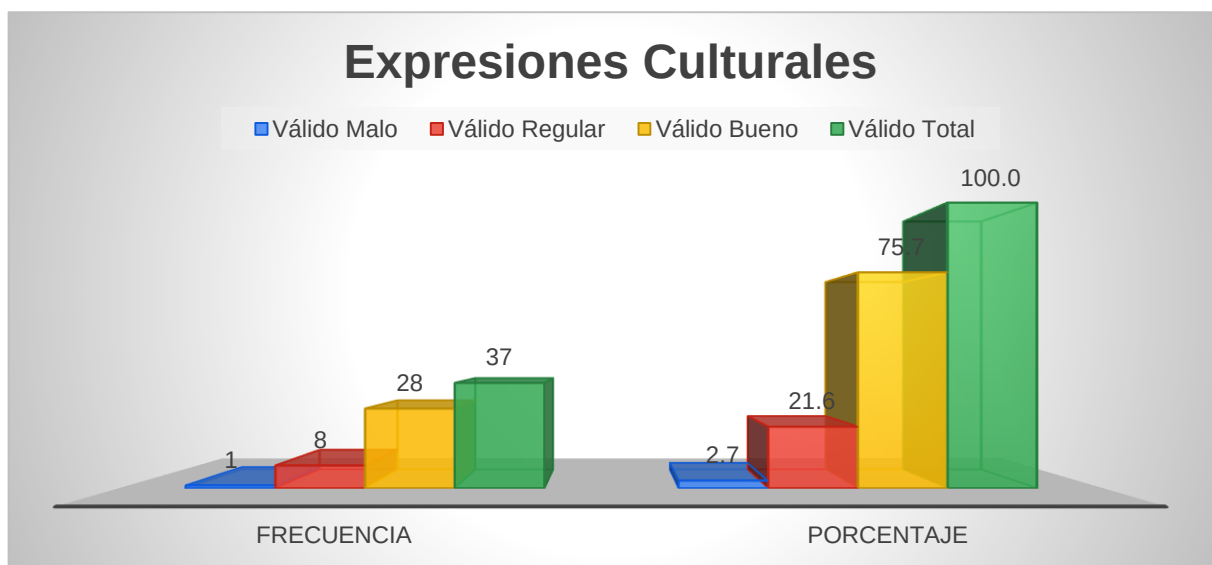
En la tabla 9, correspondiente a la variable Expresiones culturales, se observa que de los 37 estudiantes evaluados; 28 de ellos, que representan el 75.7%, se ubican en el nivel

BUENO; mientras que 8 estudiantes, equivalente al 21.6%, se sitúan en el nivel REGULAR; finalmente, solo 1 estudiante, es decir el 2.7%, fue clasificado en el nivel MALO.

Estos resultados permiten advertir que la mayoría de los estudiantes presenta una valoración favorable respecto a las expresiones culturales; en ese sentido, existe una base sólida de reconocimiento e identificación cultural dentro del grupo analizado; por lo tanto, en relación con el objetivo general, este panorama descriptivo evidencia que los estudiantes poseen una percepción mayoritariamente positiva sobre las manifestaciones culturales, lo cual constituye un punto de partida relevante para analizar cómo estas se articulan posteriormente con los medios de comunicación; es decir, el alto porcentaje en nivel BUENO sugiere que el grupo no parte de una indiferencia cultural, sino de una disposición favorable hacia la cultura.

Figura 2:

Frecuencia y porcentaje de la variable: Expresiones culturales



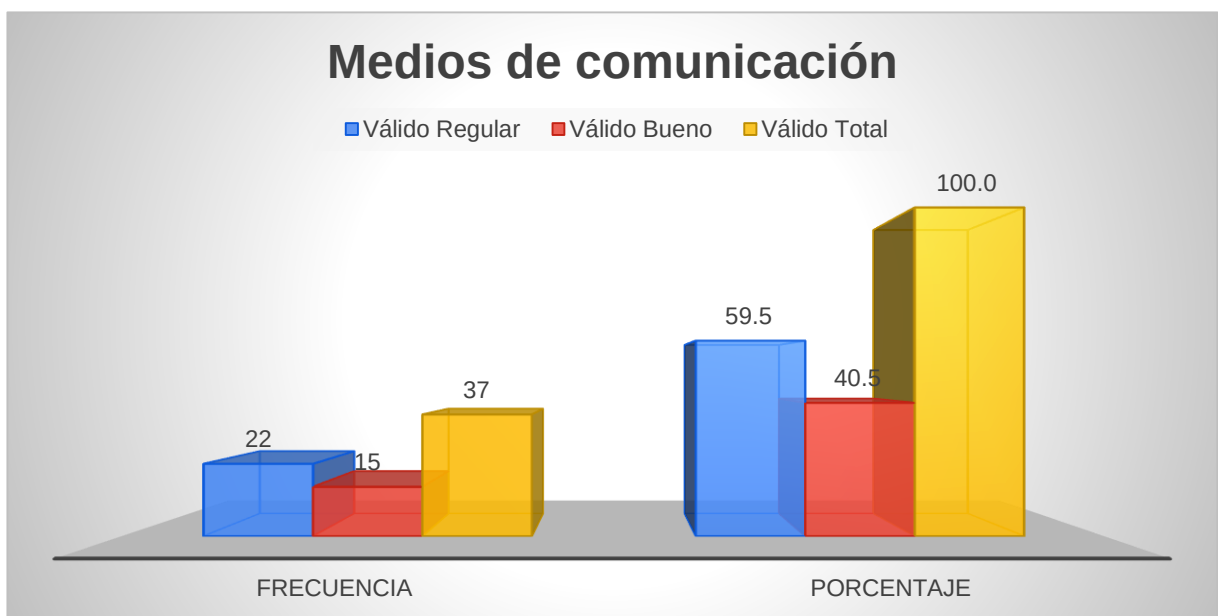
Fuente: Elaboración propia

Tabla 10:*Frecuencia y porcentaje de la segunda variable Medios de comunicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	22	59.5	59.5	59.5
	BUENO	15	40.5	40.5	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en software IBM SPSS, versión 26

En la tabla 10, referida a la variable Medios de comunicación, se identificó que, de 37 participantes, el 59.5% (n = 22) se ubicó en el nivel REGULAR y el 40.5% (n = 15) alcanzó el nivel BUENO, no se registraron casos en el nivel MALO; estos resultados indicaron que los medios de comunicación fueron percibidos mayoritariamente en un nivel intermedio dentro del grupo estudiado; en ese sentido, aunque existe una valoración positiva considerable, predominó una apreciación regular respecto a su desempeño; en relación con el objetivo general, estos hallazgos descriptivos evidenciaron que los medios mantuvieron presencia y reconocimiento en el entorno universitario, pero sin consolidarse plenamente como agentes culturales altamente valorados, reflejándose así una percepción aceptable, aunque moderada, respecto a su rol en la promoción de las expresiones culturales.

Figura 3:*Frecuencia y porcentaje de la variable Medios de comunicación**Fuente:* Elaboración propia

4.1.2. *Objetivo específico 1:*

Identificar la relación de la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Tabla 11:

Frecuencia y porcentaje de la dimensión Difusión del folclor

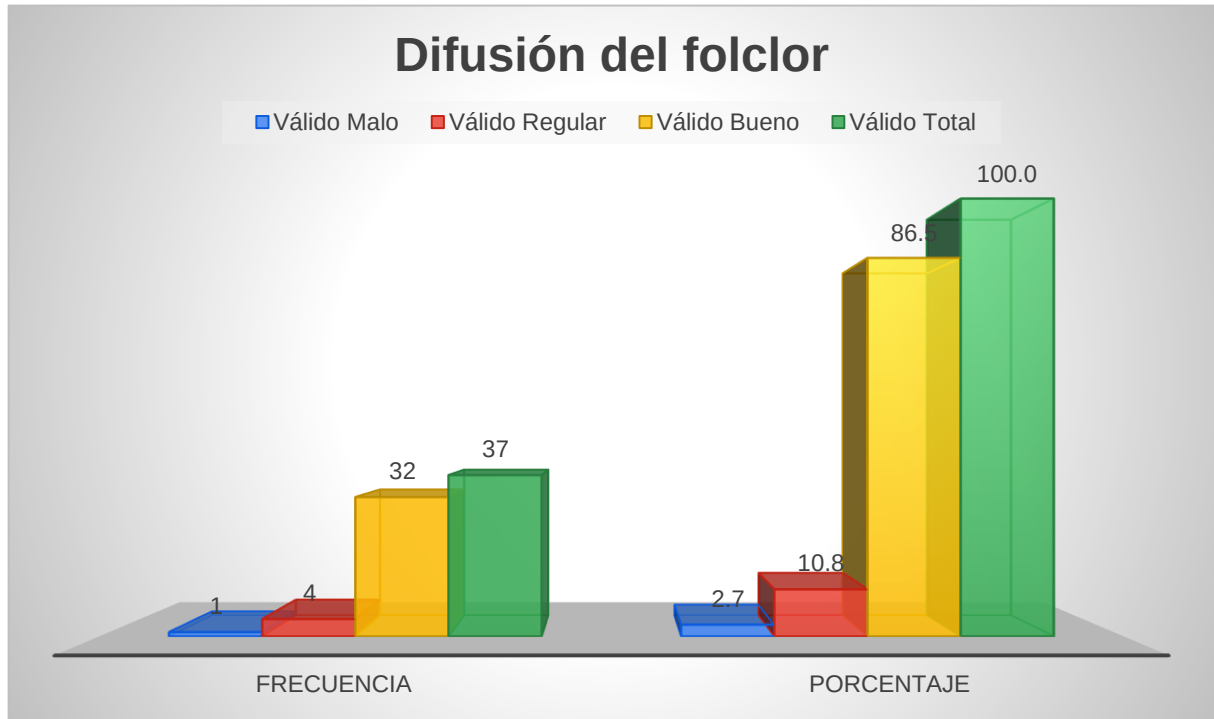
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	1	2.7	2.7	2.7
	REGULAR	4	10.8	10.8	13.5
	BUENO	32	86.5	86.5	100.0
Total		37	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en software IBM SPSS, versión 26

En la tabla 11, referida a la dimensión Difusión del folclor, se identificó que, de 37 participantes, el 86.5% (n = 32) se ubicó en el nivel BUENO, el 10.8% (n = 4) se situó en el nivel REGULAR y el 2.7% (n = 1) fue clasificado en el nivel MALO; estos resultados indicaron que la mayoría de los estudiantes presentó una valoración altamente positiva respecto a la difusión del folclor; en ese sentido, se evidenció un reconocimiento significativo de esta manifestación cultural dentro del grupo estudiado; no obstante, aunque el nivel BUENO predominó ampliamente, la presencia de niveles REGULAR y MALO reflejó que no todos los participantes mantuvieron el mismo grado de valoración; en relación con el objetivo específico 1, estos hallazgos descriptivos mostraron que la difusión del folclor constituyó una dimensión cultural relevante en la percepción estudiantil, evidenciándose un fuerte arraigo y aceptación dentro del análisis de su vínculo con los medios de comunicación.

Figura 4:

Frecuencia y porcentaje de la dimensión Difusión del folclor



Fuente: Elaboración propia

4.1.3. *Objetivo específico 2:*

Identificar la relación de la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Tabla 12:

Frecuencia y porcentaje de la dimensión Tradiciones y costumbres

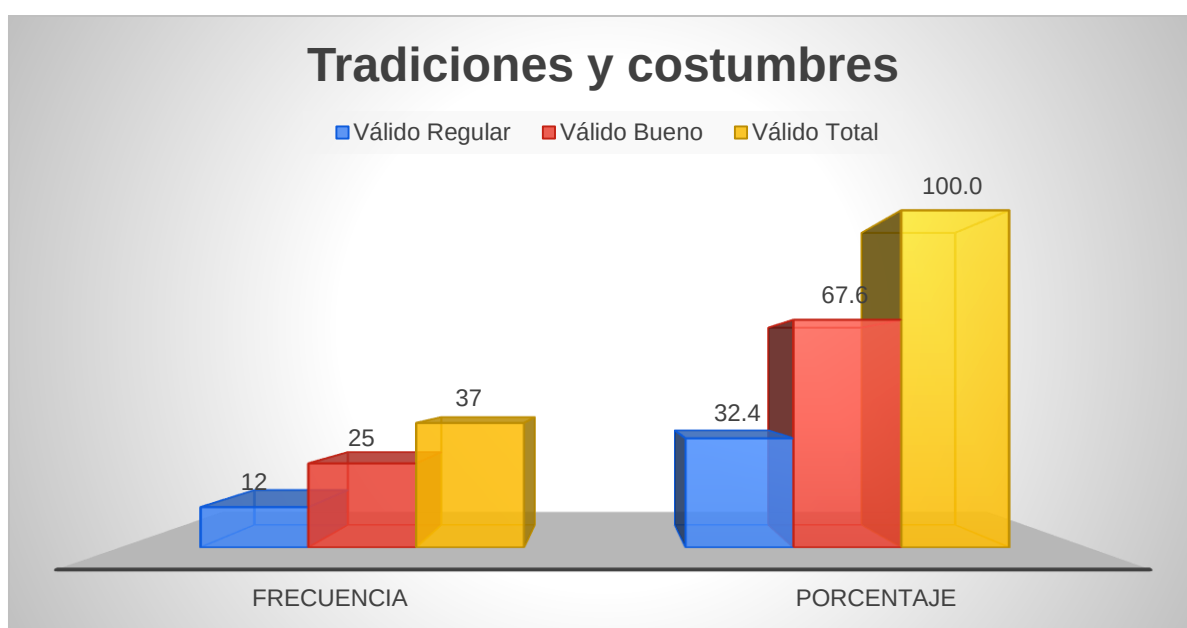
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	REGULAR	12	32.4	32.4	32.4
	BUENO	25	67.6	67.6	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en software IBM SPSS, versión 26

En la tabla 12, referida a la dimensión Tradiciones y costumbres, se identificó que, de 37 participantes, el 67.6% (n = 25) se ubicó en el nivel BUENO y el 32.4% (n = 12) se situó en el nivel REGULAR; no se registraron casos en el nivel MALO; estos resultados indicaron que la mayoría de los estudiantes presentó una valoración positiva respecto a las tradiciones y costumbres; en ese sentido, se evidenció que esta manifestación cultural mantuvo presencia significativa dentro del grupo estudiado; sin embargo, la proporción ubicada en nivel REGULAR reflejó que una parte considerable de los participantes mantuvo una percepción intermedia; en relación con el objetivo específico 2, estos hallazgos descriptivos mostraron que las tradiciones y costumbres constituyeron una dimensión cultural relevante en el análisis de su vínculo con los medios de comunicación, evidenciándose aceptación y reconocimiento dentro del entorno universitario.

Figura 5:

Frecuencia y porcentaje de la dimensión Tradiciones y costumbres



Fuente: Elaboración propia

4.1.4. *Objetivo específico 3:*

Identificar la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

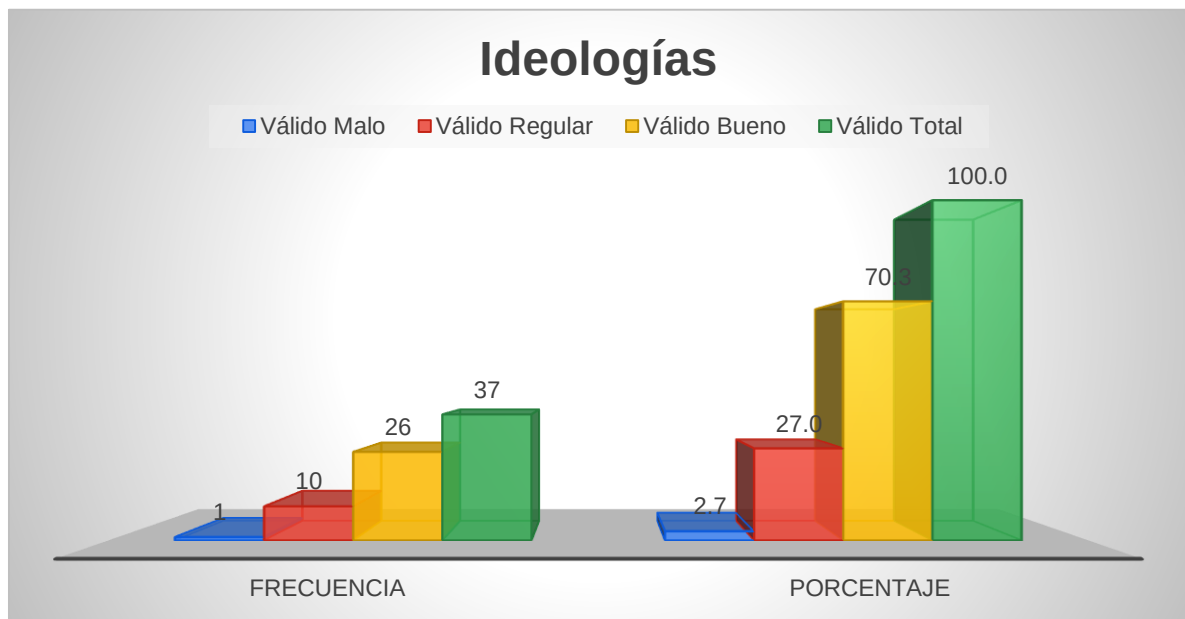
Tabla 13:

Frecuencia y porcentajes de la dimensión Ideologías

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MALO	1	2.7	2.7	2.7
Válido	REGULAR	10	27.0	27.0	29.7
	BUENO	26	70.3	70.3	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

Fuente: Elaborado en software IBM SPSS, versión 26

En la tabla 13, referida a la dimensión Ideologías, se identificó que, de 37 participantes, el 70.3% (n = 26) alcanzó el nivel BUENO, el 27.0% (n = 10) se ubicó en el nivel REGULAR y el 2.7% (n = 1) fue clasificado en el nivel MALO; estos resultados indicaron que la mayoría de los estudiantes presentó una valoración positiva respecto a la dimensión ideológica vinculada a las expresiones culturales; en ese sentido, se evidenció que las ideologías mantuvieron presencia dentro de la percepción estudiantil; sin embargo, la proporción ubicada en nivel REGULAR y MALO reflejó que no todos los participantes compartieron el mismo grado de valoración; en relación con el objetivo específico 3, estos hallazgos descriptivos mostraron que la dimensión ideológica constituyó un componente cultural significativo dentro del análisis de su vínculo con los medios de comunicación, evidenciándose reconocimiento pero también cierta heterogeneidad en la percepción del grupo.

Figura 6:*Frecuencia y porcentajes de la dimensión Ideologías**Fuente: Elaboración propia*

Estadística inferencial

Continuando con la prueba de hipótesis, se mostrará la prueba de normalidad Shapiro Wilk; puesto que, la muestra es menor a 50, este también se usa cuando la población tiene una distribución normal; después de ello se realizará la contrastación de hipótesis con el programa de SPSS 26.

4.2. Prueba de Normalidad:

La prueba de normalidad se usa para comprobar si los datos obtenidos a través de las encuestas tienen una distribución normal, se usan la pruebas paramétricas, o si no hay una distribución normal, se usan las pruebas no paramétricas. De igual manera, las pruebas que mayormente se usan son la Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov y la Prueba Shapiro-Wilk.

Sea n = Tamaño de la muestra

$n \leq 50$, se aplica Shapiro-Wilk

$n > 50$, se aplica Kolmogorov-Smirnov

En esta ocasión, la muestra estuvo conformada por 37 estudiantes del quinto ciclo de la Escuela Profesional de Periodismo, por lo que $n = 37$. En consecuencia, al tratarse de una muestra menor o igual a 50 participantes, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk para determinar la normalidad de los datos.

Tabla 14:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk

	Estadístico	gl	Sig.
EXPRESIONES CULTURALES	0.816	37	0.000
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	0.968	37	0.346

Fuente. IBM SPSS, versión 26.

En la tabla 14, se presentan los resultados del análisis estadístico donde se aplicó la prueba de Normalidad Shapiro-Wilk; puesto que, el número de encuestados evaluados es menor a 50; el valor de significancia para la variable EXPRESIONES CULTURALES es “ $p = 0.000$ ”, indicando así que los datos no siguen una distribución normal; a comparación, del caso de la segunda variable MEDIOS DE COMUNICACIÓN tiene el valor de significancia de “ $p = 0.346$ ”, demostrando así que hay una distribución normal.

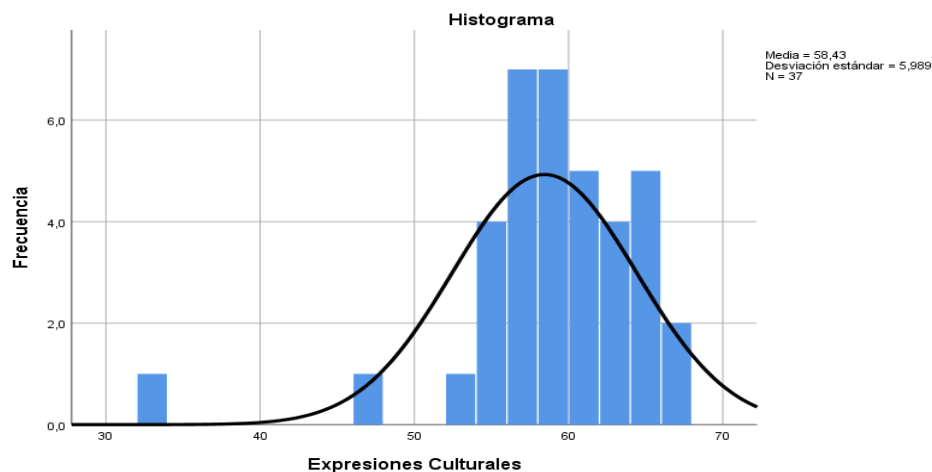
Sin embargo, como una de las variables no presenta una distribución normal, se sugiere usar una prueba no paramétrica; en este caso, se requiere usar un método no paramétrico aplicando la correlación de Rho de Spearman para la contrastación de hipótesis entre las variables EXPRESIONES CULTURALES y MEDIOS DE COMUNICACIÓN en los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Jesús María – 2023.

En otras palabras, para la variable EXPRESIONES CULTURALES, el valor de significancia es 0.000 (< 0.05), lo que indica que los datos no siguen una distribución normal; en cambio, para MEDIOS DE COMUNICACIÓN, el valor de significancia es 0.346 (> 0.05), por lo que no se rechaza la hipótesis nula de normalidad, es decir, esta variable sí presenta una distribución normal.

En la figura 7, se presenta el Histograma de la variable EXPRESIONES CULTURALES, este tiene una media de 58,43; con una desviación estándar de 5,989 y el número de población que es de 37 personas ($N = 37$).

Figura 7:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Histograma Expresiones

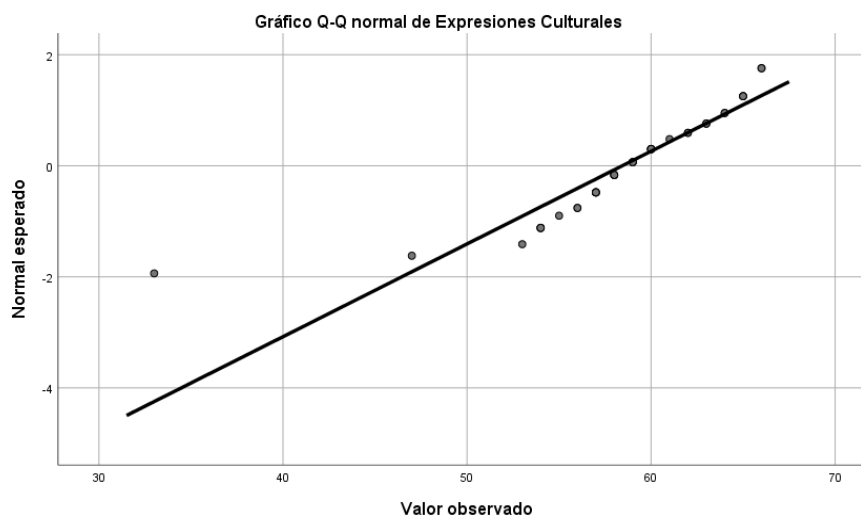


Fuente: Elaboración propia

En la figura 8, para determinar si verdaderamente existe una normalidad en los datos, se realizó el gráfico de Q-Q normal; en el cual demuestra que los puntos se desvían de la línea recta; lo cual revela que la información no sigue una distribución normal.

Figura 8:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Q-Q Expresiones



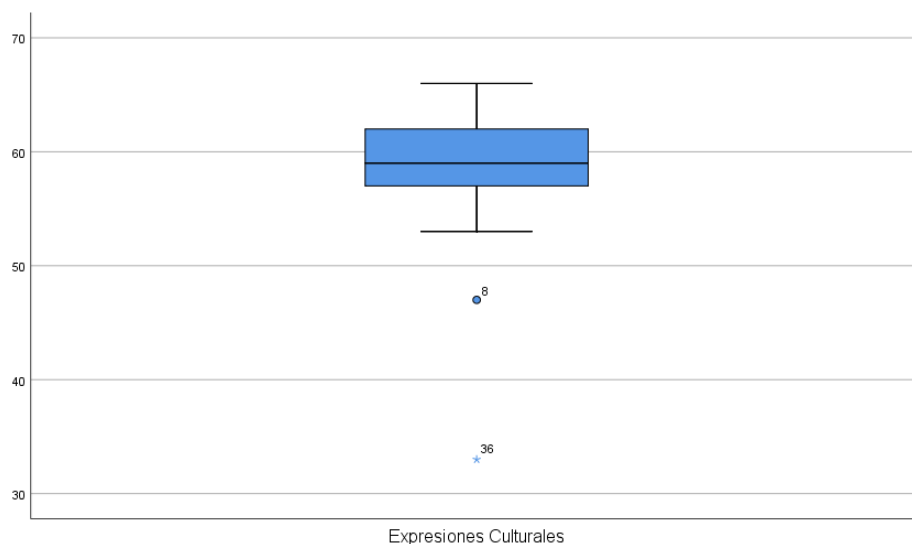
Fuente: Elaboración propia

En la figura 9, para corroborar los datos, se aplicó el gráfico de cajas, donde se observa una asimetría negativa ya que la mediana se encuentra ligeramente posicionado a la parte inferior de la caja; además, se encontraron dos valores atípicos que se ubican por debajo del rango normal; indicando así, que hay respuestas que se alejan del comportamiento general de los datos.

Siendo así que, el “8” representa a la persona número 8 del total de los encuestados, el punto simboliza que es un valor atípico, pero moderado; sin embargo, eso no ocurre con las respuestas del estudiante 36^{avo} quien representa el valor atípico más extremo de todas las respuestas; puesto que, su respuesta es la que tiene el menor valor de todos.

Figura 9:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Cajas Expresiones culturales

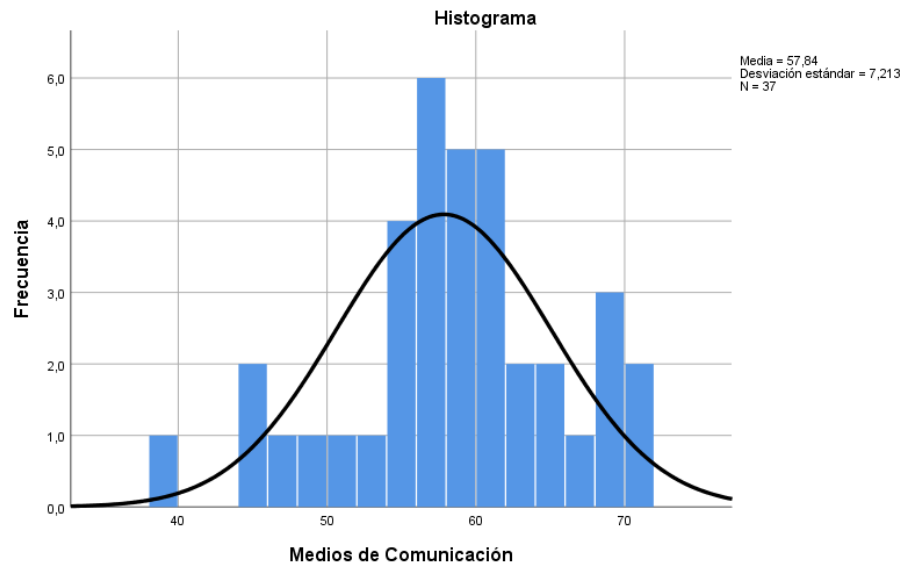


Fuente: Elaboración propia

En la Figura 10, según el Histograma de la segunda variable MEDIOS DE COMUNICACIÓN, este tiene una media de 57,84, menor al de las expresiones culturales, con una desviación estándar de 7,213 y el número de población que es de 37 personas.

Figura 10:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Histograma Medios de comunicación

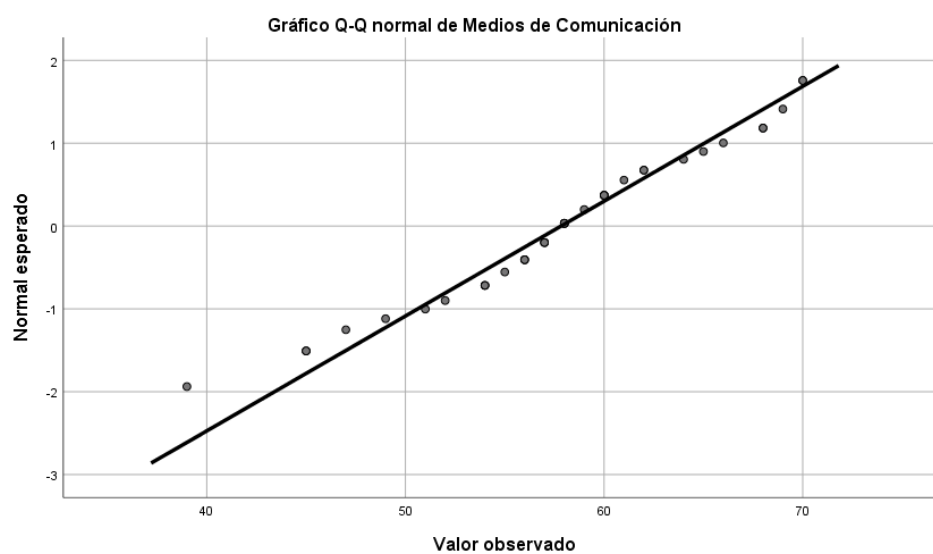


Fuente: Elaboración propia

En la figura 11, según el gráfico de Q-Q normal; demuestra que los puntos están más alineados de la línea recta; lo que indica que existe una normalidad en los datos.

Figura 11:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk - Gráfico de Q-Q Medios de comunicación



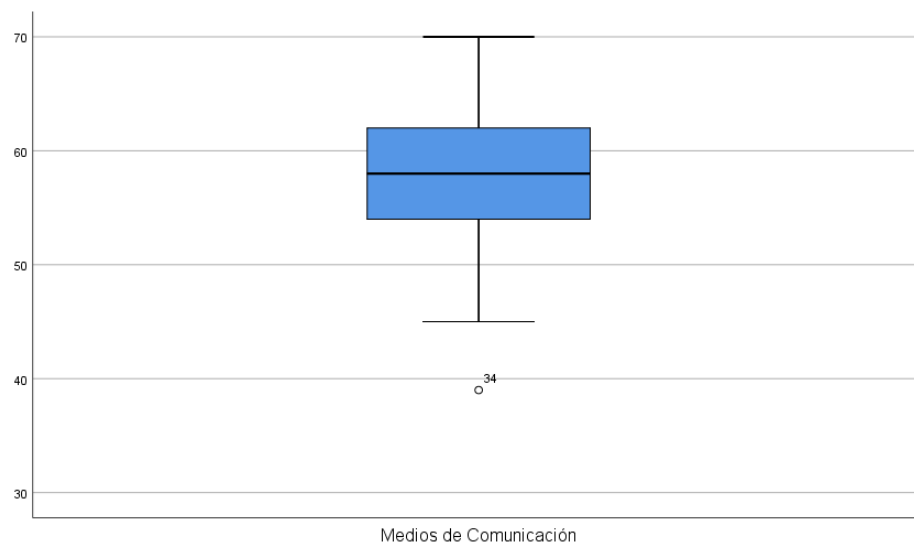
Fuente: Elaboración propia

En la figura 12, para reafirmar los datos, se aplicó el gráfico de cajas, donde se detecta una distribución más simétrica; puesto que, la mediana se encuentra cerca del centro de la caja, indicando que hay una leve tendencia hacia la normalidad; sin embargo, se observaron un valor atípico del caso 34 que se encuentra por debajo del rango.

Siendo así que, el “34” representa a la persona número 34 de los estudiantes, el punto sin pintar simboliza que es un valor atípico, pero que no tiene gran impacto dentro de este mismo concluyendo que no afecta significativamente la normalidad de los datos.

Figura 12:

Prueba de Normalidad Shapiro Wilk – Gráfico de Cajas Medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia

Contrastación de las Hipótesis:

La evaluación de las hipótesis se realizó tomando en cuenta los niveles de significancia y el coeficiente que mide la intensidad de la relación.

Niveles de significación:

SIG = p valor < 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula

SIG = p valor > 0.05 entonces se acepta la hipótesis alternativa

Tabla 15:*Grado de relación según coeficiente de correlacional*

Rango	Relación
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente. Hernández et al., (2014).**4.3. Contrastación de las hipótesis:****Prueba de hipótesis**

Para poder hallar la validez o la comprobación de los procesos estadísticos, se validará mediante la prueba de hipótesis; en otras palabras, esto permite analizar y decidir con base en los cuadros estadísticos (Pérez y Merino, 2024).

Niveles de significación:

SIG = p valor < 0,05 entonces se rechaza la hipótesis nula.

SIG = p valor > 0.05 entonces se acepta la hipótesis alternativa.

Hipótesis general

H0: No existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

H1: Existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Tabla 16:

Correlación entre las expresiones culturales y los medios de comunicación

EXPRESIONES CULTURALES		
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Rho de Spearman	,400*
	Sig. (bilateral)	0.014
	N	37
EXPRESIONES CULTURALES	Rho de Spearman	1.000
	Sig. (bilateral)	
	N	37

Fuente. IBM SPSS, versión 26.

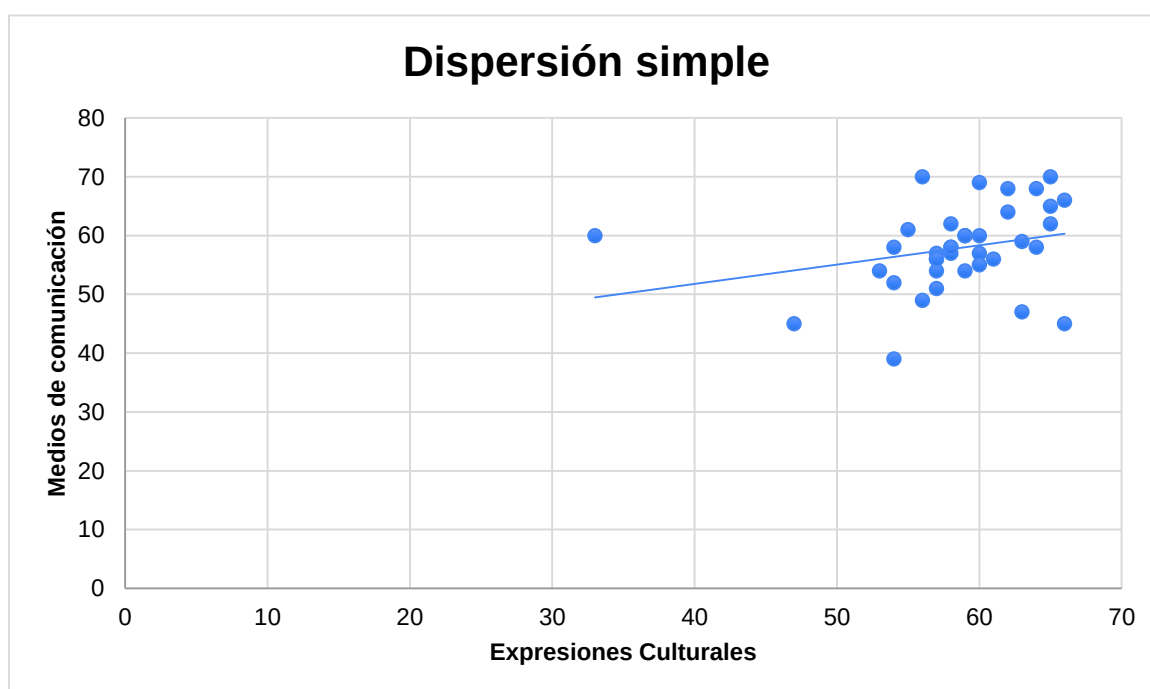
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Se puede observar en la tabla 16, que la correlación entre las expresiones culturales y los medios de comunicación tienen una correlación positiva moderada; toda vez que el valor de Sig (bilateral) o p – valor, tiene una estimación 0.014, es menor al coeficiente 0,05, quiere decir que hay una relación estadísticamente significativa entre ambas variables. Es por ello, que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) “Existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”.

De igual manera, esto se puede visibilizar en la figura 13 de dispersión simple desarrollado mediante el programa de SPSS 26, en que se revela la clara existencia de una correlación positiva moderada.

Figura 13:

Diagrama de dispersión en la correlación de los puntajes alcanzados entre las variables expresiones culturales y los medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia

Contrastación de las Hipótesis:

Hipótesis específicas 01:

H0: No existe una relación directa entre la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

H1: Existe una relación directa entre la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Hipótesis específicas 02

H0: No existe una relación directa significativa entre la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

H1: Existe una relación directa significativa entre la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

Hipótesis específicas 03

H0: No existe una relación directa significativa entre la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

H1: Existe una relación directa significativa entre la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.

En la tabla 20, se muestran los hallazgos de la correlación de Spearman entre tres dimensiones de las expresiones culturales y la variable medios de comunicación, con una muestra de 37 participantes.

Tabla 17:

Relación entre las dimensiones de las expresiones culturales y los medios de comunicación se relaciona significativamente

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		
DIFUSIÓN DEL FOLCLOR	Rho de Spearman	-0.072
	Sig. (bilateral)	0.671
	N	37
TRADICIONES Y COSTUMBRES	Rho de Spearman	.504**
	Sig. (bilateral)	0.001
	N	37
IDEOLOGÍAS	Rho de Spearman	0.279
	Sig. (bilateral)	0.095
	N	37

Fuente. IBM SPSS, versión 26.

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

En la tabla 17, respecto a la hipótesis específica 01, se evidencia que la correlación de Rho de Spearman es de -0.072, esto indica que tiene una correlación negativa muy baja, con un valor de Significancia de 0.671, existe una correlación negativa muy baja y no significativa; se acepta H0: “No existe una relación directa entre la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025” y se rechaza H1.

A comparación de la hipótesis específica 02, se evidencia que la correlación de Rho de Spearman es de 0.504, lo que indica una correlación positiva moderada, con un valor de Significancia o p-valor 0.001, siendo así menor a 0.01, esto demuestra que hay una correlación positiva moderada y significativa; es por ello, que se rechaza H0 y se acepta H1 “Existe una relación directa significativa entre la representación de las tradiciones y costumbres con los

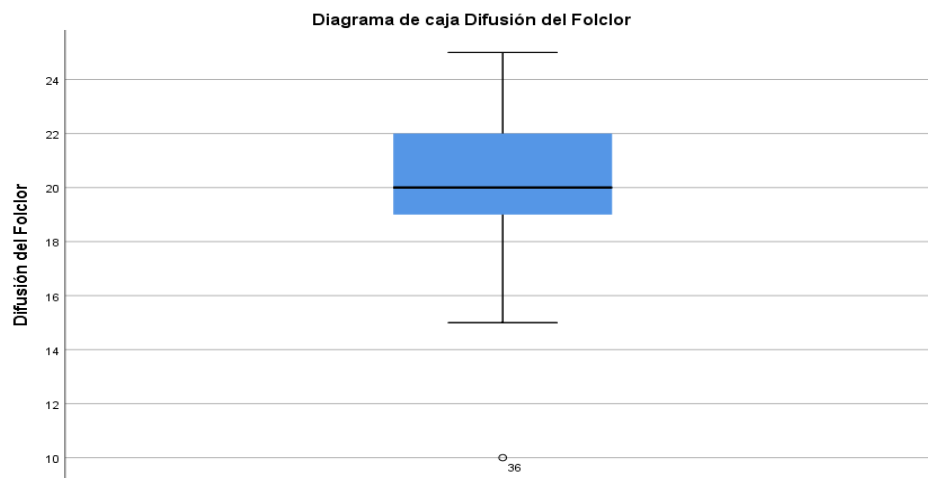
medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”.

Mientras que, en el caso de la hipótesis específica 03, se muestra que la correlación de Rho de Spearman es de 0.279, señalando así que existe una correlación positiva débil, con un valor de Significancia o p-valor de 0.095, siendo mayor a 0.05 quiere decir que no hay significancia; es por ello que se acepta H_0 “No existe una relación directa significativa entre la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”.

Se puede concluir que, de las 3 dimensiones analizadas, la única dimensión “Tradiciones y costumbres” presenta una correlación positiva moderada y significativa en relación a los medios de comunicación, demostrando así que existe una relación directa, donde se acepta H_1 ; a comparación de las dimensiones “Difusión del folclor” e “Ideologías” donde no hay una correlación significativa y se acepta H_0 .

Además de ello, se elaboró los Diagramas de Cajas para describir cómo están distribuidos los datos dentro de la dimensión, permitiendo así observar la dispersión de datos y mostrar si existen o no valores atípicos de cada dimensión.

Según la figura 14, se aplicó el diagrama de cajas para la dimensión “Difusión del folclor”, se detecta una distribución relativamente simétrica; en esta ocasión, la mayoría de los datos se concentran dentro de los valores 19 y 22, siendo así que la mediana se encuentra ubicada en 20; no obstante, se encontró un dato por debajo del rango que es el número 36, este resulta ser un valor atípico, pero que no representa evidencia significativa dentro de la investigación.

Figura 14:*Gráfico de Cajas: Difusión del Folclor**Fuente: Elaboración propia*

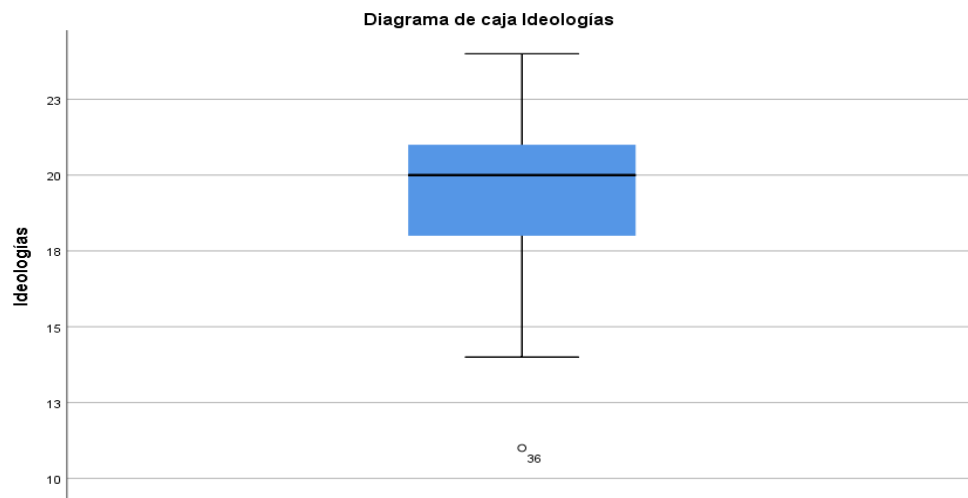
Según la figura 15, se desarrolló el gráfico de cajas para la dimensión “Tradiciones y costumbres”, en este diagrama se observa una distribución casi simétrica; la caja se encuentra ubicada dentro de los valores 18 y 20; no obstante, se hace presente cuatro valores atípicos, de los cuáles dos se encuentran en la parte superior, siendo los valores 20 y 31 que están por encima del rango intercuartílico; a comparación de los casos 8 y 36 que se encuentran por debajo del rango; a pesar de todo, la distribución se mantiene estable con la mediana centrada.

Figura 15:*Gráfico de Cajas: Tradiciones y costumbres**Fuente: Elaboración propia*

Según la figura 16, se aplicó el diagrama de cajas para la dimensión “Ideologías”, el gráfico demuestra una distribución ligeramente simétrica, donde la mayoría de los datos se agrupan entre los valores 18 y 22, donde la mediana se encuentra en el valor de 20; sin embargo, se observa un valor atípico bajo que es el número 36 que se encuentra por debajo del rango intercuartílico.

Figura 16:

Gráfico de Cajas: Ideologías



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

El objetivo de esta investigación es determinar si existe una relación directa y significativa entre la primera variable, expresiones culturales, y la segunda variable, medios de comunicación, mediante un estudio correlacional de enfoque cuantitativo; en el capítulo anterior se presentaron los resultados del instrumento aplicado, los cuales permitieron analizar el comportamiento de las variables, sus dimensiones y el impacto en los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza entre marzo y junio del 2025; los hallazgos demostraron que en la Prueba de Normalidad, “Expresiones culturales” obtuvo un p – valor de 0.000 indicando que no sigue una distribución normal; mientras que, “Medios de comunicación” sí tiene una distribución normal ya que obtuvo un p – valor de 0.346; es por ello que se realizó la prueba de Spearman, respecto a la Hipótesis General se consiguió un p -valor de 0.014 demostrando que tiene una relación significativa; por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa que afirma: “Existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.”; mientras que, la Hipótesis Específica 1 alcanzó un p -valor de -0.072 teniendo una correlación negativa muy baja; en cambio, la Hipótesis Específica 2 logró un p -valor de 0.504; a comparación de, la Hipótesis Específica 3 que consiguió un p -valor de 0.279.

Cabe resaltar que las expresiones culturales deben visibilizarse con mayor fuerza en los medios de comunicación ya que su presencia fortalece tanto los conocimientos como la identidad cultural en los jóvenes universitarios de la Universidad Jaime Bausate y Meza, por ende, a la misma sociedad; para sustentar esta premisa, los resultados de esta investigación fueron contrastados con antecedentes nacionales e internacionales referentes a las variables de estudio, expresiones culturales y medios de comunicación, lo que permitió examinar las convergencias y divergencias entre los hallazgos previos y los datos actuales.

Respecto al objetivo general, el cual consistió en determinar la relación entre las expresiones culturales y los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, los resultados obtenidos mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman evidenciaron la existencia de una relación positiva moderada y

significativa ($Rho = 0.400$; $p = 0.014$), lo que permitió rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1), ubicándose esta asociación dentro de una correlación positiva moderada según la tabla de interpretación correspondiente; ello indica que, si bien la relación no es alta, sí resulta estadísticamente relevante y consistente dentro del grupo estudiado; este comportamiento podría explicarse por la constante exposición de los estudiantes a contenidos mediáticos que incluyen manifestaciones culturales, tales como tradiciones, costumbres, expresiones artísticas o discursos identitarios, los cuales influyen en la forma en que estas expresiones son percibidas, valoradas e incluso reinterpretadas dentro del entorno universitario; además, factores como el consumo de redes sociales, la preferencia por determinados formatos informativos o el nivel de interés cultural pueden modular esta relación, lo que sugiere la necesidad de investigaciones posteriores que incorporen variables como alfabetización mediática o participación cultural activa.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Changana (2023), quien concluyó que las manifestaciones culturales guardan una relación significativa con la construcción de identidad en estudiantes, demostrando que las expresiones culturales no operan de manera aislada, sino que se fortalecen en interacción con dinámicas sociales contemporáneas; de igual forma, Arután (2020) sostiene que los medios digitales influyen en la forma en que las expresiones culturales son representadas y resignificadas dentro del espacio social, lo que se relaciona directamente con la correlación encontrada en esta investigación, ya que los estudiantes no solo reciben contenidos culturales, sino que los interpretan dentro de un ecosistema mediático activo; asimismo, Paza (2022) evidenció que la integración de prácticas culturales en entornos formativos fortalece el sentido de pertenencia, lo cual se articula con los resultados obtenidos, donde la relación entre cultura y medios aparece como un proceso dinámico y no meramente informativo; debido a esta correlación positiva moderada y significativa entre ambas variables, los resultados se respaldan a través de la teoría de la representación de Stuart Hall, la cual plantea que los medios no reflejan la realidad de manera neutra, sino que construyen significados a través de discursos, imágenes y narrativas que influyen en la percepción social, explicación coherente con el comportamiento estadístico hallado, pues demuestra que la manera en que los medios representan las expresiones culturales incide en la forma en que los estudiantes las comprenden y valoran.

Respecto al objetivo específico 1, el cual consistió en determinar la relación entre la difusión del folclor y los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo de la

Universidad Jaime Bausate y Meza, los resultados obtenidos mediante el coeficiente Rho de Spearman arrojaron un valor de -0.072 con un nivel de significancia de 0.671, lo que indicó que no existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables, por lo que no se pudo rechazar la hipótesis nula (H_0); esta correlación negativa muy baja demuestra que, en el grupo estudiado, la presencia mediática del folclor no incide directamente en la percepción estudiantil, lo que podría explicarse por una limitada exposición a contenidos folklóricos en medios masivos o por una preferencia generacional hacia expresiones culturales contemporáneas; asimismo, es posible que el folclor se preserve más a través de prácticas familiares o comunitarias que mediante la influencia mediática, lo que reduce la intensidad de la asociación encontrada.

Este resultado presenta diferencias con lo señalado por Poves (2022), quien evidenció que la visibilización pública de manifestaciones culturales fortalece su permanencia social, así como con Paza (2022), quien concluyó que la incorporación activa de expresiones culturales dentro de espacios formativos refuerza la identidad cultural; no obstante, en el contexto universitario analizado, el folclor no muestra una dependencia directa del consumo mediático, lo cual también puede entenderse desde lo planteado por García (2019) al desarrollar la teoría del imaginario social de Castoriadis, ya que las expresiones culturales pueden sostenerse desde la construcción colectiva y la tradición histórica sin requerir necesariamente una fuerte mediación comunicativa; por ello, aunque el resultado no fue significativo, permite reflexionar sobre los distintos mecanismos de transmisión cultural más allá de los medios.

En el caso del objetivo específico 2, orientado a analizar la relación entre tradiciones y costumbres y los medios de comunicación, el análisis estadístico arrojó un coeficiente Rho de Spearman de 0.504 con un nivel de significancia de 0.001, lo que permitió rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la alternativa (H_1), evidenciándose una correlación positiva moderada; esto indica que las tradiciones y costumbres sí guardan una relación significativa con la forma en que los estudiantes perciben los contenidos mediáticos, lo que podría explicarse por la constante representación de prácticas culturales en programas televisivos, plataformas digitales o redes sociales, donde dichas tradiciones adquieren visibilidad y resignificación; la magnitud moderada sugiere que los medios influyen de manera perceptible en la valoración cultural, aunque no de forma absoluta.

Este hallazgo coincide con lo expuesto por Changana (2023), quien demostró que las manifestaciones culturales regionales se relacionan significativamente con la identidad estudiantil, así como con Coronado (2021), quien advirtió que la pérdida o debilitamiento cultural puede vincularse a dinámicas sociales contemporáneas donde los medios desempeñan un rol influyente; asimismo, Arután (2020) sostiene que los espacios digitales permiten reinterpretar las expresiones culturales, reforzando o transformando su significado; estos resultados se respaldan en la teoría del cultivo de Gerbner, la cual plantea que la exposición constante a determinados contenidos mediáticos influye en la percepción social a largo plazo, explicación coherente con la asociación moderada encontrada entre tradiciones, costumbres y medios en la muestra analizada.

Finalmente, respecto al objetivo específico 3, que buscó determinar la relación entre ideologías y medios de comunicación, el análisis estadístico mostró un coeficiente Rho de Spearman de 0.279 con una significancia de 0.095, lo que indicó que no existe una relación estadísticamente significativa, por lo que no se rechazó la hipótesis nula (H_0); aunque el valor muestra una correlación positiva débil, esta no alcanza el nivel requerido para considerarse significativa, lo que sugiere que las ideologías de los estudiantes no dependen directamente de la influencia mediática en el contexto evaluado; este resultado podría explicarse por la presencia de múltiples fuentes de formación ideológica, tales como el entorno familiar, el ámbito académico o la experiencia social directa.

Este comportamiento difiere parcialmente de lo señalado por Gómez et al. (2021), quienes identificaron que los procesos sociales pueden influir en la construcción identitaria juvenil, así como de Suárez (2023), quien sostuvo que factores sociales y comunicativos inciden en la percepción cultural; sin embargo, en la muestra estudiada, la influencia mediática no se presenta como determinante en la construcción ideológica; esta situación puede comprenderse desde la teoría de la mediación de Silverstone, la cual sostiene que los sujetos no son receptores pasivos, sino que interpretan y negocian los mensajes según su propio contexto social y cultural, lo que explicaría por qué la correlación encontrada no alcanzó significancia estadística.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones:

6.1.1. Respecto al objetivo general; se concluye que existe una relación significativa entre las expresiones culturales y los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo; en ese sentido, se evidencia que ambas variables mantienen una conexión dentro del entorno universitario, lo que demuestra que los medios influyen en la forma en que los estudiantes perciben y valoran determinadas manifestaciones culturales; asimismo, aunque la intensidad de esta relación no es elevada, sí resulta consistente dentro del grupo analizado; por lo tanto, se reconoce que los medios participan en la dinámica cultural estudiantil, contribuyendo a la visibilización y circulación de expresiones culturales.

6.1.2. Respecto al primer objetivo específico sobre la Difusión del folclor, se concluye que no existe una relación significativa con los medios de comunicación; por consiguiente, se infiere que la valoración del folclor por parte de los estudiantes no depende directamente de la exposición mediática, sino que podría sostenerse principalmente a través de mecanismos tradicionales de transmisión cultural; además, aunque esta dimensión presenta reconocimiento positivo dentro del grupo, su vínculo con la dinámica comunicativa contemporánea resulta limitado; en consecuencia, el folclor mantiene su presencia más desde la experiencia social y comunitaria que desde la influencia mediática directa.

6.1.3. Respecto al segundo objetivo específico sobre las Tradiciones y costumbres, se concluye que sí existe una relación significativa con los medios de comunicación; en ese marco, se evidencia que esta dimensión cultural presenta mayor articulación con los contenidos difundidos en plataformas mediáticas, lo cual favorece su reconocimiento y permanencia simbólica dentro del entorno estudiantil; asimismo, se identifica que los medios contribuyen a reforzar la visibilidad de prácticas tradicionales, influyendo en la percepción que los estudiantes construyen sobre ellas; por ello, las tradiciones y costumbres se posicionan como la dimensión con mayor interacción dentro de la dinámica mediática analizada.

6.1.4. Respecto al tercer objetivo específico sobre la dimensión de Ideologías, se concluye que no se encontró una relación significativa con los medios de comunicación; por ende, se interpreta que la construcción ideológica de los estudiantes no depende de manera directa del consumo mediático, sino que responde a factores múltiples, tales como la formación académica, el entorno social y las experiencias personales; además, aunque los medios puedan ofrecer marcos interpretativos, estos no se posicionan como determinantes en la configuración ideológica dentro del grupo estudiado; en consecuencia, la influencia mediática en esta dimensión resulta limitada frente a otros agentes formativos presentes en la vida universitaria.

6.2. Recomendaciones:

6.2.1. Respecto al objetivo general, se recomienda que la universidad fortalezca de manera sostenida la articulación entre expresiones culturales y medios de comunicación, promoviendo proyectos académicos que integren producción mediática con identidad cultural estudiantil; en ese sentido, podrían desarrollarse contenidos radiales, audiovisuales o digitales que reflejen la diversidad cultural presente en la comunidad universitaria, incentivando la participación activa de los estudiantes en su creación; asimismo, resulta pertinente incorporar espacios formativos orientados al análisis crítico del consumo mediático, permitiendo que los futuros comunicadores comprendan cómo se construyen y representan simbólicamente las expresiones culturales; de igual manera, se sugiere consolidar alianzas estratégicas con instituciones culturales, colectivos artísticos y medios locales, a fin de ampliar la proyección cultural de la universidad y garantizar representaciones más responsables y contextualizadas.

6.2.2. En relación con el objetivo específico 1, se recomienda impulsar estrategias que permitan una mayor integración de esta manifestación cultural en los contenidos mediáticos, tanto universitarios como locales; para ello, podrían implementarse microprogramas culturales, cápsulas audiovisuales o espacios digitales dedicados a la promoción de música, danzas y prácticas tradicionales desde una perspectiva actual y pedagógica; asimismo, resulta conveniente fomentar la participación de gestores culturales y representantes comunitarios en la producción de estos contenidos, evitando enfoques reduccionistas o meramente decorativos; además, se sugiere que las iniciativas culturales sean evaluadas periódicamente mediante instrumentos de retroalimentación estudiantil, con el propósito de ajustar las propuestas según el interés y la pertinencia percibida por la audiencia joven.

6.2.3. En relación con el objetivo específico 2, se recomienda potenciar este vínculo mediante campañas transmediáticas que integren distintos formatos comunicativos, permitiendo que estas prácticas sean difundidas de forma continua y adaptada a los lenguajes juveniles; en ese marco, podrían desarrollarse proyectos colaborativos donde los estudiantes registren testimonios familiares, experiencias comunitarias o celebraciones tradicionales, generando una narrativa cultural colectiva que fortalezca la identidad; asimismo, se sugiere que los medios eviten enfoques nostálgicos o estereotipados, optando por mostrar cómo las tradiciones se resignifican en contextos contemporáneos; de igual manera, las facultades vinculadas a comunicación podrían promover investigaciones aplicadas que articulen producción mediática con rigor académico y sensibilidad cultural.

6.2.4. En relación con el objetivo específico 3, se recomienda promover contenidos mediáticos que fomenten el análisis reflexivo sobre identidad, diversidad cultural y construcción simbólica, incorporando formatos participativos que permitan el diálogo y la confrontación de perspectivas; asimismo, resulta pertinente implementar talleres universitarios donde los estudiantes examinen críticamente cómo los medios representan discursos ideológicos y, a su vez, produzcan propuestas comunicativas propias desde una mirada ética y plural; además, se sugiere fortalecer la formación en diversidad cultural y responsabilidad comunicativa dentro de la malla curricular, asegurando que los futuros profesionales comprendan la complejidad de estas temáticas; finalmente, se recomienda incentivar espacios donde periodistas y comunicadores puedan proponer contenidos culturales con mayor libertad creativa, especialmente en medios independientes o comunitarios, ampliando así la pluralidad de voces dentro del ecosistema mediático.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amariles, D., Solarte, J. & Orozco, Y. (2023). *La identidad cultural mediante el uso de la lúdica en el grado primero en la I.E. de la sede el Carmen Municipio de Santo Tomas*. [Tesis de Maestría] Fundación Universitaria Los Libertadores. <https://repository.libertadores.edu.co/items/028540c1-0aea-4819-8b52-3f3fc218a9b9>
- Alvarado, A. (2020). Manifestaciones culturales de las comunidades autóctonas del oriente ecuatoriano y su desarrollo en el turismo comunitario. [Tesis de Licenciatura] Universidad UNIANDES. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/13864>
- Andino, E. (2020). Investigar las tradiciones y costumbres de los pueblos es aprender de la sabiduría originaria. *Raíces: Revista De Ciencias Sociales Y Políticas*, 4(7), 6. <https://doi.org/10.5377/raices.v3i7.9678>
(<https://revistas.unan.edu.ni/index.php/Raices/es/article/view/1107>)
- Appadurai, A., Sen, A., García, N., Reygadas, L., Nivón, E. & De Oliveira, J. (2014). Diversidad cultural, desarrollo y cohesión social. Ministerio de Cultura, 16–20. <https://centroderecursos.cultura.pe/sites/default/files/rb/pdf/Diversidadculturaldesarrolloycohesionsocial.pdf>
- Aracena, C. (2021). Diversidad cultural: análisis de su atención pedagógica en la práctica educativa en la primera infancia. *Revista Realidad Educativa*. 1(1). <https://doi.org/10.38123/rre.v1i1.90>
- Arutan, A. (2020). Manifestaciones culturales de las comunidades autóctonas del oriente ecuatoriano y su desarrollo en el turismo comunitario. [Tesis de Licenciatura] Universidad Regional Autónoma de los Andes. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/13864>
- Baldeón, M. (2019). El impacto de los medios de comunicación en el desarrollo de la identidad cultural peruana de universitarios, Lima 2019. [Tesis de Grado] Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/232>

- BBVA. (19 de mayo de 2025). La diversidad cultural y su relevancia en la sociedad actual. BBVA. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-diversidad-cultural-y-que-importancia-tiene-en-nuestros-dias/>
- Beltrán, F. (08 de agosto de 2022). Folklore: ¿qué es y por qué es tan importante? Berlitz. <https://www.berlitz.com/es-co/blog/folklore-que-es>
- Berger, P. & Luckman, T. (2003). La sociedad como realidad objetiva. En Amorrotu Editores (Ed.), Argentina: La construcción social de la realidad, 104 -109. Amorrotu Editores. <https://zoonpolitikonmx.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/09/la-construccic3b3n-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>
- Botero, N. (2012). La teoría de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: una relación simbiótica. ANAGRAMAS. Rumbos y sentidos de la comunicación, 11(21), 133–142. <https://doi.org/10.22395/angr.v11n21a8>
- Cadillo, J. (2021). Identidad cultural y los medios de comunicación en estudiantes del quinto grado de educación secundaria de la I. E. Julio C. Tello, Hualmay, 2019. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/5595>
- Castro, R. (2019). Medios de comunicación, cultura y cambio social: perspectivas interdisciplinarias. *Anthropologica*, 37(42), 5–12. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/21035>
- Castro, S. (23 de mayo de 2019). Columna de opinión: La importancia de la transmisión cultural para los niños y niñas. Universidad Católica del Maule. <https://portal.ucm.cl/noticias/la-importancia-la-trasmision-cultural-los-ninos-ninas>
- Ceballos, A. (1 de octubre de 2021). La importancia de la diversidad de expresiones culturales en las industrias culturales. UNESCO. <https://www.unesco.org/es/articles/la-importancia-de-la-diversidad-de-expresiones-culturales-en-las-industrias-creativas>
- Changana, M. (2023). Manifestaciones Culturales Regionales e Identidad Cultural en los estudiantes de 5to año de la Institución Educativa Agropecuario n° 15 – Santa María.

- [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/7989>
- Comunicaciones Coomeva. (3 de marzo de 2022). ¿Qué son las manifestaciones culturales? Ejemplos más reconocidos. Blog.coomeva.
<https://blog.coomeva.com.co/post/manifestaciones-culturales-alrededor-del-mundo/140>
- Comunicólogos. (2025). Modelo de Gerbner. Comunicólogos. Hub de Comunicación Aplicada, Ciencia de Datos, Inteligencia Artificial y Prospectiva.
<https://www.comunicologos.com/teorias/modelo-de-gerbner/>
- Contreras, N. (08 de julio de 2005). Los medios de comunicación y la cultura. Aporrea.
<https://www.aporrea.org/actualidad/a15248.html>
- Cordero, L. (2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina, 6(3).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013
- Coronado, C. (2021). Evaluación de la identidad cultural andina de los estudiantes de educación secundaria en una institución educativa de Ayacucho. [Tesis Para optar el Título de Segunda Especialidad Profesional en Educación Rural Intercultural Bilingüe] Universidad Nacional de Huancavelica. <https://repositorio.unh.edu.pe/items/f09d1324-ba5f-4042-9ba9-302b560085e9>
- Cruz, J. (9 de marzo de 2015). Las ideologías en la cultura. Ley Natural.
<https://www.leynatural.es/2015/03/09/las-ideologias-en-la-cultura/>
- Cruz, M. (2013) Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. Bibliotecas. Anales de Investigación, 8-9(1), 189–199.
<https://revistasbnjm.sld.cu/index.php/BAI/article/view/283>
- Delgado, I. (04 de diciembre de 2023). Comunicación. Enciclopedia Significados.
<https://www.significados.com/comunicacion/>

Educ.ar. (4 de noviembre de 2022). ¿Qué entendemos por patrimonio cultural y patrimonio natural? Educ.ar portal. <https://www.educ.ar/recursos/158542/que-entendemos-por-patrimonio-cultural-y-patrimonio-natural>

El Brujo. (27 de abril de 2023). Culturas del Antiguo Perú durante más de 4 milenios. El Brujo. Complejo Arqueológico. <https://www.elbrujo.pe/blog/culturas-del-antiguo-peru-durante-mas-de-4-milenios>

Endere, M., Levrand, N., & Mariano, M. (2022). Hacia un análisis comparado de los dispositivos jurídicos para la salvaguarda del PCI en P. San Martín (Ed.), Uruguay: Patrimonio cultural inmaterial e inclusión social. Aportes para la agenda de desarrollo de la era post-COVID en América Latina y el Caribe, pp. 70–101. UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_000380920&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_e610c5c1-d1f1-46b3-97d7-5ab19bf735c7%3F_%3D380920spa.pdf&locale=es&multi=true&ark=/ark:/48223/pf000380920/PDF/380920spa.pdf#PCI_IS-Completo_Final_corregido.indd%3A.83903%3A1071

Equipo de Enciclopedia Significados. (6 de septiembre de 2023). Costumbres. Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/costumbre/>

Equipo editorial, Etecé. (11 de febrero de 2025). Sistemas. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/sistemas/>

Equipo editorial, Etecé. (14 de enero de 2025). Ideología. Concepto. <https://concepto.de/ideologia/>

Equipo editorial, Etecé. (15 de abril de 2025). Cultura de masas. Concepto. <https://concepto.de/cultura-de-masas/>

Equipo editorial, Etecé. (15 de agosto de 2025). Aplicación (software). Concepto. <https://concepto.de/aplicacion-software/>

Equipo editorial, Etecé. (16 de junio de 2025). Información. Concepto. <https://concepto.de/informacion/>

Equipo editorial, Etecé. (19 de julio de 2025). Estereotipo. Concepto. <https://concepto.de/estereotipo/>

Equipo editorial, Etecé. (23 de abril de 2025). Impacto social. Concepto. <https://concepto.de/impacto-social/#:~:text=Se%20llama%20impacto%20social%20al,de%20manera%20directa%20o%20indirecta>

Equipo editorial, Etecé. (23 de enero de 2023). Lingüística. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/linguistica/>

Equipo Editorial, Etecé. (25 de mayo de 2025). Cultura. Enciclopedia Humanidades. <https://humanidades.com/cultura/>

Equipo editorial, Etecé. (26 de diciembre de 2024). Entretenimiento. Concepto. <https://concepto.de/entretenimiento/>

Equipo editorial, Etecé. (4 de mayo de 2025). Patrimonio tangible e intangible. Enciclopedia de ejemplos. <https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-patrimonio-tangible-e-intangible/>

Equipo editorial, Etecé. (5 de agosto de 2025). Radio. Concepto. <https://concepto.de/radio-medio-de-comunicacion/>

Espínola, J. (23 de julio de 2025). Conocimiento. Concepto. <https://concepto.de/conocimiento/>

Fernández, M. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 25(1), 1–9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926025>

Ferreira, A. (5 de enero de 2024). Qué es el mass media: para qué sirve, características y ejemplos. InboundCycle. <https://pingback.com/es/resources/mass-media/>

Gamboa, A., Martínez, N., & Maass, M. (2018). Estudiantes en la era digital: Aproximación a la estructura del perfil cultural de información, comunicación y conocimiento. *Estudios*

- sobre las Culturas Contemporáneas, 24(47), 41–64.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6500998>
- García, B. (2019). Liderazgo transformacional y calidad educativa en el CEBA Augusto B. Leguía en el distrito de Puente Piedra 2019. [Tesis de Maestría]. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/36511>
- García, M. (30 de agosto de 1998). Clifford Geertz: La interpretación de las culturas. Nueva Revista. <https://www.nuevarevista.net/clifford-geertz-la-interpretacion-de-las-culturas/>
- García, N. (2005). Definiciones en transición. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100912055522/4GarciaCanclini.pdf>
- García, T. (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación. Lumen. Universidad Veracruzana, 1–28
<https://lumen.uv.mx/resources/files/documents/2024/2/1/9868/4c5004ac-944c-4e29-a170-b6d4b10907cd.pdf>
- García. G. (2019). Aproximaciones al concepto de imaginario social. Civilizar Ciencias Sociales y Humanas, 19(37), 31–42.
<https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a08>
- Garzón, A. (2013). Aproximación a la protección de los conocimientos tradicionales desde los derechos humanos. Revista Principia Iuris, 1(19), 199-214.
<http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/piuris/article/view/774>
- Giani, C. (6 de marzo de 2025). Lenguaje escrito. Concepto. <https://concepto.de/lenguaje-escrito/>
- Giménez, P. (2006). Una visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (Framing). Comunicación y Hombre, 1(6), 55–66.
<https://www.redalyc.org/pdf/1294/129413732004.pdf>
- Gomez, D., Martínez, N. & Londoño, D. (2021) Factores de riesgo que inciden en la pérdida de identidad cultural [Tesis de Licenciatura] Universidad Cooperativa de Colombia –

- UCC. <https://repository.ucc.edu.co/entities/publication/9102bfe9-1eb8-441d-8ffc-73a27c6b7825>
- Gómez, L. (2013). Protección de la tradición. Los derechos no tradicionales de la propiedad intelectual. Comité Intergubernamental de recursos genéticos, conocimientos tradicionales y folclore de la OMPI. Revista La Propiedad Inmaterial, 1(17), 93–111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4775111>
- Gómez, M. (19 de julio de 2025). Prejuicio. Concepto. <https://concepto.de/prejuicio/>
- Guerra, R. & Larico, R. (2020). El lenguaje audiovisual y los medios de comunicación utilizados por la Plataforma Educativa Aprendo en Casa, 2020 [Tesis de licenciatura] Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/56323?show=full>
- Hall, S. (1997). El trabajo de la representación en The Open University, Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (pp. 13–74) SAGE Publications. http://metamentaldoc.com/14_El_trabajo_de_la_representacion_Stuart_Hall.pdf
- Hammond, M. (22 de febrero de 2023). Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla (incluye ejemplos). HubSpot. <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6ta.ed.). McGraw-Hill Education. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Infobae. (23 de agosto de 2022). El origen de la Diablada: una misteriosa danza que une al altiplano. Infobae. <https://www.infobae.com/america/peru/2022/08/23/el-origen-de-la-diablada-una-misteriosa-danza-que-une-al-altiplano/>
- Jara, V. (17 de julio de 2013). Medios de comunicación 2. Buenas Tareas. <https://www.buenastareas.com/ensayos/Medios-De-Comunicacion-2/31383841.html>
- Katz, M., Seid, G. & Abiuso, F. (2019). La técnica de encuesta: Características y Aplicaciones. Studocu. <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-de-buenos-aires/metodologia/cuaderno-n-7-la-tecnica-de-encuesta/95375729>

- Kiss, T. (17 de julio de 2025). Tradición. Concepto. <https://concepto.de/que-es-tradicion/>
- Kiss, T. (19 de julio de 2025). Identidad cultural. Concepto. <https://concepto.de/identidad-cultural/>
- LIDEFER. (5 de marzo de 2021). Expresiones culturales. Lidefer. <https://www.lifeder.com/expresiones-culturales/>
- López, M., López, M. & López L. (marzo de 2012). Cultura y comunicación: Una relación compleja. Eumed. <https://www.eumed.net/rev/cccss/19/hah.html>
- Martínez-Casasola, L. (12 de diciembre de 2024). Cosmovisión: qué es y qué elementos influyen en ella. Psicología y Mente. <https://psicologiymente.com/social/cosmovision>
- Martínez-Hernández, A. (2011). El dibujante de límites: Franz Boas y la (im)posibilidad del concepto de cultura en antropología. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, Rio de Janeiro, 18(3), 861-876. <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/Fhc4V9wkwyfXRN3zPGZPNyy/?format=pdf&lang=es>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista electrónica de investigación educativa*. REDIE, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>.
- Mato, D., Lapegna, P., Sosa, E., Simone, V., Perea, A., Piña, Y., Moraes, N., Russo, K., Castaño, P., Alvear, J. & Maldonado, A. (2007). Cultura y Transformaciones sociales en tiempos de globalización. *Perspectivas Latinoamericanas*. CLACSO. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/formacion-virtual/20100717014258/mato.pdf>
- Mirc, A. (2009). El concepto de cultura: una noción compleja. Aportes para la sublimación. *Acta Académica*. <https://www.aacademica.org/000-020/79.pdf>
- Molano, O. (2007). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *Revista Ópera*, 1(7), 69-84. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4020258>

- Monje, C. (2011). Metodología de la investigación. Cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Universidad SurColombiana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Montero, A., & Mora-Fernandez, J. (2020). La democratización de la comunicación interactiva y el lenguaje audiovisual en YouTube: ¿tipologías evolutivas en la cultura y humanidades digitales? *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Información*, 26(2), 323–334. https://www.academia.edu/43793857/La_democratizaci%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_interactiva_y_el_lenguaje_audiovisual_en_YouTube_tipolog%C3%ADas_evolutivas_en_la_cultura_y_humanidades_digitales_The_democratization_of_audiovisual_media_and_its_consequences_in_the_contemporary_image
- Muniz, L. (6 de julio de 2025). Conoce los principales medios de comunicación y las características de cada uno. Pingback. <https://pingback.com/es/resources/medios-de-comunicacion/>
- Muntané, J. (2010). Introducción a la investigación básica. *Revista Andaluza de patología digestiva*, 33(3), 221–227 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3270590>
- Muriel, T. (18 de mayo de 2020). Lenguaje. Enciclopedia Significados. <https://www.significados.com/lenguaje/>
- Nash, M. (2008). Representaciones culturales e imaginarios colectivos como productores de lo sociocultural. En CIDOB edicions (Ed.), Barcelona: La política de lo diverso. ¿Producción, reconocimiento o apropiación de lo intercultural?, pp. 12–22. Fundación CIOB <https://www.cidob.org/en/publications/la-politica-de-lo-diverso-produccion-reconocimiento-o-apropiacion-de-lo-cultural>
- OMPI. (2005). Propiedad Intelectual y expresiones culturales tradicionales o del folclor. OMPI, 1-22. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/913/wipo_pub_913.pdf
- Osada, J. & Salvador-Carrillo, J. (2021). Estudios “descriptivos correlacionales”: ¿término correcto? *Revista médica de Chile*, 149(9), 1382–1384. <http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872021000901383>

- Palomino, K. (06 de febrero de 2025). Medios digitales: ¿Qué son y cuáles son los tipos? Southern New Hampshire University. <https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Paza, M. (2022). La práctica docente y la vinculación con las expresiones culturales en el CECIB “JOSÉ MANUEL NAULA LEMA”, AÑO 2021. [Tesis de Maestría] Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9863>
- Pérez, C. (12 de julio de 2017). La importancia de las creencias. Información <https://www.informacion.es/opinion/2017/07/12/importancia-creencias-5906338.html>
- Pérez, F. (2023). Los medios de comunicación en la era digital. Fundación BBVA. https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf
- Pérez, J. & Gardey, A. (1 de junio de 2023). Definición de política. Definición.de. <https://definicion.de/politica/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (24 de enero de 2023). Definición de imaginario. Definición.de. <https://definicion.de/imaginario/>
- Pérez, J. & Gardey, M. (10 de mayo de 2023). Definición de Digital. Definición.de. <https://definicion.de/digital/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (19 de julio de 2024). Definición de tradición. Definición.de. <https://definicion.de/tradicion/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (20 de julio de 2022). Definición de oral. Definición.de. <https://definicion.de/oral/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (30 de noviembre de 2022). Definición de locución. Definición.de. <https://definicion.de/locucion/>
- Pérez, J. & Gardey, A. (5 de octubre de 2021). Definición de actualización. Definición.de. <https://definicion.de/actualizacion/>
- Pérez, J. & Merino, M. (15 de julio de 2021). Definición de Televisión. Definición.de. <https://definicion.de/television/>

- Pérez, J. & Merino, M. (17 de enero de 2024). Definición de Prueba de hipótesis. Definición.de. <https://definicion.de/prueba-de-hipotesis/>
- Pérez, J. & Merino, M. (18 de abril de 2022). Definición de baile. Definición.de. <https://definicion.de/baile/>
- Pérez, J. & Merino, M. (27 de abril de 2023). Definición de fiesta. Definición.de. <https://definicion.de/fiesta/>
- Pérez, J. (17 de marzo de 2025). Definición de religión. Definición.de. <https://definicion.de/religion/>
- Pineda, A. (2001). El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento. *Ámbitos*, 1(6), 191–210. <https://idus.us.es/items/f72e79b0-294d-4f83-b6fe-048988deb636>
- Pirela, F. (24 de octubre de 2024). Imagen. Concepto. <https://concepto.de/imagen/>
- Pirela, F. (30 de julio de 2025). Música. Concepto. <https://concepto.de/musica/>
- Podestá, C. (2006). Un acercamiento al concepto de cultura. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(21), 25 – 39. <https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733601002.pdf>
- Poves, M. (2022). Expresiones socioculturales y espacio público de estancia para la difusión de la cultura existente, Jauja - 2022. [Tesis para Licenciatura] Universidad Peruana Los Andes. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/5338>
- RAE. (2024). Periodismo. Real Academia Española. <https://dle.rae.es/periodismo>
- Ramos, F. (01 de noviembre de 2017). Las nuevas vías de consumo y participación radiofónica a través de la web: análisis comparado de las cadenas españolas y francesas. *Radio Morphoses*. <https://doi.org/10.4000/radiomorphoses.1334>
- Ricardo, R. (19 de noviembre de 2020). Transmisión cultural: Definición y teoría. Estyando. <https://estudyando.com/transmision-cultural-definicion-y-teoria/>

- Rivadeneira, R. (1997). Comunicación y Cultura. *Revista Ciencia y Cultura* 1(2), 98–105.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33231997000200010
- Rodrigo, M. (1996). Los estudios de comunicación intercultural. *Zer*, 1(0), 69–77.
<https://portalrecerca.uab.cat/es/publications/los-estudios-de-comunicaci%C3%B3n-intercultural>
- Salinas, J. (2004). Innovación docente y uso de las TIC en la enseñanza universitaria. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 1(1), 1–16.
<https://www.redalyc.org/pdf/780/78011256001.pdf>
- Sanchez, A. (2021). Medios de comunicación y su impacto en la sociedad, Huacho 2019. [Tesis de Licenciatura] Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/4588>
- Silverstone, R. (2010). La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios. (1era Ed.) Amorrortu Editores.
<https://comunicacionymediosunsj.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/03/silverstone.-la-moral-de-los-medios.pdf>
- Soto, SE. (29 de agosto de 2018). Muestreo y tamaño de muestra para una tesis. *Tesisciencia*.
<https://tesisciencia.wordpress.com/2018/08/29/muestreo-muestra-tesis/>
- Storey, J. (2001). ¿Qué es la cultura popular? En Ediciones OCTAEDRO (Ed.), Barcelona. *Teoría cultural y cultura popular*, pp. 13–33.
<https://seminar580.files.wordpress.com/2015/04/storey-john-teoria-cultural-y-cultura-popular.pdf>
- Suarez, T. (2023). Las costumbres y tradiciones y su importancia en los habitantes de la parroquia La América, del Cantón Jipijapa, provincia de Manabí [Tesis de Licenciatura] Universidad Estatal del Sur de Manabí
<https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5633>

- Tejeda, J. (2021). Poder, autoridad y dominio. Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe. Universidad de Costa Rica, 18(1), 1-26. <https://www.redalyc.org/journal/4769/476964840015/html/>
- UNIR. (28 de junio de 2023). ¿Qué es la agenda setting y cómo influye en la opinión pública? UNIR La Universidad en Internet. <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/agenda-setting/>
- USAT. (3 de mayo de 2021). ¿Por qué es importante la comunicación para el desarrollo? USAT Educación Continua. <https://especializate.usat.edu.pe/blog/por-que-es-importante-la-comunicacion-para-el-desarrollo/>
- Vaquerizo, E. (2020). Medios de comunicación y flujos culturales internacionales: La vigencia actual del informe McBride. Revista de Comunicación de la SEECI, 1(51), 43-62 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7422167>
- Vargas-Chaves, I., Manotas-Bolaño, I. & Cassiani, I. (2018). Las expresiones culturales tradicionales: un dimensionamiento a partir de la caracterización del Lumbalú como conocimiento tradicional. Justicia, 23(33), 71–90. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/justicia/article/view/2883>
- Vargas-Hernández, J. (2009). Ideología, cultura política, identidad cultural y ciudadanía global. Acta Académica. <https://cdsa.aacademica.org/000-062/236.pdf>
- Veramendi, C. (2019). Influencia del diario Trome en las expresiones culturales de pobladores de San Martín de Porres, Lima 2019. [Tesis de Grado] Universidad Jaime Bausate y Meza. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/255>
- Vyshnya, N. & Sztuba, A. (2006). Símbolos culturales y lingüísticos en fraseologismos y paremias (español, ucraniano y polaco). Paremia, 1(15), 105–114. https://cvc.cervantes.es/lengua/paremia/pdf/015/010_vyshnya-sztuba.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL	GENERAL	GENERAL				
¿Cuál es la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?	Determinar la relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.	Existe una relación directa y significativa entre la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.		D1 Difusión del folclor.	1.- Musical 2.- Escrita 3.- Oral	A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental - transversal
			V1: Expresiones culturales	D2 Tradiciones y costumbres	1.- Baile 2.- Fiestas 3.- Religión	
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS				
¿Cuál es la relación de la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de	Identificar la relación de la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de	Existe una relación directa entre la representación de la difusión del folclor con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la		D3 Ideologías	1.- Lingüística 2.- Política 3.- Valores	B.- POBLACION Y MUESTRA: Población: 37 alumnos de 5 ^{to} ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza

la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?	la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.	Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.	V2 Medios de comunicación	D4 Televisivos	1.- Actualiza 2.- Informa 3.- Entretiene	Muestreo: Probabilístico por conveniencia.
¿Cuál es la relación de la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?	Identificar la relación de la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.	Existe una relación directa significativa entre la representación de las tradiciones y costumbres con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.		D5 Digitales	1.- Aplicaciones 2.- Sistemas 3.- Conocimientos	C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionarios de opción múltiple aplicando el escalograma de tipo Likert.
¿Cuál es la relación de la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025?	Identificar la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.	Existe una relación directa significativa entre la representación de las ideologías con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025.		D6 Radiofónicos	1.- Juvenil 2.- Musicales 3.- Locución	D.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: Programa de Windows Excel y SPSS 26.

Fuente: Elaboración propia 2025

ANEXO 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

Título: Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA VARIABLE “EXPRESIONES CULTURALES”

Opciones para marcar: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) En desacuerdo, 3) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4) De acuerdo, 5) Totalmente de acuerdo

Dimensiones	Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5
Difusión del folclor	Musical	¿Consideras que la música folclórica no es difundida por los medios de comunicación?					
		¿Crees que es importante que los medios de comunicación difundan la música folclórica que es la expresión de nuestras tradiciones?					
	Escrita	¿Existen obras literarias que difunden nuestras expresiones culturales?					
		¿Consideras que la literatura nacional abarca expresiones culturales en base a nuestras tradiciones?					

	Oral	¿Estás de acuerdo que la comunicación oral es fundamental para transmitir nuestra herencia cultural?
Tradiciones y costumbres		¿Las nuevas tendencias en el baile contribuyen a las expresiones culturales?
	Baile	¿Es primordial que a través del baile se transmita las tradiciones y costumbres de nuestras expresiones culturales?
	Fiestas	¿Crees que se les da importancia a las fiestas tradicionales como símbolo de preservación de nuestra cultura?
		¿Consideras que a través de las fiestas tradicionales se transmiten valores y creencias culturales?
	Religión	¿Crees que las tradiciones y costumbres transmiten aspectos religiosos que fortalecen las expresiones culturales?
Ideologías	Lingüística	¿Se concibe que la lingüística de los medios de comunicación no contribuye en transmitir las expresiones culturales?

Política	¿Crees que las creencias políticas pueden influir en la apreciación de las expresiones culturales?
----------	--

	¿Consideras que la política tiene un impacto directo en la preservación de las expresiones culturales?
--	--

Valores	¿Consideras que los cambios en los valores culturales afectan las ideologías en las expresiones culturales?
---------	---

	¿Se puede decir que los valores culturales tienen una influencia en la sociedad?
--	--

Fuente: Elaboración propia - 2025

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA SEGUNDA VARIABLE “MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

Opciones para marcar: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) En desacuerdo, 3) Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4) De acuerdo, 5) Totalmente de acuerdo

Dimensiones	Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5
Televisión	Actualiza	¿Consideras que los programas de televisión mantienen actualizada a la audiencia sobre las expresiones culturales?					
		¿Está de acuerdo que la televisión actualiza a la audiencia sobre temas y eventos culturales?					
	Informa	¿Crees que la televisión es una fuente confiable para obtener información sobre las expresiones culturales?					
	Entretiene	¿Está de acuerdo que la televisión puede ser utilizada para entretener a la audiencia mediante contenidos culturales?					
		En su opinión, ¿los programas televisivos mezclan entretenimiento y cultura?					

Digitales	Aplicaciones	¿Considera usted que hay aplicaciones digitales que promueven las expresiones culturales?
		¿Cree que las aplicaciones digitales pueden ser efectivas para educar?
	Sistemas	Respecto a los sistemas digitales, ¿las redes sociales impulsan los contenidos culturales?
		¿Los sistemas digitales enfrentan un grave problema ante la falta de competencia de contenidos?
	Conocimientos	¿Considera usted que los conocimientos digitales son esenciales para preservar y promocionar las expresiones culturales?
		¿Cree que los conocimientos digitales pueden ayudar a las personas a comprender las expresiones culturales de otros países?
Radiofónicos	Juvenil	¿Cree que los contenidos radiales enfocados en las expresiones culturales son aptos para los jóvenes?
		¿Considera que debe haber un mayor repertorio de contenidos radiales especializados en expresiones culturales para los jóvenes?
	Musicales	Basada en su opinión, ¿Los contenidos musicales radiales están dirigidos para todo público?
		¿Considera que hay una influencia musical en los programas radiales que promuevan las expresiones culturales?

Locución	¿Crees que las locuciones radiales presentan un lenguaje adecuado para explicar sobre las expresiones culturales?
----------	---

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 3: Definición de variables

TÍTULO: Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025	AUTOR: Valeria Evelyn Ramirez Moreno			
ÁREA TEMÁTICA: Comunicación, educación y cultura	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Comunicación social e Identidad cultural			
VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
	DIMENSIÓN 1: Difusión del folclor Se considera la transmisión y la divulgación de las expresiones culturales de alguna sociedad o país; de igual manera, esto se representa	Musical	¿Consideras que la música folclórica no es difundida por los medios de comunicación?	
			¿Crees que es importante que los medios de comunicación difundan la música folclórica que es la expresión de nuestras tradiciones?	

VARIABLE 1: EXPRESIONES CULTURALES DEFINICIÓN Las expresiones culturales son una forma de dar a conocer la historia de un país o una comunidad, como sus valores, su cosmología, identidad y hasta el mismo patrimonio. AUTOR: OMPI (2005) LINK: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/913/wipo_public_913.pdf	mediante la parte cosmológica como la política Autor: (OMPI, 2005). Link https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/913/wipo_public_913.pdf	Escrita	¿Existen obras literarias que difunden nuestras expresiones culturales? ¿Consideras que la literatura nacional abarca expresiones culturales en base a nuestras tradiciones?	Totalmente en desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
	DIMENSIÓN 2: Tradiciones y costumbres Están fuertemente relacionadas con las expresiones culturales; puesto que abarca desde el estilo de vida hasta el propio pensamiento que tiene una persona o una sociedad. Representa tanto el pasado como el futuro de una sociedad. Autor: Andino, Elvira. (2020). Link: https://books.google.com.co/books?id=eSUpylm-	Oral	¿Estás de acuerdo que la comunicación oral es fundamental para transmitir nuestra herencia cultural?	
		Baile	¿Las nuevas tendencias en el baile contribuyen a las expresiones culturales?	
			¿Es primordial que a través del baile se transmita las tradiciones y costumbres de nuestras expresiones culturales?	
		Fiestas	¿Crees que se les da importancia a las fiestas tradicionales como símbolo de preservación de nuestra cultura?	
			¿Consideras que a través de las fiestas tradicionales se transmiten valores y creencias culturales?	
		Religión	¿Crees que las tradiciones y costumbres transmiten aspectos religiosos que fortalecen las expresiones culturales?	

	zHIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false			
	DIMENSIÓN 3: Ideologías Conjunto de creencias de una sociedad que permite comprender y actuar en una realidad que puede llegar a ser compleja, aquí cada individuo es capaz de aprender, transformar y difundir sus costumbres hasta llegar a fusionarse con la globalización. Autor: (Vargas-Hernández, 2009) Link: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8048263	Lingüística	¿Se concibe que la lingüística de los medios de comunicación no contribuye en transmitir las expresiones culturales?	
		Política	¿Crees que las creencias políticas pueden influir en la apreciación de las expresiones culturales?	
			¿Consideras que la política tiene un impacto directo en la preservación de las expresiones culturales?	
		Valores	¿Consideras que los cambios en los valores culturales afectan las ideologías en las expresiones culturales?	
			¿Se puede decir que los valores culturales tienen una influencia en la sociedad?	
	DIMENSIÓN 1: Televisión A través del tiempo, la televisión ha sido y sigue siendo un símbolo de información de primera mano, donde con el inicio de tecnología, se inició	Actualiza	¿Consideras que los programas de televisión mantienen actualizada a la audiencia sobre las expresiones culturales?	Totalmente en desacuerdo (1)
			¿Está de acuerdo que la televisión actualiza a la audiencia sobre temas y eventos culturales?	En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)

VARIABLE 2: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEFINICIÓN Es el canal por el cuál el ser humano se mantiene informado de lo que puede suceder tanto en su comunidad como en cualquier parte del mundo. Es un canal que permite educar, informar y entretener. AUTOR: Jara, Victor (2013) LINK: https://www.buenastareas.com/ensayos/Medios-De-Comunicacion-2/31383841.html	el proceso de difusión de la información por todo el mundo. Autor: Fernández, María. (2005) Link: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926025	Informa	¿Crees que la televisión es una fuente confiable para obtener información sobre las expresiones culturales?	De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
	DIMENSIÓN 2: Digitales Hace referencia a que los medios de comunicación han evolucionado para convertirse en medios digitales, donde este permite acceder a cierta información a través de cualquier parte del mundo Autor: Palomino, Kevin (2025) Link: https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales	Entretiene	¿Está de acuerdo que la televisión puede ser utilizada para entretener a la audiencia mediante contenidos culturales?	
			En su opinión, ¿los programas televisivos mezclan entretenimiento y cultura?	
		Aplicaciones	¿Considera usted que hay aplicaciones digitales que promueven las expresiones culturales?	
			¿Cree que las aplicaciones digitales pueden ser efectivas para educar?	
		Sistemas	Respecto a los sistemas digitales, ¿las redes sociales impulsan los contenidos culturales?	
			¿Los sistemas digitales enfrentan un grave problema ante la falta de competencia de contenidos?	
		Conocimientos	¿Considera usted que los conocimientos digitales son esenciales para preservar y promocionar las expresiones culturales?	
			¿Cree que los conocimientos digitales pueden ayudar a las personas a	

			comprender las expresiones culturales de otros países?	
	DIMENSIÓN 3: Radiofónicos La radio pasó de ser un medio con un punto de vista periodístico a ser una combinación de una fuente de información con las redes sociales; sin embargo, este todavía sigue teniendo la particularidad de ser un medio participativo. Autor: Ramos, Fátima (2017) Link: https://doi.org/10.4000/radiomorphoses.1334	Juvenil	¿Cree que los contenidos radiales enfocados en las expresiones culturales son aptos para los jóvenes?	
			¿Considera que debe haber un mayor repertorio de contenidos radiales especializados en expresiones culturales para los jóvenes?	
		Musicales	Basada en su opinión, ¿Los contenidos musicales radiales están dirigidos para todo público?	
			¿Considera que hay una influencia musical en los programas radiales que promuevan las expresiones culturales?	
		Locución	¿Crees que las locuciones radiales presentan un lenguaje adecuado para explicar sobre las expresiones culturales?	

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 4:

Carta de presentación

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 12 de marzo

Mg. Juan Augusto Fernández Valle

Presente. –

Asunto: Validación de Instrumento a través de juicio de experto

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y hacer de su conocimiento que requiero de la validación de un instrumento en escala tipo Likert, con la finalidad de recopilar la información necesaria en mi investigación para optar al grado de Licenciatura.

El título de mi proyecto de investigación es “Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente en recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema y/o investigación en el área para dicha validación de expertos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene, además de esta carta de presentación, los siguientes elementos:

1. Definiciones conceptuales de las variables
2. Matriz de operacionalización de las Variables
3. Matriz de consistencia
4. Ficha de validación del instrumento
5. Instrumento.

Agradeciendo de antemano la atención prestada a esta solicitud y sin otro asunto en particular, me despido de usted reiterándole la seguridad de mi atenta y distinguida consideración.

Atentamente,



Valeria Evelyn Ramirez Moreno
75074503
valeriar Ramirez2701@gmail.com

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 12 de marzo

Mg. Juan Carlos Aguilar Culquicondor

Presente. –

Asunto: Validación de Instrumento a través de juicio de experto

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y hacer de su conocimiento que requiero de la validación de un instrumento en escala tipo Likert, con la finalidad de recopilar la información necesaria en mi investigación para optar al grado de Licenciatura.

El título de mi proyecto de investigación es “Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente en recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema y/o investigación en el área para dicha validación de expertos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene, además de esta carta de presentación, los siguientes elementos:

1. Definiciones conceptuales de las variables
2. Matriz de operacionalización de las Variables
3. Matriz de consistencia
4. Ficha de validación del instrumento
5. Instrumento.

Agradeciendo de antemano la atención prestada a esta solicitud y sin otro asunto en particular, me despido de usted reiterándole la seguridad de mi atenta y distinguida consideración.

Atentamente,



Valeria Evelyn Ramirez Moreno
75074503
valeriar Ramirez2701@gmail.com

CARTA DE PRESENTACIÓN

Lima, 12 de marzo

Mg. Miguel Andrés Jesusi Venturo

Presente. –

Asunto: Validación de Instrumento a través de juicio de experto

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y hacer de su conocimiento que requiero de la validación de un instrumento en escala tipo Likert, con la finalidad de recopilar la información necesaria en mi investigación para optar al grado de Licenciatura.

El título de mi proyecto de investigación es “Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente en recurrir a usted, ante su connotada experiencia en el tema y/o investigación en el área para dicha validación de expertos.

El expediente de validación que le hago llegar contiene, además de esta carta de presentación, los siguientes elementos:

1. Definiciones conceptuales de las variables
2. Matriz de operacionalización de las Variables
3. Matriz de consistencia
4. Ficha de validación del instrumento
5. Instrumento.

Agradeciendo de antemano la atención prestada a esta solicitud y sin otro asunto en particular, me despido de usted reiterándole la seguridad de mi atenta y distinguida consideración.

Atentamente,



Valeria Evelyn Ramirez Moreno

75074503

valeriaramirez2701@gmail.com

ANEXO 5:
Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

1.1 Apellidos y nombres del experto: Aguilar Culquicondor, Juan Carlos

1.2 Grado académico: Magister en Auditoría Contable y Financiera

1.3 Cargo e institución donde labora: Docente Universidad Jaime Bausate Meza (2024-2).
Docente Universidad Cesar Vallejo 2025.

1.4 Título de la investigación: "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025".

1.5 Autor del instrumento: Valeria Evelyn Ramirez Moreno

1.6 Nombre del instrumento Cuestionario para la variable independiente expresiones culturales.

1.7 Criterios de aplicabilidad:

1) De 01 a 10 (no válido, reformular)

2) De 11 a 20 (No válido, modificar)

3) De 21 a 30 (válido, mejorar)

4) De 31 a 40 (Válido, precisar)

5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1.Muy poco

2. Poco

3. Regular

4. Aceptable

5. Muy aceptable

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e items.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50
OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



.....
Aguilar Culquicondor, Juan Carlos

DNI 09567956

Ficha 2

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Aguilar Culquicondor, Juan Carlos
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Auditoría Contable y Financiera
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Docente Universidad Jaime Bausate Meza (2024-2).
Docente Universidad Cesar Vallejo 2025.
- 1.4 **Título de la investigación:** "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025".
- 1.5 **Autor del instrumento:** Valeria Evelyn Ramirez Moreno
- 1.6 **Nombre del instrumento** Cuestionario para la variable dependiente medios de comunicación.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



.....
Aguilar Culquicondor, Juan Carlos

DNI 09567956

Ficha 3

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Fernández Valle, Juan Augusto
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Ciencias de la Comunicación con Mención en Comunicación para el Desarrollo
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Jefe de Desarrollo y Gestión Cultural / Programa Progresamos Callao / Municipalidad Provincial del Callao.
- 1.4 **Título de la investigación:** "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025".
- 1.5 **Autor del instrumento:** Valeria Evelyn Ramirez Moreno
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Cuestionario para la variable independiente expresiones culturales.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



Fernández Valle, Juan Augusto

DNI 09656604

Ficha 4

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Fernández Valle, Juan Augusto
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Ciencias de la Comunicación con Mención en Comunicación para el Desarrollo
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Jefe de Desarrollo y Gestión Cultural / Programa Progresamos Callao / Municipalidad Provincial del Callao.
- 1.4 **Título de la investigación:** "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025".
- 1.5 **Autor del instrumento:** Valeria Evelyn Ramirez Moreno
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Cuestionario para la variable dependiente medios de comunicación.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

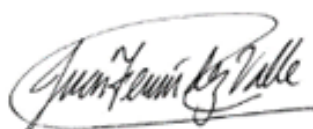
II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



Fernández Valle, Juan Augusto

DNI 09656604

Ficha 5

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 1

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Jesusi Venturo, Miguel Andrés
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Gestión Pública.
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Especialista Logístico en UGEL UNO – San Juan de Miraflores.
- 1.4 **Título de la investigación:** “Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Valeria Evelyn Ramirez Moreno
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Cuestionario para la variable independiente expresiones culturales.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



.....
Jesusi Venturo, Miguel Andrés

DNI 76094242

Ficha 6

Fichas de validación del instrumento / Juicio de expertos

Ficha 2

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** Jesusi Venturo, Miguel Andrés
- 1.2 **Grado académico:** Magister en Gestión Pública.
- 1.3 **Cargo e institución donde labora:** Especialista Logístico en UGEL UNO – San Juan de Miraflores.
- 1.4 **Título de la investigación:** “Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025”.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Valeria Evelyn Ramirez Moreno
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Cuestionario para la variable dependiente medios de comunicación.
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
 - 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

1. Muy poco	2. Poco	3. Regular	4. Aceptable	5. Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. ASPECTOS A EVALUAR

INDICADORES	CRITERIOS	Puntuación				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	El instrumento evidencia recojo de conducta observables.					X
3. ACTUALIDAD	El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACION	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento.					X
6. INTENCIONALISMO	Adecuado para valorar los aspectos del estudio.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación.					X
8. COHERENCIA	Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems.					X
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la investigación.					X
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					X
Sub Total						50
Total						50

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 50

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: VÁLIDO, APLICAR

Lima, 12 de marzo de 2025



.....
Jesusi Venturo, Miguel Andrés

DNI 76094242

ANEXO 7:

Prueba de confiabilidad y validez del instrumento de la segunda variable

Tabla de respuestas de los encuestados de la muestra piloto

ENCUESTADOS	VARIABLE DEPENDIENTE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN																SUMA DE ITEMS
	D1					D2						D3					
	IT1	IT2	IT3	IT4	IT5	IT6	IT7	IT8	IT9	IT10	IT11	IT12	IT13	IT14	IT15	IT16	
E1	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	5	73
E2	3	2	3	5	3	4	5	4	3	5	5	4	4	3	3	3	59
E3	3	2	2	5	2	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	63
E4	2	3	2	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	50
E5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
E6	3	2	4	5	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	55
E7	3	5	4	5	3	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	3	68
E8	3	3	4	5	3	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	64
E9	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	65
E10	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	55
E11	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	54
E12	3	2	2	2	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	56
	0.515	1.273	1.174	0.788	0.265	0.811	0.242	0.545	0.697	0.424	0.242	0.545	0.697	0.447	0.447	0.447	45.36364
	9.560606061																

Fuente: Elaboración propia - 2025

Confiabilidad estadística del Instrumento mediante el programa de Excel 2019.

Valores	Criterios	K =	16	
Coeficiente alfa > .9 a .95	Excelente			
Coeficiente alfa > .8	Bueno	K-1 =	15	
Coeficiente alfa > .7	Aceptable	$\sum =$	10	$\alpha = 0.8419$
Coeficiente alfa > .6	Cuestionable			
Coeficiente alfa > .5	Pobre			
Coeficiente alfa < .5	Inaceptable	$S_T^2 =$	45.364	BUENA

Niveles de Medición de Coeficientes de Alfa de Cronbach.

Confiabilidad de Medios de comunicación

Estadística de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	No. De Elementos
.841	16
Criterio Bueno	

CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH

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

Donde:

K : Número de ítems

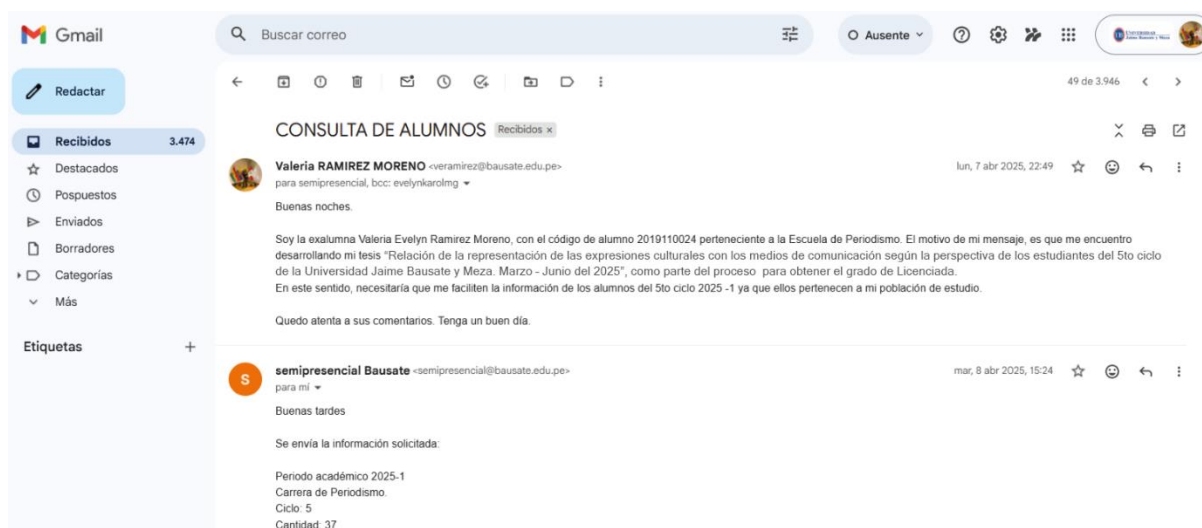
 $\sum S_i^2$: Sumatoria de Varianzas de los ítems S_T^2 : Varianza de la sumatoria de las valoraciones por ítem α : Coeficiente Alfa de Cronbach

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 8:

Pregunta a OSAC sobre la cantidad de alumnos

Este anexo contiene la comunicación formal enviada a la Asesoría Académica (OSAC) para solicitar información sobre la cantidad de alumnos matriculados en el ciclo 2025-1 de la Escuela de Periodismo, como parte de los datos requeridos para la investigación de tesis. Se adjunta la respuesta oficial recibida, la cual detalla el número de estudiantes (37) y el código de clase correspondiente.



Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 9:

Solicitud a la Universidad

Documentación relacionada con la solicitud de autorización presentada a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza, para realizar encuestas a estudiantes del 5to ciclo como parte del trabajo de campo de la tesis.

Señor:

Dr. Edgar Dávila Chota

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social

Universidad Jaime Bausate y Meza

Presente.-

Asunto: Solicitud de permiso para aplicación de encuesta

De mi mayor consideración:

Yo, Valeria Evelyn Ramírez Moreno, con código de alumno 2019110024, de la Escuela Profesional de Periodismo, me dirijo a usted con el debido respeto para solicitar su autorización a fin de poder ingresar a las instalaciones de nuestra universidad el día de mañana, 9 de abril, con el propósito de aplicar una encuesta a los estudiantes del 5to ciclo.

Dicha encuesta forma parte del trabajo de campo de mi tesis titulada: "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025", la cual realizo como parte del proceso para obtener el grado de Licenciada en Periodismo.

Los objetivos de esta investigación son los siguientes:

- Establecer la relación de las ideologías en las expresiones culturales en los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Jesús María – 2023.
- Establecer la relación de las tradiciones y costumbres en las expresiones culturales en los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo.
- Establecer la relación de las ideologías en las expresiones culturales en los medios de comunicación en los estudiantes del 5to ciclo.

En caso no fuera posible el ingreso el día de mañana, quedo a espera de su autorización para poder ingresar en cualquier otro momento que considere conveniente.

Agradezco de antemano su atención, apoyo y comprensión, quedando atenta a su respuesta.

Sin otro particular, me despido con el mayor de los respetos.

Atentamente,



Valeria Evelyn Ramírez Moreno
DNI: 75074503

Fuente: Elaboración propia - 2025

Buscar correo

48 de 3,946

CONSULTA - ENCUESTA Recibidos

Valeria RAMIREZ MORENO <vramirez@bausate.edu.pe> para Edgar

mar, 8 abr 2025, 17:23

Buenas tardes, Profesor Edgar Dávila.

Soy Valeria Evelyn Ramirez Moreno, exalumna de la Escuela de Periodismo, con código de estudiante 2019110024. Actualmente me encuentro desarrollando mi tesis titulada "Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, Marzo - Junio del 2025", como parte del proceso para obtener el grado de Licenciada.

El motivo de mi mensaje es solicitarle, muy respetuosamente, el permiso para acercarme a la institución para aplicar una breve encuesta a los estudiantes del 5to ciclo. Adjunto una solicitud para el permiso correspondiente.

Espero su pronta respuesta. Tenga un lindo día.

Un archivo adjunto • Analizados por Gmail • Añadir a Drive

Solicitud_Permis...

Edgar Davila <edavila@bausate.edu.pe> para mí

mar, 8 abr 2025, 18:00

Parece que este mensaje está en inglés
Traducir al español

Buenas tardes.

Se autoriza el acceso a las instalaciones de la universidad para que realice su encuesta en el quinto ciclo académico el 9 de abril del 2025 en el rango de 9am a 12pm.

Presente esta autorización en vigilancia para que le permitan el acceso.

Edgar Dávila Chota
Decano (a) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social
Universidad Jaime Bausate y Meza

> El 8 abr 2025, a la(s) 5:23 p. m., Valeria RAMIREZ MORENO <vramirez@bausate.edu.pe> escribió:
>
>
>
> <Solicitud_Permiso_Encuesta_Valeria.docx>

Valeria RAMIREZ MORENO <vramirez@bausate.edu.pe> para Edgar

mar, 8 abr 2025, 18:16

Estimado, Decano Dávila.

Agradecemos su autorización, sin embargo, tomo conocimiento colgado en la web que las clases para mañana 9 de abril, empezarían a partir de la 1:00 p.m. hasta 2:30 p.m. con el profesor José García Sosaya.

En ese sentido, agradeceré considerar este rango de horario para mi ingreso.

Muchísimas gracias de antemano. Saludos cordiales.

Edgar Davila <edavila@bausate.edu.pe> para mí

8 abr 2025, 19:24

Parece que este mensaje está en inglés
Traducir al español

Confirma

Con el docente Javier García.

Edgar Dávila Chota
Decano (a) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Social
Universidad Jaime Bausate y Meza

El 8 abr 2025, a la(s) 6:17 p. m., Valeria RAMIREZ MORENO <vramirez@bausate.edu.pe> escribió:

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 10:

Materiales usados para la recolección de datos

Se detallan los materiales empleados durante el trabajo de campo para incentivar la participación de los estudiantes en la encuesta; se adquirieron 2 bolsas de chupetines, tijeras para el armado de las bolsitas, y se imprimieron códigos QR con el enlace a la encuesta digital. Cada bolsita contenía un chupetín y un papel con el QR correspondiente. Adicionalmente, como agradecimiento por su colaboración, se entregó a los participantes una botella de gaseosa Guaraná.



Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Google

Relación de la representación de las expresiones culturales con los medio Se guardaron todos los cambios en Drive

Preguntas Respuestas 27 Configuración

Sección 1 de 5

Relación de la representación de las expresiones culturales con los medios de comunicación según la perspectiva de los estudiantes del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Marzo – Junio del 2025

¡Hola! Soy Valeria Ramirez, alumna de la universidad Jaime Bausate y Meza. Estoy realizando mi tesis enfocada en la relación que existe entre las expresiones culturales y los medios de comunicación. Rellena la encuesta con sinceridad y con criterio. Te agradezco mucho por ayudarme. ❤️

Correo electrónico *

Correo electrónico válido

Este formulario recopila correos electrónicos. [Cambiar la configuración](#)

Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 11:

Aplicación de instrumento

Evidencia fotográfica del proceso de aplicación de la encuesta en el aula del 5to ciclo de la Escuela de Periodismo, realizado el 9 de abril de 2025, las imágenes muestran: la entrega de las bolsitas con códigos QR y chupetines a los estudiantes como incentivo por su participación, y el agradecimiento al docente Javier García por facilitar el acceso al aula durante su sesión. Las fotografías validan el contexto real de la recolección de datos y el cumplimiento de los protocolos establecidos en la autorización institucional.



Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Elaboración propia - 2025



Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 12:
Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Planteo del tema del proyecto de investigación				
Indagación y recopilación de información general sobre el proyecto				
Elaboración del proyecto				
Recolección de datos				
Procesamiento y análisis de datos				
Análisis y discusión de resultados				
Culminar con referencias y revisiones restantes				
Presentación de la Tesis				

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 13:
Presupuesto y financiamiento

ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Impresiones	250	80
Anillado	1	10
Transporte	10	120
Materiales de escritorio	6	40
Trabajo de campo, encuesta	8	170
Total	275	420

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 14:

Base de datos original “Expresiones culturales”

Questionario con las respuestas de los encuestados para la variable “EXPRESIONES CULTURALES”

Marca temporal	Dirección de correo electrónico	Nombre y apellidos	Sexo	1. ¿Considera que la música folclórica es la música folclórica de comunicación?	2. ¿Cree que es importante que los medios de comunicación divulguen la música folclórica que es la expresión de nuestra tradición?	3. ¿Existen obras literarias que expresen nuestra cultura?	4. ¿Considera que la literatura nacional abarca expresiones culturales en base a nuestra tradición?	5. ¿Cree de acuerdo que la comunicación oral es fundamental para transmitir nuestra herencia cultural?	6. Las nuevas tecnologías en el baile tradicional contribuyen a la expresión cultural?	7. ¿Es primordial que a través del baile se expresen las tradiciones y costumbres de nuestra cultura?	8. ¿Cree que es la danza en las fiestas tradicionales que promueve la preservación de nuestra cultura?	9. ¿Considera que a través de las fiestas tradicionales se transmiten valores y enseñanzas culturales?	10. ¿Cree que las tradiciones y costumbres transmiten aspectos religiosos que fortalecen las expresiones culturales?	11. ¿Conoce que la liturgia es la liturgia de los medios de comunicación en la preservación de nuestra cultura?	12. ¿Cree que las expresiones políticas pueden influir en la preservación de las expresiones culturales?	13. ¿Considera que la política tiene un impacto directo en la preservación de las expresiones culturales?	14. ¿Considera que los cambios en los valores culturales afectan la identidad en las expresiones culturales?	15. ¿Le parece que los valores culturales tienen una influencia en la sociedad?
00000000	basuad@basuad.es	Sébastien Alejandro José David	Masculino	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
00000000	basuad@basuad.es	María Jesús Barrena	Masculino	De acuerdo														

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 15:
Base de datos original “Medios de comunicación”
Cuestionario con las respuestas de los encuestados para la segunda variable “MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

1. ¿Considera que los programas de televisión mantienen actualizada a la audiencia sobre las expresiones culturales?	2. ¿Está de acuerdo que la televisión actualice a la audiencia sobre temas y eventos culturales?	3. ¿Cree que la televisión es una fuente confiable para obtener información sobre las expresiones culturales?	4. ¿Está de acuerdo que la televisión puede ser utilizada para entretener a la audiencia mediante contenidos culturales?	5. En su opinión, ¿los programas televisivos mezclan entretenimiento y cultura?	6. ¿Considera usted que las aplicaciones digitales pueden ser efectivas para educar?	7. ¿Cree que las aplicaciones digitales pueden ser efectivas para educar?	8. Respecto a los sistemas digitales, ¿las redes sociales impulsan los contenidos culturales?	9. ¿Los sistemas digitales enfrentan un grave problema ante la falta de competencia de contenidos?	10. ¿Considera usted que los conocimientos digitales son esenciales para preservar y promocionar las expresiones culturales?	11. ¿Cree que los contenidos digitales pueden ayudar a las personas a comprender las expresiones culturales de otros países?	12. ¿Cree que los contenidos radiales enfocados en las expresiones culturales son aptos para los jóvenes?	13. ¿Considera que debe haber un mayor repertorio de contenidos radiales especializados en expresiones culturales para los jóvenes?	14. Basado en su opinión, ¿los contenidos musicales radiales están dirigidos para todo público?	15. ¿Considera que hay una influencia musical en los programas radiales que promuevan las expresiones culturales?	16. ¿Cree que las locuciones y radiales presenten un lenguaje adecuado para explicar sobre las expresiones culturales?
Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo
Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo
De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
En desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 16:

Registro de datos de la base de datos con rango

Tabla de la base de datos con base de rango de las variables expresiones culturales y medios de comunicación

ENCUESTADOS	VARIABLE INDEPENDIENTE: EXPRESIONES CULTURALES														
	Difusión del folclor					Tradiciones y costumbres					Ideologías				
	IT1	IT2	IT3	IT4	IT5	IT6	IT7	IT8	IT9	IT10	IT11	IT12	IT13	IT14	IT15
E1	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	3	1	5
E2	3	4	4	5	5	3	5	2	5	4	3	5	4	3	3
E3	5	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	3	3
E4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
E5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	2	4	5
E6	5	5	3	4	5	2	4	4	5	1	3	1	1	5	5
E7	4	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
E8	4	4	4	4	3	2	1	4	4	3	4	4	2	2	2
E9	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	3	5	4	5
E10	5	4	5	4	5	3	1	4	4	4	1	4	4	3	5
E11	3	5	5	5	3	2	5	2	3	4	4	2	4	3	5
E12	2	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4
E13	4	5	4	3	3	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5
E14	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
E15	5	4	2	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5
E16	4	3	4	3	5	4	5	4	3	3	5	4	3	5	5
E17	5	4	3	5	4	5	3	4	3	5	3	4	5	4	5
E18	4	5	2	2	5	1	4	3	4	5	3	5	5	4	5
E19	3	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5
E20	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3
E21	4	3	4	4	5	2	4	5	4	5	3	5	3	5	4
E22	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5
E23	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	1	5	5
E24	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
E25	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	3	5	5	4	4
E26	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E27	5	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4
E28	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
E29	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4
E30	4	5	4	4	5	3	4	2	3	4	2	4	5	4	4
E31	4	5	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
E32	3	5	4	3	4	5	5	5	5	2	3	4	4	3	4
E33	3	5	4	4	5	2	5	4	5	4	3	4	5	4	5
E34	5	2	5	2	5	1	3	4	4	3	5	4	4	4	3
E35	4	2	4	2	3	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4
E36	2	1	3	2	2	3	2	1	3	3	2	2	3	1	3
E37	5	5	4	3	4	3	5	2	5	4	4	3	2	4	4
	VMIX	5				VMIX	5				VMIX	5			
	MVMAX	25				MVMAX	25				MVMAX	25			
	RANGO	20				RANGO	20				RANGO	20			
	intervalo	6.6667				intervalo	6.6667				intervalo	6.6667			
	MALO	05 - 11				MALO	05 - 11				MALO	05 - 11			
	REGULAR	12--18				REGULAR	12--18				REGULAR	12--18			
	BUENO	19 - 25				BUENO	19 - 25				BUENO	19 - 25			

Fuente: Elaboración propia - 2025

VARIABLE DEPENDIENTE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN																
Televisivos					Digitales						Radiofónicos					
IT1	IT2	IT3	IT4	IT5	IT6	IT7	IT8	IT9	IT10	IT11	IT12	IT13	IT14	IT15	IT16	
5	3	5	1	2	1	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	
3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	2	
3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	
2	3	5	5	3	2	4	2	5	5	4	4	5	3	4	4	
1	1	3	4	3	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	4	
2	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5	3	
2	2	1	3	2	2	4	2	3	5	3	3	4	2	4	3	
3	3	4	4	2	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	
2	2	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	
3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	
2	2	4	4	4	2	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	
4	3	3	5	4	3	5	3	3	4	5	4	5	4	3	2	
3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	
4	5	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	
5	4	3	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	2	5	5	
5	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	
2	4	4	5	2	1	5	1	4	5	5	2	5	4	3	2	
2	3	3	5	3	3	3	2	3	3	4	3	4	2	2	2	
3	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	1	
2	2	3	5	2	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	
4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	
1	3	1	5	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	5	5	
3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	
2	2	3	4	3	3	5	4	3	4	5	4	5	2	3	4	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	
2	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	
2	2	5	5	3	2	5	3	4	4	3	3	4	5	2	2	
2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	
3	3	2	4	2	1	4	3	3	4	5	3	5	3	3	3	
3	5	4	5	2	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2	4	
3	2	3	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	5	3	4	
2	3	4	5	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	
1	1	1	1	2	2	4	4	2	4	4	3	3	2	2	3	
4	5	3	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	4	5	
4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	
2	2	4	5	2	2	5	4	5	4	4	4	5	4	2	2	
VMIX	5				VMIX	6					VMIX	5				
MVMAX	25				MVMAX	30					MVMAX	25				
RANGO	20				RANGO	24					RANGO	20				
intervalo	6.6667				intervalo	8					intervalo	6.6667				
MALO	05 - 11				MALO	06 - 14					MALO	05 - 11				
REGULAR	12--18				REGULAR	15 - 23					REGULAR	12--18				
BUENO	19 - 25				BUENO	24 - 32					BUENO	19 - 25				

Fuente: Elaboración propia - 2025

EXPRESIONES CULTURALES			MEDIOS DE COMUNICACIÓN			EXPRESIONES CULTURALES	MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
DIFUSIÓN DEL FOLCLOR	TRADICIONES Y COSTUMBRES	IDEOLOGÍAS	TELEVISIVOS	DIGITALES	RADIOFÓNICOS					
25	20	18	16	20	23	63	59			
21	19	18	17	24	17	58	58			
23	19	16	19	24	19	58	62			
19	18	20	15	22	19	57	56			
20	20	19	18	22	20	59	60			
22	16	15	12	26	16	53	54			
22	22	20	16	24	18	64	58			
19	14	14	10	19	16	47	45			
25	19	21	16	27	22	65	65			
23	16	17	13	20	16	56	49			
21	16	18	18	24	19	55	61			
19	20	19	16	21	20	58	57			
19	19	22	19	23	18	60	60			
18	19	17	18	21	19	54	58			
20	21	24	22	26	22	65	70			
19	19	22	21	27	21	60	69			
21	20	21	21	24	23	62	68			
18	17	22	17	21	16	57	54			
22	18	23	16	18	13	63	47			
20	25	21	20	28	18	66	66			
20	20	20	14	24	19	60	57			
19	18	20	17	23	17	57	57			
23	21	21	14	24	24	65	62			
18	17	19	18	19	15	54	52			
21	19	21	14	24	18	61	56			
20	20	20	17	21	17	60	55			
19	20	19	17	23	18	58	58			
21	19	19	17	21	16	59	54			
23	21	22	10	17	18	66	45			
22	16	19	14	20	17	57	51			
19	24	21	19	29	20	64	68			
19	22	18	17	23	20	59	60			
21	20	21	17	24	23	62	64			
19	15	20	6	20	13	54	39			
15	19	22	21	27	22	56	70			
10	12	11	19	23	18	33	60			
21	19	17	15	24	17	57	56			
VMIX	15		VMIX	16						
MVMAX	75		MVMAX	80						
RANGO	60		RANGO	64						
intervalo	20		intervalo	21.33333333						
MALO	15 - 35		MALO	16 - 37						
REGULAR	36 - 56		REGULAR	38 - 59						
BUENO	57 - 77		BUENO	60 - 81						

EXPRESIONES	
VMIX	15
MVMAX	75
RANGO	60
intervalo	20
MALO	15 - 35
REGULAR	36 - 56
BUENO	57 - 77

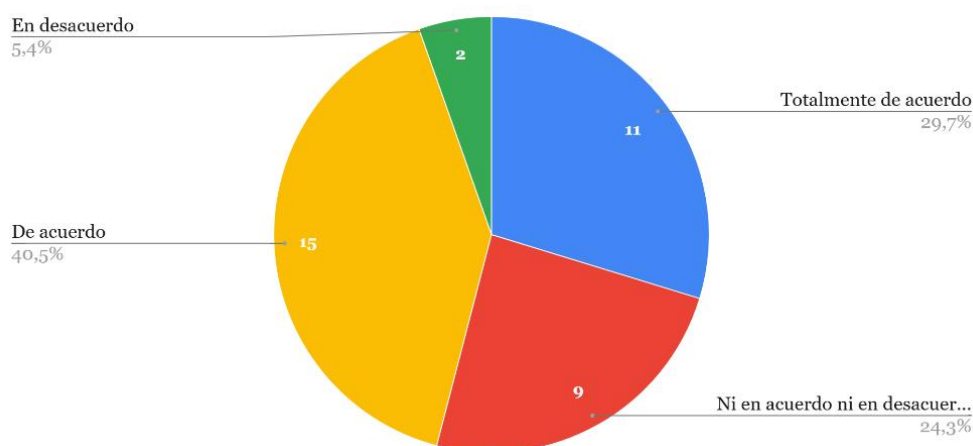
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
VMIX	16
MVMAX	80
RANGO	64
intervalo	21.333333
MALO	16 - 37
REGULAR	38 - 59
BUENO	60 - 81

Fuente: Elaboración propia - 2025

ANEXO 17:

Respuestas de encuestas mediante gráficos según la variable expresiones culturales

Figura 1: ¿Consideras que la música folclórica no es difundida por los medios de comunicación?

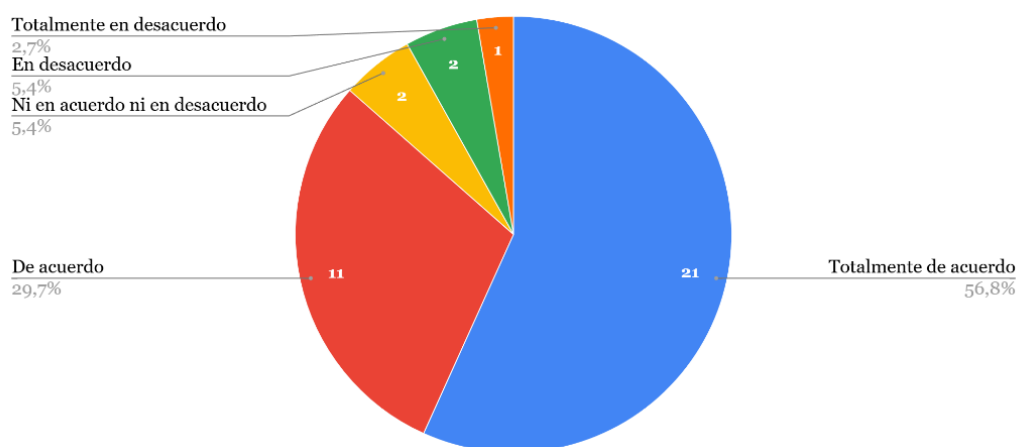


Fuente: Google Forms

En la Figura 1, se observa que 11 alumnos manifestaron “Totalmente de acuerdo” que la música folclórica no es difundida por los medios de comunicación, lo que representa el 29.7%; asimismo, 15 estudiantes indicaron estar “De acuerdo” con el enunciado, lo que representa el 40.5%; mientras que 9 universitarios seleccionaron la opción de “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que representa el 24.3%; por el contrario, solo 2 alumnos señalaron estar “En desacuerdo” con el enunciado, lo que representa solo el 5.4% del total de estudiantes del 5to ciclo; mientras que, ninguna persona eligió la opción de “Totalmente en desacuerdo”.

Los resultados revelan que hay una percepción negativa hacia los medios de comunicación ya que el 70.2% de los encuestados considera que no promueven adecuadamente la música folclórica; esto implica que existe una brecha entre las formas de representaciones tanto culturales como sociales y la visibilidad mediática. No obstante, por el bajo porcentaje que existe del 5.4% se refuerza la necesidad de evaluar estrategias más efectivas para la difusión del folclor enfocados en el aspecto musical.

Figura 2: ¿Crees que es importante que los medios de comunicación difundan la música folclórica que es la expresión de nuestras tradiciones?

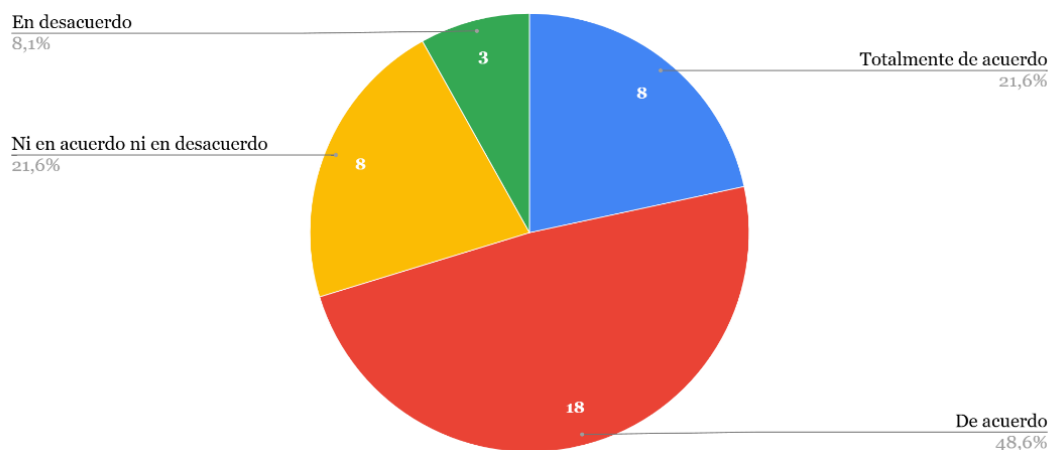


Fuente: Google Forms

En la Figura 2, se observa que 21 estudiantes eligieron la opción de “Totalmente de acuerdo”, lo que representa el 56.8% del total; para la siguiente categoría de “De acuerdo” 11 alumnos eligieron la opción, representando el 29.7%; mientras que, 2 participantes marcaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, cifra idéntica a quienes eligieron “En desacuerdo”, ambas alcanzando un 5.4%; finalmente, solo 1 encuestado optó por “Totalmente en desacuerdo”, representando el 2.7%.

A través de los resultados, se puede observar que el 86.6% de respuestas positivas respaldan la difusión mediática dentro del folclor musical, evidenciando el apoyo al patrimonio cultural vivo; lo que refleja la importancia que otorgan los estudiantes a las expresiones culturales como elementos fundamentales para el fortalecimiento de la identidad cultural.

Figura 3: ¿Existen obras literarias que difunden nuestras expresiones culturales?

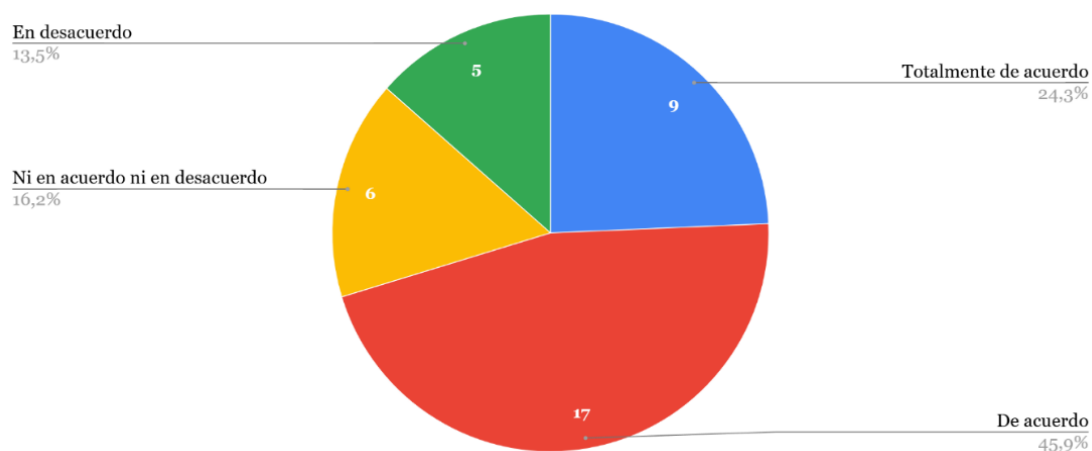


Fuente: Google Forms

En la Figura 3, se aprecia que 8 alumnos seleccionaron la opción “Totalmente de acuerdo”, lo cual representa el 21.6% del total; asimismo, para la categoría “De acuerdo”, esta fue elegida por 18 participantes, equivalente al 48.6%; por su parte, la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” fue marcada 8 veces, alcanzando un 21.6%; en contraste, la alternativa “En desacuerdo” obtuvo 3 selecciones, cifra que corresponde al 8.1% de la muestra; sin embargo, ningún estudiante optó por la opción “Totalmente en desacuerdo”.

Se revela que la mayoría de los encuestados considera que, la literatura nacional sí incorpora expresiones culturales, por ejemplo, autores emblemáticos como Arguedas, Mario Vargas Llosa, Ribeyro, entre otros; sin embargo, para un grupo minoritario no se puede visibilizar o apreciar la descripción de las expresiones culturales en la literatura ya sea por la falta de acceso, por desconocimiento de su contenido cultural o por una ausencia de incentivos para valorar lo nuestro.

Figura 4: ¿Consideras que la literatura nacional abarca expresiones culturales en base a nuestra tradiciones?

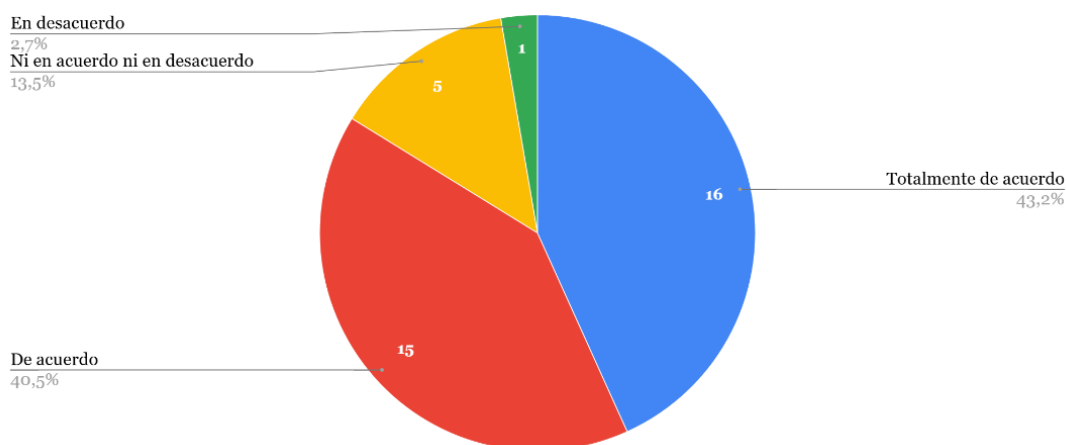


Fuente: Google Forms

En la Figura 4, se aprecia que 9 alumnos que eligieron "Totalmente de acuerdo", equivalente al 24.3%; seguido por 17 estudiantes seleccionaron la opción "De acuerdo", lo que representa el 45.9% del total; por otro lado, 6 participantes marcaron "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", representando el 16.2%, mientras que, 5 estudiantes optaron por "En desacuerdo", representando el 13.5%; sin embargo, no se registraron respuestas en la categoría "Totalmente en desacuerdo".

Los resultados demuestran que el 70.2% de respuestas positivas consideran que la literatura nacional sí integra la literatura o la escritura dentro de las expresiones culturales, esto se ve reflejado en que posiblemente la mayoría valore libros como "Los ríos profundos" o "La ciudad y los perros" donde se puede visibilizar más nuestras raíces; mientras que, para las posturas neutrales o en desacuerdo, se puede entender que no han tenido acceso a libros que reflejan nuestra herencia cultural, o no se les ha inculcado estos valores de añorar lo nuestro.

Figura 5: ¿Estás de acuerdo que la comunicación oral es fundamental para transmitir nuestra herencia cultural?

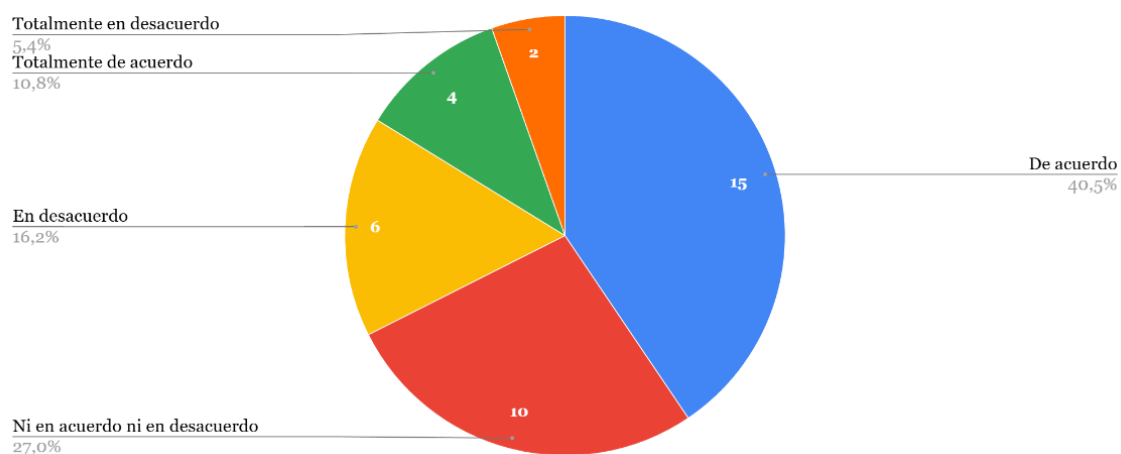


Fuente: Google Forms

En la Figura 5, se observa que 16 estudiantes eligieron la opción "Totalmente de acuerdo", lo que representa el 43.2% del total; seguido por 15 alumnos que seleccionaron "De acuerdo", equivalente al 40.5%; por otro lado, 5 participantes marcaron "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", representando un 13.5%, mientras que 2 estudiantes optaron por "En desacuerdo", representando el 5.4%; por el contrario, ningún estudiante seleccionó la categoría "Totalmente en desacuerdo".

De los resultados se obtiene que la gran mayoría considera que la comunicación oral es esencial para la preservación de nuestra herencia cultural, esto refleja el valor que se le brinda a las tradiciones como son nuestras leyendas o mitos que se transmiten a través de la generaciones; mientras que, para las respuestas tanto neutras como negativas, se puede entender que, contemplan la importancia mas no le dan la importancia debida; a comparación del otro grupo que posiblemente creen que otros medios sean más relevantes que los propios medios de comunicación..

Figura 6: ¿Las nuevas tendencias en el baile contribuyen a las expresiones culturales?

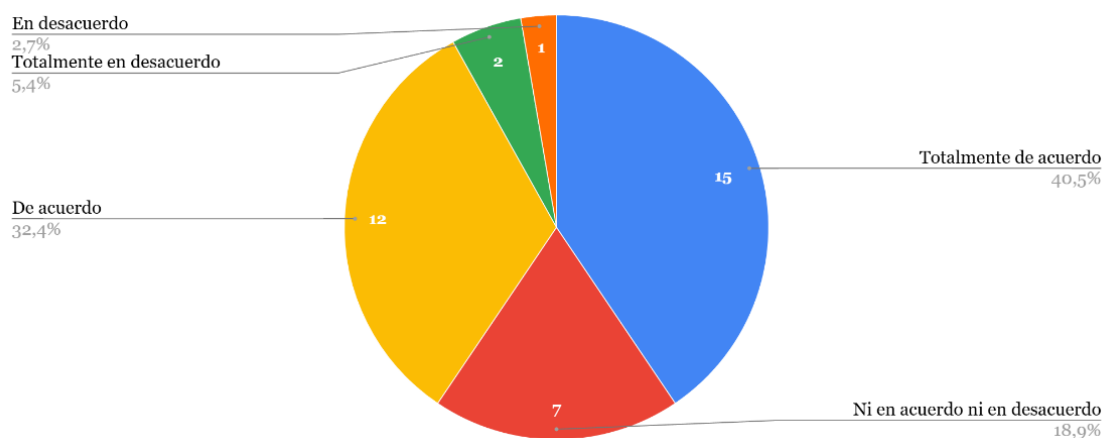


Fuente: Google Forms

En la Figura 6, se aprecia que 4 alumnos que eligieron "Totalmente de acuerdo", equivalente al 16.8%; seguido por 18 estudiantes seleccionaron la opción "De acuerdo", lo que representa el 49.5% del total; mientras que, 10 participantes marcaron "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", alcanzando un 27.0%; a comparación de 6 estudiantes que optaron por "En desacuerdo" (16.2%) y solo 1 por "Totalmente en desacuerdo" (3.4%).

Se puede deducir que, por la división que existe dentro de las opiniones, que sí hay tendencias dentro del baile que aportan a la cultura, esto lo podemos ver reflejado con el nacimiento del nuevo género musical Q'Pop, que es la mezcla del quechua con el K-Pop, o del Huayno-Trap que es la función del reguetón con el huayno; sin embargo, el grupo restante descarta esta idea, posiblemente porque no se le da mucha visibilidad a este sector o porque la sociedad está enfocada en consumir lo extranjero y no lo nuestro.

Figura 7: ¿Es primordial que a través del baile se transmita las tradiciones y costumbres de nuestras expresiones culturales?

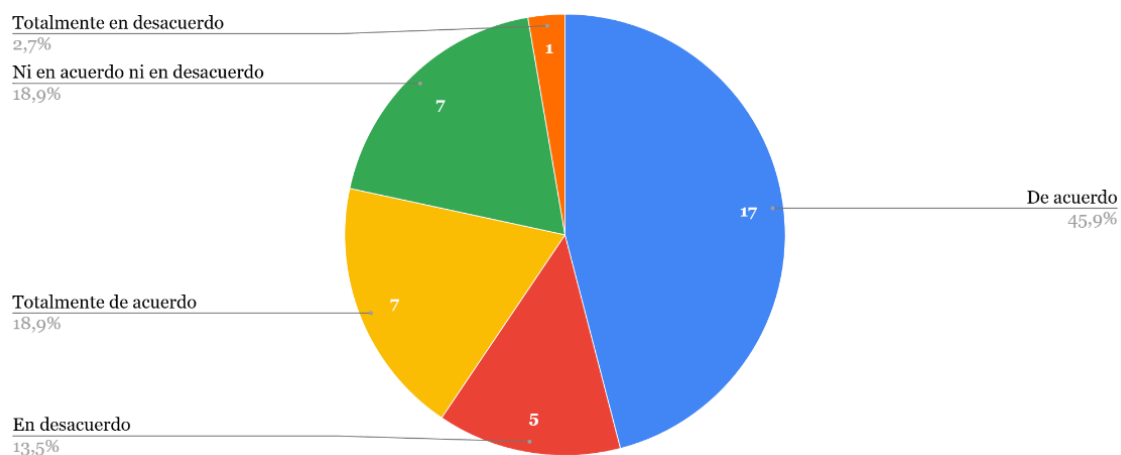


Fuente: Google Forms

En la Figura 7, se observa que 15 estudiantes eligieron la opción “Totalmente de acuerdo”, lo que representa el 40.5% del total; para la categoría “De acuerdo”, 12 alumnos seleccionaron esta opción, equivalente al 32.4%; mientras que, 7 participantes marcaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, alcanzando un 18.9%; por otra parte, 2 estudiantes optaron por “En desacuerdo”, representando el 5.4%, y solo 1 eligió “Totalmente en desacuerdo”, con un 2.7% del total de respuestas.

Los resultados evidencian que las respuestas positiva abarcan el 72.9%, esto indica que el baile puede ser percibido como un conducto esencial para la transmisión de las tradiciones y costumbres, esto refuerza la idea de que nuestros bailes tradicionales como la marinera y el huayno no son considerados solo arte, sino que representan nuestro legado histórico; a comparación del grupo restante que posiblemente no se puede relacionar con dichas actividades ante la falta de exposición o quizás sea porque el baile no sea lo suficientemente capaz de transmitir los sentimientos, emociones o historia a través de los movimientos, ritmos, cantos, entre otras razones.

Figura 8: ¿Crees que se le da importancia a las fiestas tradicionales como símbolo de preservación de nuestra cultura?

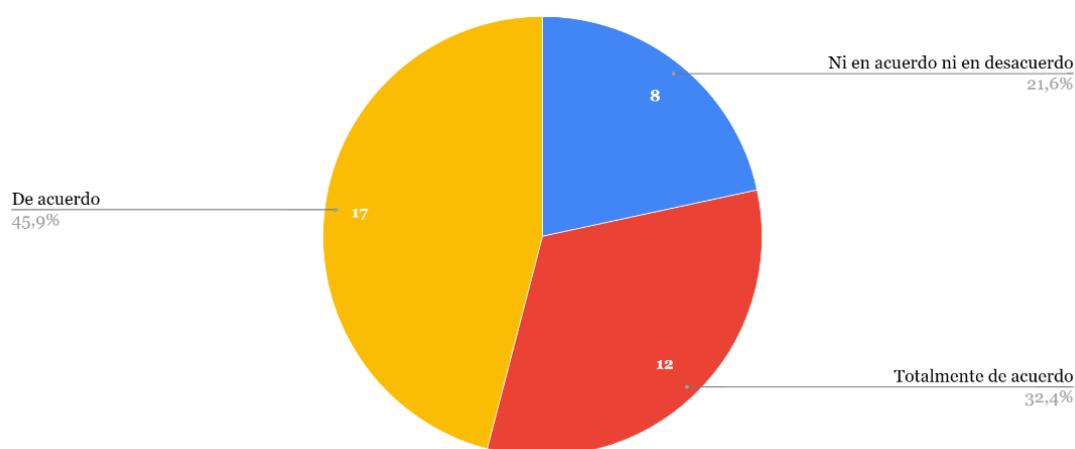


Fuente: Google Forms

En la Figura 8, se aprecia que 7 alumnos que eligieron “Totalmente de acuerdo” equivalente al 18.9%; seguido por 17 estudiantes seleccionaron la opción “De acuerdo”, representando el 45.9% del total; por otro lado, 7 participantes marcaron “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, alcanzando un 18.9%; mientras que, 5 estudiantes optaron por “En desacuerdo”, representando el 13.5% y solo 1 por “Totalmente en desacuerdo” siendo el 2.7% del total de alumnos.

La suma de respuestas positiva brinda el resultado del 64.8%, de esto se puede entender que, las fiestas tradicionales sí reciben el nivel de importancia, esto logra que se obtenga una preservación de las tradiciones y costumbres, un claro ejemplo de ello tenemos la fiesta del Inti Raymi, que se celebra en junio, y el recorrido del Señor de los Milagros, que se desarrolla en octubre; mientras que, tanto la posición neutral como negativa se puede asociar a que no han participado en fiestas tradicionales, la pérdida de la identidad u otros factores como la escasez que brinda el gobierno para el fomento de estas actividades, entre otras razones.

Figura 9: ¿Consideras que a través de las fiestas tradicionales se transmiten valores y creencias culturales?

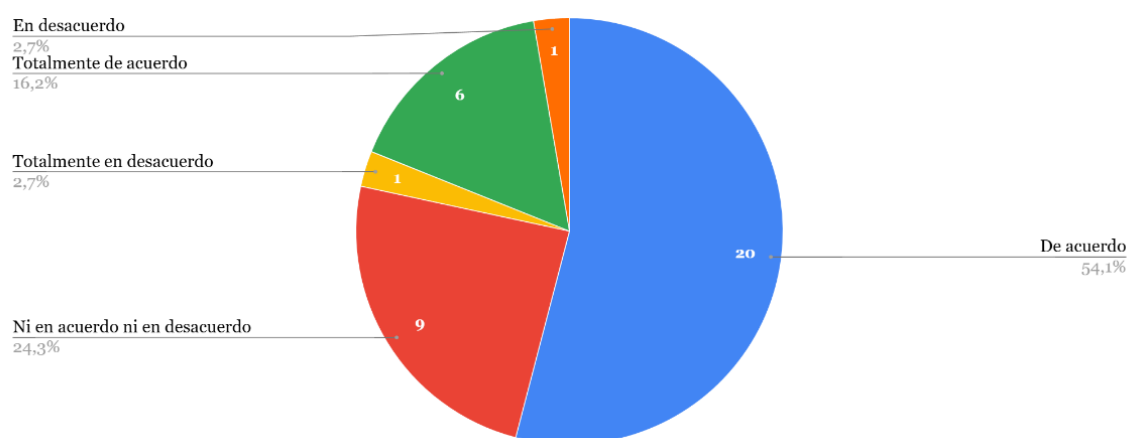


Fuente: Google Forms

En la Figura 9, se aprecia que 12 alumnos eligieron "Totalmente de acuerdo", equivalente al 32.4%; seguido por 17 estudiantes que seleccionaron la opción "De acuerdo", lo que representa el 45.9% del total; en cambio, solo 8 participantes marcaron "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", alcanzando un 21.6% de las respuestas; mientras que, las opciones "En desacuerdo" y "Totalmente en desacuerdo" no fueron seleccionadas.

e evidencia que la suma del total de respuestas positivas es del 78.3%, lo que permite interpretar que la mayoría de los estudiantes reconoce el papel fundamental que tienen las fiestas tradicionales como medio para transmitir valores y creencias culturales, así como su impacto en la identidad colectiva, lo que sugiere que estos eventos no solo cumplen una función recreativa, sino que también fortalecen el sentido de pertenencia y la conexión con las raíces culturales; por otro lado, las respuestas neutrales podrían deberse a experiencias limitadas o a una menor participación en este tipo de celebraciones, lo que reduce su percepción del valor cultural que estas representan; en cualquier caso, los datos respaldan la idea de que las fiestas tradicionales siguen siendo un vehículo importante para preservar y difundir elementos esenciales de la cultura dentro de la sociedad.

Figura 10: ¿Crees que las tradiciones y costumbres transmiten aspectos religiosos que fortalecen las expresiones culturales?

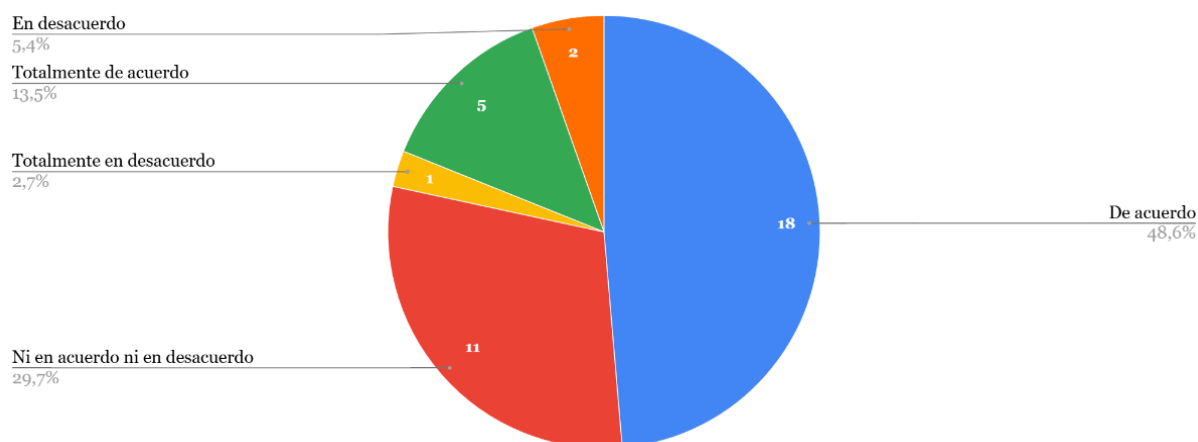


Fuente: Google Forms

En la Figura 10, se observa que 6 alumnos eligieron la opción “Totalmente de acuerdo”, lo que representa el 16.2%; a comparación de los 20 estudiantes que seleccionaron “De acuerdo”, equivalente al 54.1% del total; mientras que, 9 participantes escogieron la categoría de “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, siendo el 24.3%; empero, tanto las opciones de “En desacuerdo” como “Totalmente en desacuerdo”, fueron seleccionadas solo 1 vez cada una representando el 2.7% cada una respectivamente.

Respecto a la suma de las respuestas positivas, se aprecia que la mayoría es consciente de la conexión que tiene la religión con las expresiones culturales, esto se puede ver reflejado en el recorrido del Señor de los Milagros, donde cientos de feligreses católicos se suman para practicar su fe; además de otros rituales agrícolas que realizan ciertas comunidades como pago a la Pachamama, aquí se mezcla lo sagrado con lo comunitario. A diferencia de las personas que su posición es neutral o negativa puede ser debido a la falta de experiencias en este rubro o por cierto rechazo ante los dogmas religiosos.

Figura 11: ¿Se concibe que la lingüística de los medios de comunicación no contribuye en transmitir las expresiones culturales?

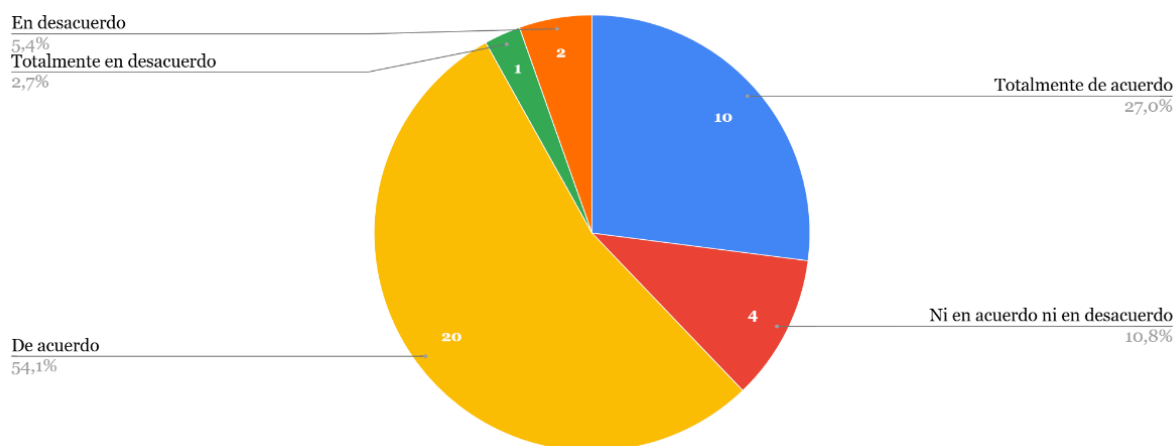


Fuente: Google Forms

En la Figura 11, se observa que 5 estudiantes seleccionaron “Totalmente de acuerdo”, representando el 13.5%; a comparación de la opción “De acuerdo” que fue elegida 18 veces, siendo el 48.6% del total; mientras que, 11 alumnos optaron por la categoría “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, alcanzando el 29.7%; por otro lado, 2 alumnos marcaron “En desacuerdo”, siendo el 5.4%; y solo 1 estudiante seleccionó “Totalmente en desacuerdo”.

Se aprecia de los resultados que hay una crítica hacia los medios de comunicación, puesto que, este no utiliza un lenguaje adecuado para promover las expresiones culturales, esto puede estar relacionado al uso predominante del español discriminando así las demás lenguas originarias; además que, los medios de comunicación deberían empezara reforzar las estrategias para promover las expresiones culturales.

Figura 12: ¿Crees que las creencias políticas pueden influir en la apreciación de las expresiones culturales?

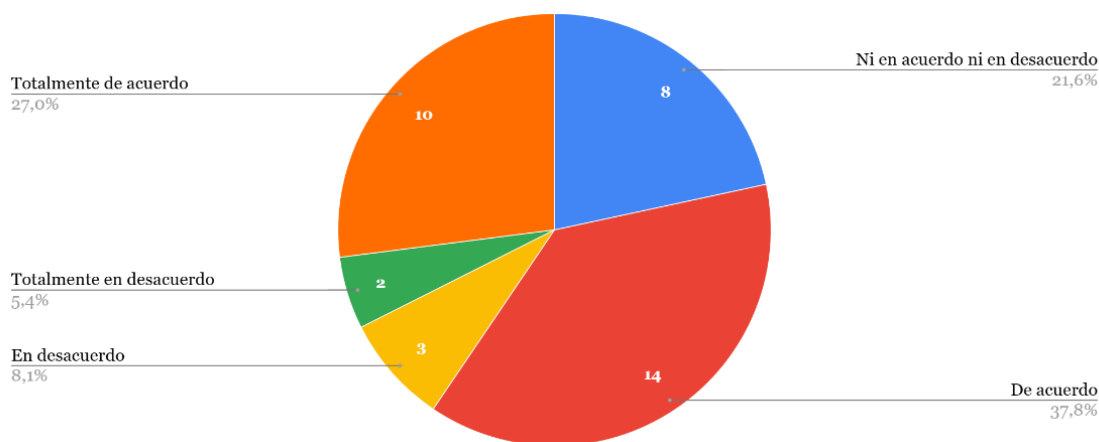


Fuente: Google Forms

En la Figura 12, se observa que 10 estudiantes seleccionaron "Totalmente de acuerdo", representando el 27.0%; a comparación, de la opción "De acuerdo" que fue elegida 20 veces, siendo el 54.1% del total; a diferencia de los 4 alumnos optaron por "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", alcanzando el 10.8%; mientras que, 2 alumnos marcaron "En desacuerdo", siendo el 5.4%; y solo 1 estudiante seleccionó "Totalmente en desacuerdo", equivalente al 2.7%.

Respecto a la suma de las respuestas positivas, se demuestra que hay una clara influencia de las creencias políticas en la valoración cultural indicando que el gobierno promueve el arte o las expresiones culturales a través de museos; sin embargo, solo expone el arte colonial mas no hay variedad cuando se trata del arte amazónico. Por otro lado, las estudiantes que se mantienen al margen o que no están de acuerdo, pueden ser porque no hay muchos espacios donde no se pueda debatir sobre política y cultura, porque no hay un interés particular de adquirir conocimientos culturales o porque creen que no hay relación alguna en ambos términos.

Figura 13: ¿Consideras que la política tiene un impacto directo en la preservación de las expresiones culturales?

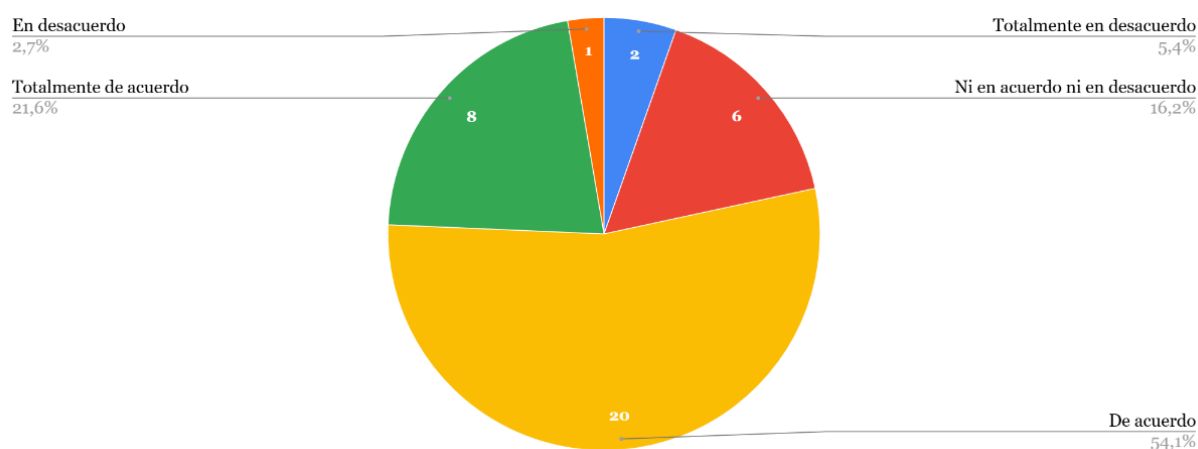


Fuente: Google Forms

En la Figura 13, se encontró que 10 estudiantes eligieron “Totalmente de acuerdo”, representando el 27%; mientras que, 14 alumnos marcaron “De acuerdo”, siendo el 37.8% del total; a diferencia de los 8 universitarios que optaron por “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, abarcando el 21.6%; a comparación de los 3 estudiantes que seleccionaron “En desacuerdo”, representando el 8.1%; y solo 2 alumnos escogieron “Totalmente en desacuerdo”, siendo el 5.4% del total.

Se puede apreciar que la suma de respuestas positivas, es del 64.8%, lo que significa que sí hay una influencia de los recursos que se le brinda a la preservación de las expresiones culturales, esto lo podemos ver reflejado cuando el gobierno declaró como patrimonio cultural el Inti Raymi; no obstante, tanto la posición neutral como negativa puede ser debido al poco presupuesto que se le brinde al sector cultural, el no incentivar a la población o la centralización de los museos puesto que no muchas personas pueden acceder por la lejanía o del costo de las entradas.

Figura 14: ¿Consideras que los cambios en los valores culturales afectan las ideologías en las expresiones culturales?



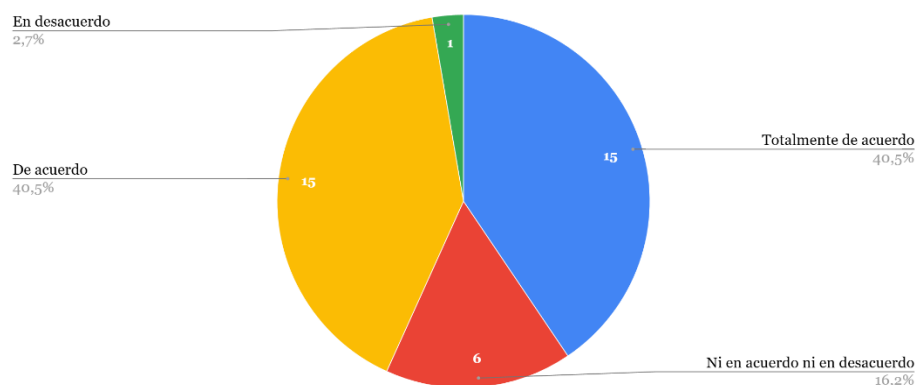
Fuente: Google Forms

En la Figura 14, se observa que 8 estudiantes seleccionaron “Totalmente de acuerdo”, representando el 21.6%; a diferencia de los 20 alumnos que marcaron “De acuerdo”, alcanzando el 54.1% del total; mientras que, 6 universitarios optaron "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", representando el 16.2%; solo 1 encuestado eligió la categoría "En desacuerdo", siendo el 2.7%; y 2 estudiantes escogieron la categoría "Totalmente en desacuerdo", abarcando el 5.4% del total de alumnos.

Respecto a la suma de las respuestas positivas, estas alcanzan el 75.7% donde se reconoce que los cambios en los valores culturales influyen directamente en las ideologías que sustentan las expresiones culturales; en otras palabras, sí existe influencia; esto se puede apreciar que la identidad cultural se valora más a través de fechas cívicas en conmemoración a cada uno de ellos; además que existe mayor conciencia a través de las redes sociales sobre la valoración cultural, migraciones, antepasados o de incentivar políticas en los colegios donde para valorar las tradiciones, costumbres, cosmología y más.

Mientras que, tanto la posición neutral como negativa tiene un posible desconocimiento sobre cómo se pueden ver afectados los valores culturales desde personas que no han notado cambios significativos o que tanto las tradiciones como las ideologías no se modifican o evolucionan.

Figura 15: ¿Se puede decir que los valores culturales tienen una influencia en la sociedad?



Fuente: Google Forms

En la Figura 15, se observa que 15 estudiantes seleccionaron "Totalmente de acuerdo", representando el 40.5%; a comparación de la opción "De acuerdo" que fue elegida 15 veces, siendo el 40.5% del total; mientras que, 6 alumnos optaron por "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", alcanzando el 16.2%; por otro lado, 1 universitario marcó "En desacuerdo", siendo el 2.7%; y ningún estudiante seleccionó la categoría "Totalmente en desacuerdo".

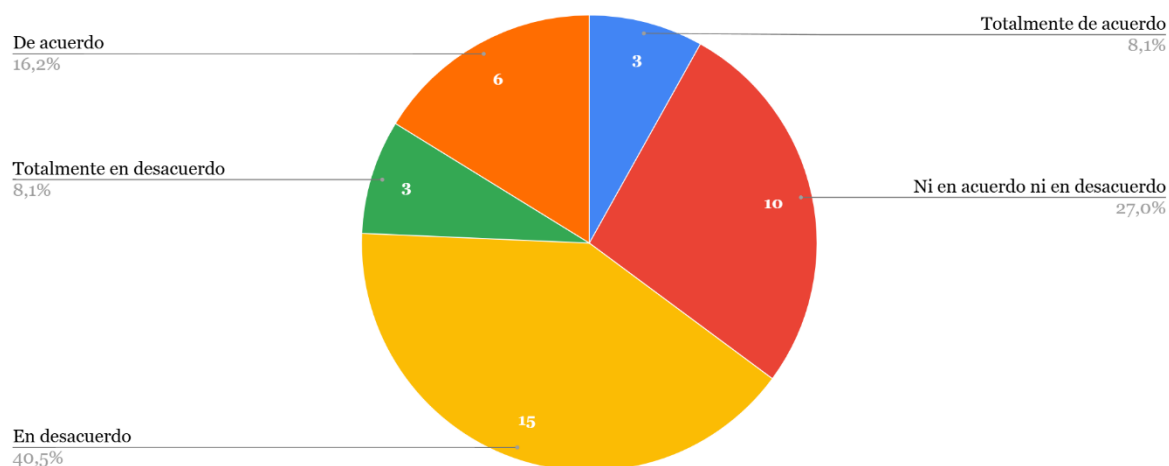
De esto se puede entender que, la suma de los resultados positivos abarca el 81% reconociendo que verdaderamente existe una influencia de los valores dentro de la sociedad, esto sugiere que los valores siguen teniendo un impacto positivo en el comportamiento cultural dentro de la sociedad, esto implica que existe una conciencia cultural como las festividades, lenguaje, artesanías, música y más.

Sin embargo, tanto para la posición neutral como negativa, su opinión puede ser debido al impacto de la globalización ya que muchas veces el humano tiene como tendencia a extranjerizarse y no preservar lo suyo; otro de los motivos puede ser al bajo contacto de las expresiones culturales.

ANEXO 18:

Respuestas de encuestas mediante gráficos según la variable medios de comunicación

Figura 1: ¿Consideras que los programas de televisión mantienen actualizada a la audiencia sobre las expresiones culturales?

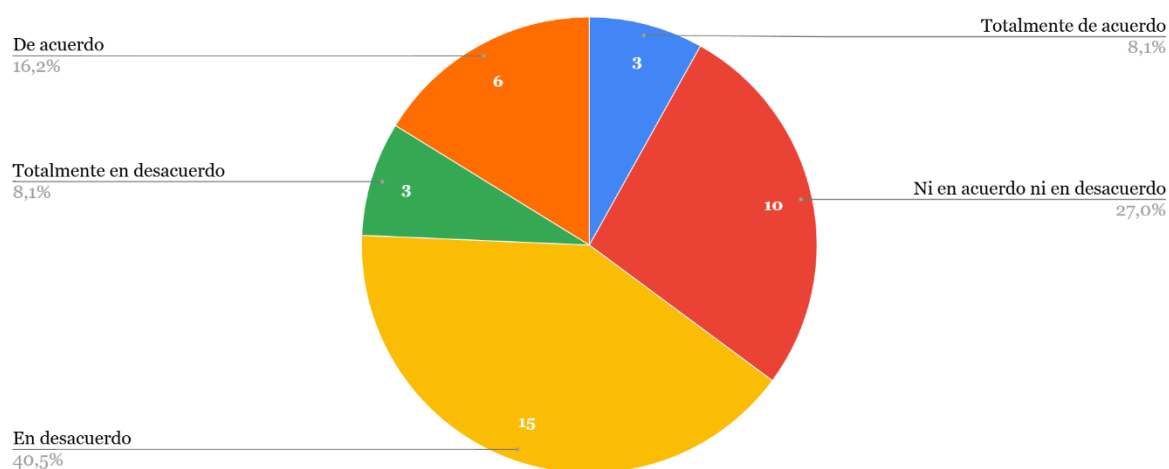


Fuente: Google Forms

En la Figura 1, se observa que 3 estudiantes seleccionaron la opción de “Totalmente de acuerdo”, representando el 8.1% del total; respecto a la categoría de “De acuerdo”, la marcaron 6 alumnos, siendo el 16.2%; a comparación de los 10 universitarios que optaron por la opción “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, representando el 27%; a diferencia de las 15 personas que votaron por “En desacuerdo”, siendo el 40.5%; mientras que, solo 3 personas seleccionaron “Totalmente en desacuerdo”, representando el 8.1% del total de la muestra.

De esto se puede entender que, pese a un pequeño grupo que valora positivamente la oferta cultural televisiva, la mayoría de los encuestados percibe que los programas no cumplen adecuadamente con informar o promover expresiones culturales; esto señala una oportunidad para mejorar la programación televisiva, incorporando contenidos culturales más relevantes y diversificados, o bien, sugiere que la audiencia prefiere consumir este tipo de información a través de otros medios alternativos.

Figura 2: ¿Está de acuerdo que la televisión actualiza a la audiencia sobre temas y eventos culturales?



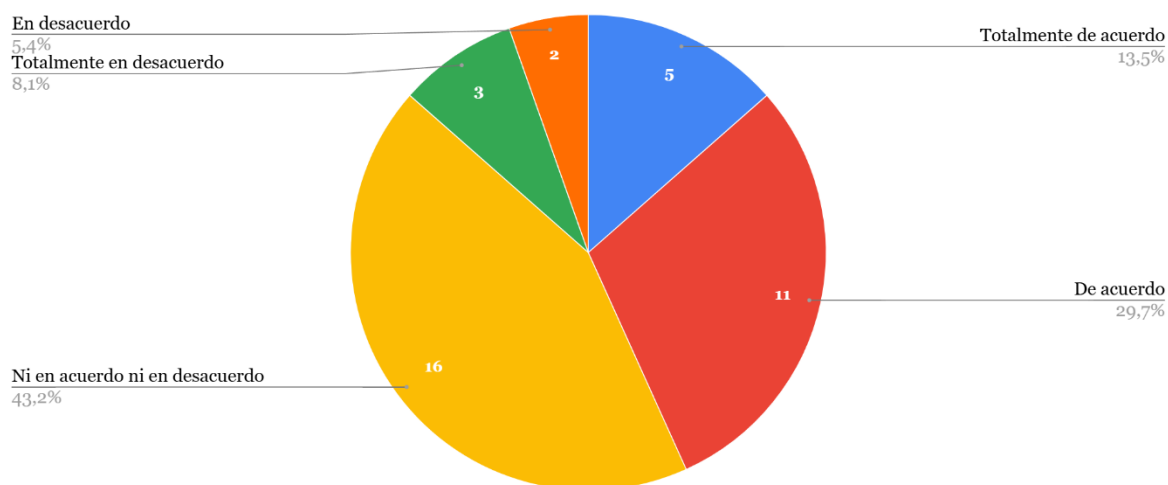
Fuente: Google Forms

En la Figura 2, se observa que solo 3 alumnos marcaron la opción “Totalmente de acuerdo”, representando el 8.1%; en el caso de “De acuerdo” solo 6 la escogieron y pertenecen al 16.2%; a comparación de “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” que la seleccionaron 10 veces y abarca el 27%; sin embargo, 15 personas están “En desacuerdo”, siendo el 40.5%; a diferencia de las 3 personas que optaron por la categoría de “Totalmente en desacuerdo” que representan el 8.1% del total.

Los resultados muestran una percepción dividida sobre la influencia de los valores culturales en la sociedad; por un lado, se tiene que el 24.3% de los encuestados con respuestas positivas, reconoce su impacto positivo, lo que sugiere que una minoría valora la preservación de tradiciones, lenguas o expresiones artísticas como factores clave en la cohesión social; sin embargo, el 48.6% niega o cuestiona esta influencia, lo que podría asociarse a fenómenos como la globalización, la homogenización cultural o la pérdida de identidad local; a diferencia del 27% que se mantiene neutral refleja posiblemente desconocimiento, indiferencia o una postura ambivalente ante el tema;

En resumen, mientras un sector minoritario defiende la vigencia de los valores culturales, la mayoría los considera poco influyentes, lo que invita a reflexionar sobre estrategias para revalorizarlos en contextos modernos.

Figura 3: ¿Crees que la televisión es una fuente confiable para obtener información sobre las expresiones culturales?

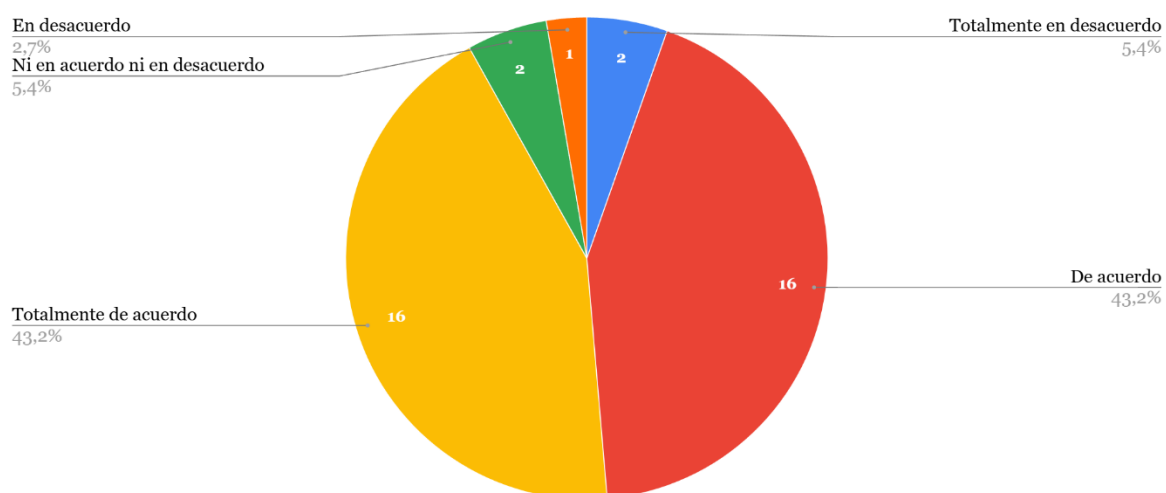


Fuente: Google Forms

Respecto a la Figura 3, el 13,5% de los encuestados está "Totalmente de acuerdo"; y el 29,7% "De acuerdo", sumando un 43,2% de opiniones positivas; el 43,2% seleccionó "Ni en acuerdo ni en desacuerdo"; mientras que, 2 personas votaron por "En desacuerdo", que es el 5,4% está y solo 3 alumnos están "Totalmente en desacuerdo" y es el 8,1%.

Los datos revelan una polarización donde casi la mitad de la audiencia aún confía en la televisión para contenido cultural, pero otro segmento igualmente grande muestra indiferencia, posiblemente por falta de exposición o calidad en la programación; el 13,5% que rechaza activamente esta confiabilidad señala una crisis de credibilidad que podría relacionarse con contenidos superficiales, falta de diversidad cultural o el auge de alternativas digitales más especializadas.

Figura 4: ¿Está de acuerdo que la televisión puede ser utilizada para entretener a la audiencia mediante contenidos culturales?

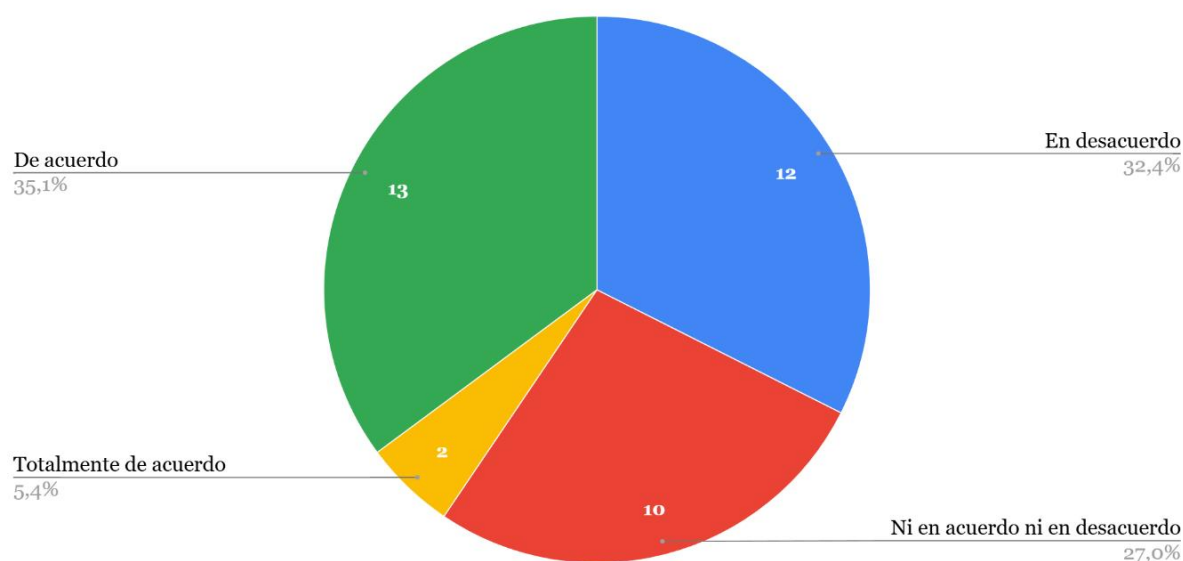


Fuente: Google Forms

En la Figura 4, 16 estudiantes están "Totalmente de acuerdo" y representan el 43.2%; lo mismo ocurre con la opción "De acuerdo" que abarca el 43.2% de la muestra; 2 alumnos seleccionaron la categoría "Ni en acuerdo ni en desacuerdo", representando el 5,4%; mientras que, 1 universitario está "En desacuerdo", siendo el 2,7%, y solo 2 alumnos que están "Totalmente en desacuerdo" 5,4%.

Siendo la mayoría de los encuestados, estos validan el potencial de la televisión como herramienta de entretenimiento cultural, lo que sugiere que los contenidos culturales bien diseñados pueden captar el interés del público; sin embargo, el 8,1% de rechazo y el 5,4% neutral indican que aún existen desafíos, posiblemente relacionados con la calidad, diversidad o formato de estos programas, lo que señala la necesidad de innovar en propuestas culturales televisivas para consolidar su aceptación universal.

Figura 5: En su opinión, ¿los programas televisivos mezclan entretenimiento y cultura?

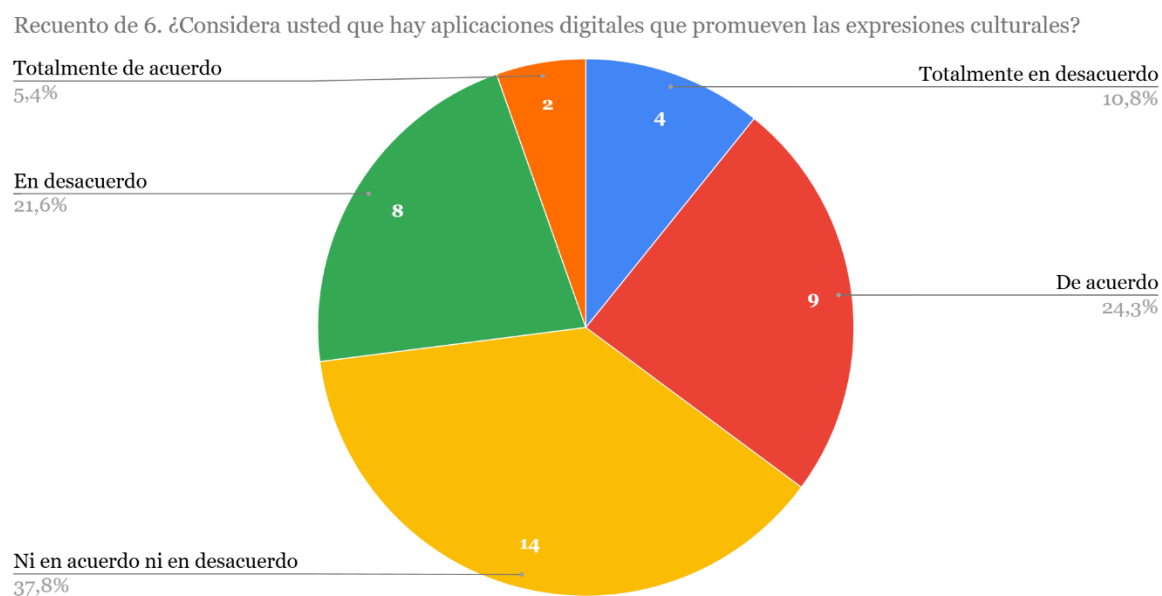


Fuente: Google Forms

Respecto a la Figura 5, solo 2 estudiantes eligieron “Totalmente de acuerdo”, siendo el 5.4%; a comparación con la opción “De acuerdo” que 13 personas la eligieron y representa el 35.1%; mientras que, 10 estuvieron “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”; siendo el 27%; sin embargo, 12 están “En desacuerdo”, siendo el 32.4%, y “Totalmente en desacuerdo” no fue elegida.

Los resultados revelan una división clara en la percepción del público: aunque un 40,5% reconoce la integración de cultura y entretenimiento en la televisión, un 32,4% la cuestiona, lo que podría indicar inconsistencias en la calidad o enfoque de estos contenidos; la neutralidad de un 27,0% sugiere que una parte significativa de la audiencia no tiene una postura definida, posiblemente por falta de exposición o claridad en la oferta televisiva, destacando la necesidad de equilibrar ambos elementos para satisfacer las expectativas del público.

Figura 6: ¿Considera usted que hay aplicaciones digitales que promueven las expresiones culturales?



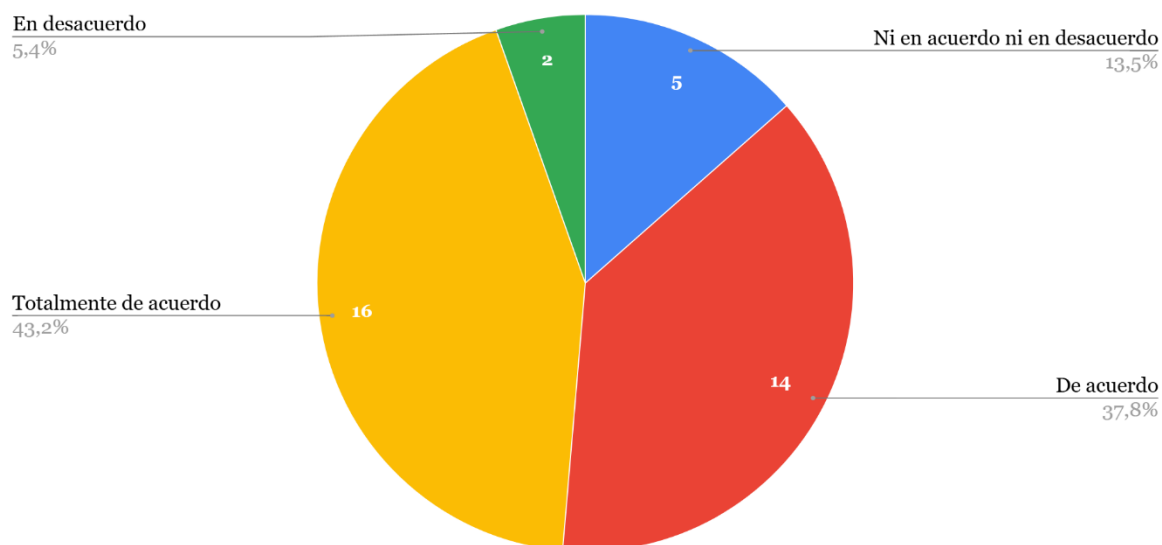
Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 6, 2 están “Totalmente de acuerdo” representando el 5.4%; además de ello, 9 alumnos están “De acuerdo” siendo el 24.5%; a comparación de los que están “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, siendo 14 estudiantes representando el 37.8%; 8 están “En desacuerdo” siendo el 21.6% y 4 que están “Totalmente en desacuerdo” abarcando el 10.8%.

Los datos muestran una percepción dividida sobre el rol de las aplicaciones digitales en la promoción cultural; mientras que, un 29.7% reconoce su valor como herramienta cultural, un 32.4% cuestiona su efectividad; en este caso, el dato más relevante es el 37.8% que se mantiene neutral, lo que podría indicar falta de conocimiento sobre estas aplicaciones o una oferta insuficiente de plataformas digitales con contenido cultural relevante y accesible.

Se evidencia una oportunidad para fortalecer el vínculo entre tecnología y cultura; puesto que, para potenciar este canal, sería clave desarrollar aplicaciones más intuitivas y atractivas, junto con estrategias de difusión que resalten su valor cultural; asimismo, implementar programas educativos que fomenten el uso crítico de estas herramientas podría ayudar a reducir el porcentaje de neutralidad y convertir a las apps en verdaderos puentes para la preservación y difusión del patrimonio cultural.

Figura 7: ¿Cree que las aplicaciones digitales pueden ser efectivas para educar?

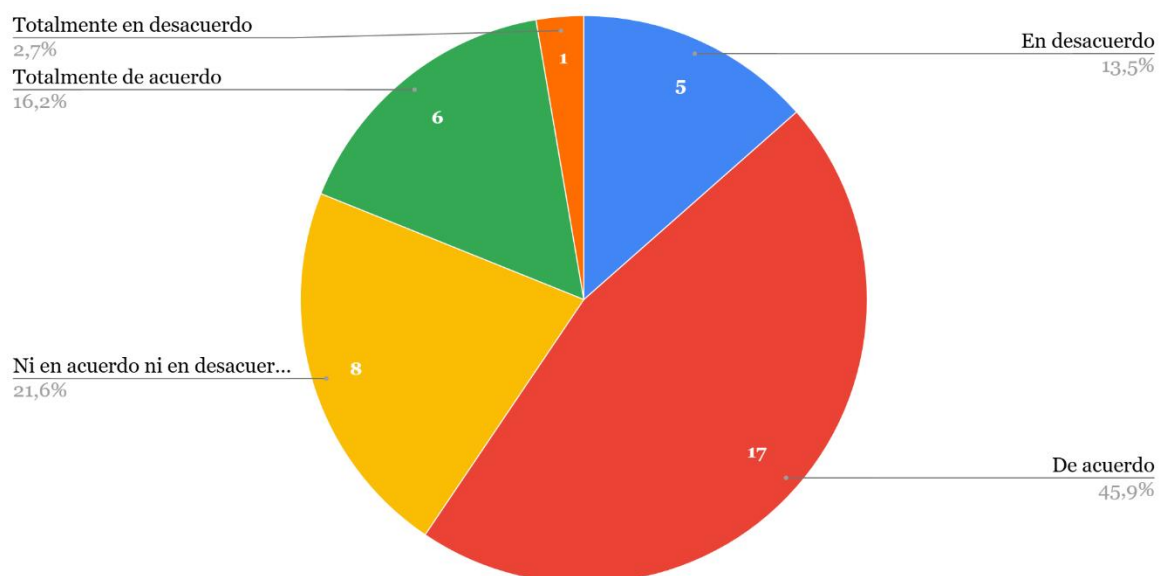


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 7, 16 personas seleccionaron la opción “Totalmente de acuerdo”, abarcando el 43.2% de la muestra; de igual manera, “De acuerdo” ocupa el 37.8% con 14 estudiantes que la marcaron; por otro lado, 5 alumnos optaron por “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” siendo el 13.5%; no obstante, solo 2 individuos votaron por “En desacuerdo” ocupando el 5.4% de la muestra total; por el contrario, ninguna persona optó por la categoría “Totalmente en desacuerdo”.

Los resultados demuestran un amplio consenso sobre la efectividad de las aplicaciones digitales como herramientas educativas, donde un 81% de los respalda esta idea; en cambio, la minoría que tiene posición neutral, podría reflejar la falta de experiencia con apps educativas, mientras que, el bajo porcentaje en desacuerdo sugiere que las dudas sobre su eficacia son marginales; esto sugiere que se destacan la creciente aceptación de la tecnología digital en procesos de aprendizaje.

Figura 8: Respecto a los sistemas digitales, ¿las redes sociales impulsan los contenidos culturales?

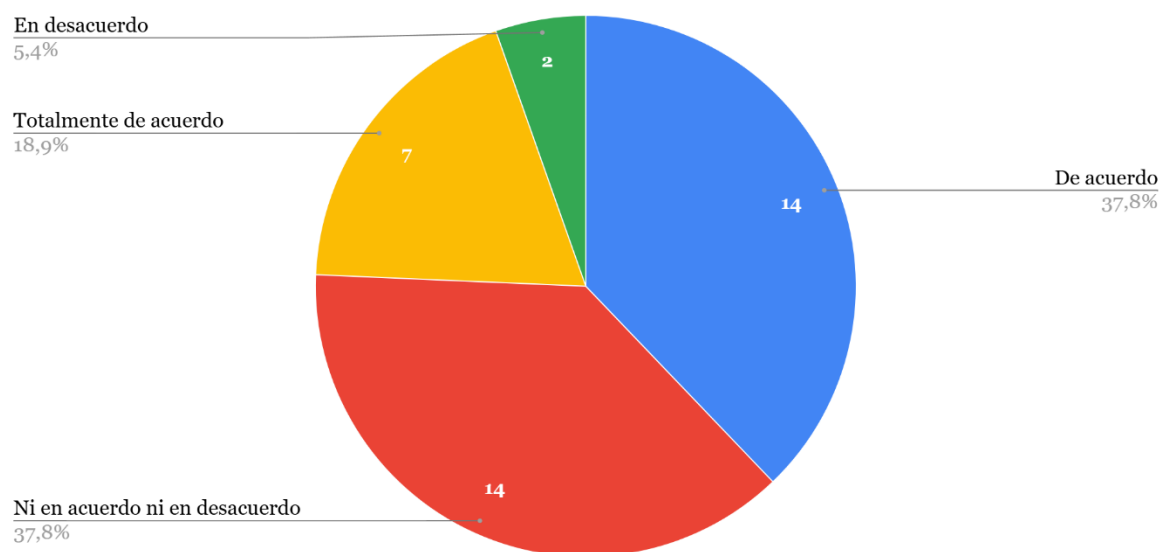


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 8, “Totalmente de acuerdo” fue seleccionada 6 veces abarcando el 16.2%; a comparación de las 17 personas que optaron por la categoría “De acuerdo” representando el 45.9%; por el contrario, 8 alumnos marcaron “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” siendo el 21.6%; no obstante, el 13.5%, que son 5 estudiantes, escogieron “En desacuerdo”; a diferencia de “Totalmente en desacuerdo” que solo 1 persona lo eligió y representó el 2.7% del total.

Los resultados revelan una tendencia favorable hacia el rol de las redes sociales en la promoción de contenidos culturales, con un 62.1% de aceptación; sin embargo, persisten posturas críticas y un grupo neutral significativo, lo que sugiere que, aunque las redes son vistas como herramientas útiles para difundir cultura, su impacto aún genera debates; en este caso, la minoría en desacuerdo podría asociarse a la saturación de contenidos superficiales o a la falta de enfoque cultural en muchas plataformas.

Figura 9: ¿Los sistemas digitales enfrentan un grave problema ante la falta de competencia de contenidos?

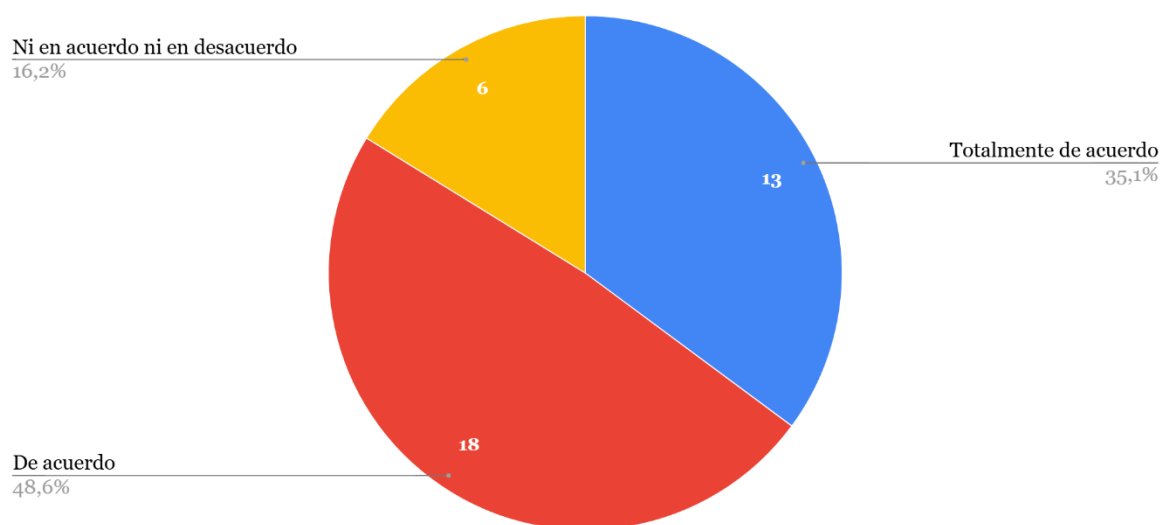


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 9, solo 7 personas marcaron “Totalmente de acuerdo” siendo el 18.9%; a comparación de la opción “De acuerdo” donde 14 alumnos la marcaron, representando el 37.8%; de igual manera, ocurre con la categoría “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” que abarca el 37.8%; por el contrario, “En desacuerdo”, solo 2 personas votaron por la opción y es el 5.4% del total de alumnos, y “Totalmente en desacuerdo” no fue seleccionada.

Los resultados muestran una percepción dividida sobre la falta de competencia de contenidos en sistemas digitales; donde un 56.7% de los encuestados reconoce este problema, lo que sugiere una preocupación por la calidad y diversidad de los contenidos disponibles; sin embargo, un 37.8% se mantiene neutral, lo que podría indicar desconocimiento, falta de criterio para evaluar el tema o indiferencia; por el contraria, la minoría que están en desacuerdo y la ausencia de respuestas en "Totalmente en desacuerdo" reflejan que, aunque el problema no es universalmente aceptado, existe un consenso parcial sobre su relevancia.

Figura 10: ¿Considera usted que los conocimientos digitales son esenciales para preservar y promocionar las expresiones culturales?

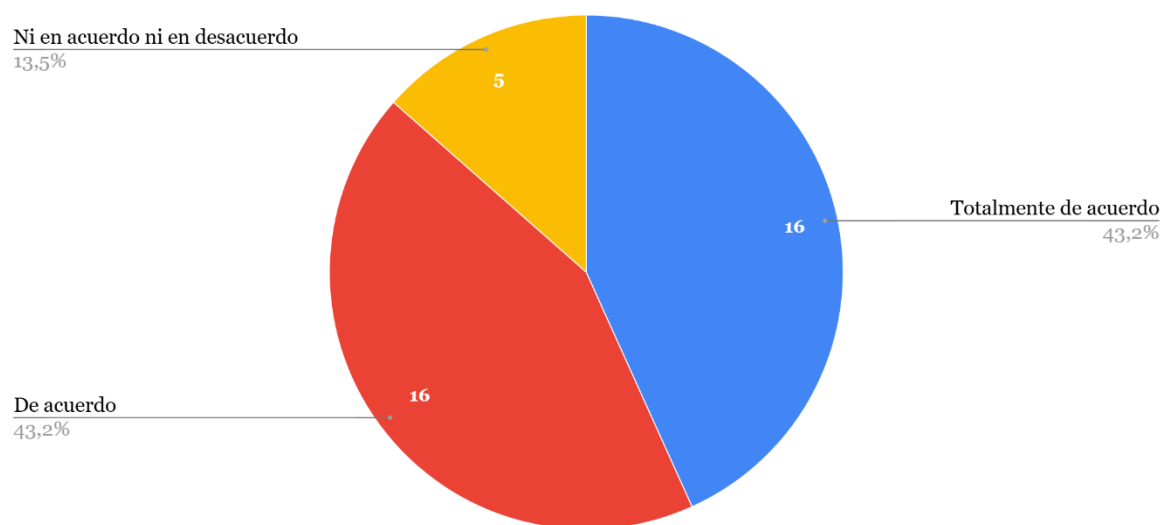


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 10, la opción “Totalmente de acuerdo” fue seleccionada 13 veces abarcando el 35.1% de la muestra; de la misma manera ocurre con la categoría “De acuerdo” contando 18 alumnos, siendo el 48.6%; sin embargo, solo 6 estudiantes votaron por la opción “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, representando el 16.2% del total de la muestra; no obstante, tanto para las opciones “En desacuerdo” y “Totalmente en desacuerdo” no fueron seleccionadas.

Los resultados demuestran un consenso positivo abrumador de 83.7% sobre la importancia de los conocimientos digitales para preservar y promocionar la cultura; a comparación, de la ausencia total de respuestas negativas y la minoría neutral, se refuerza la idea de que las competencias digitales son percibidas como herramientas fundamentales en la era actual para salvaguardar el patrimonio cultural; esto podría asociarse a la creciente digitalización de las expresiones culturales como plataformas de arte, museos virtuales, archivos digitales, entre otros, y a la necesidad de adaptarse a nuevos formatos de consumo cultural.

Figura 11: ¿Cree que los conocimientos digitales pueden ayudar a las personas a comprender las expresiones culturales de otros países?

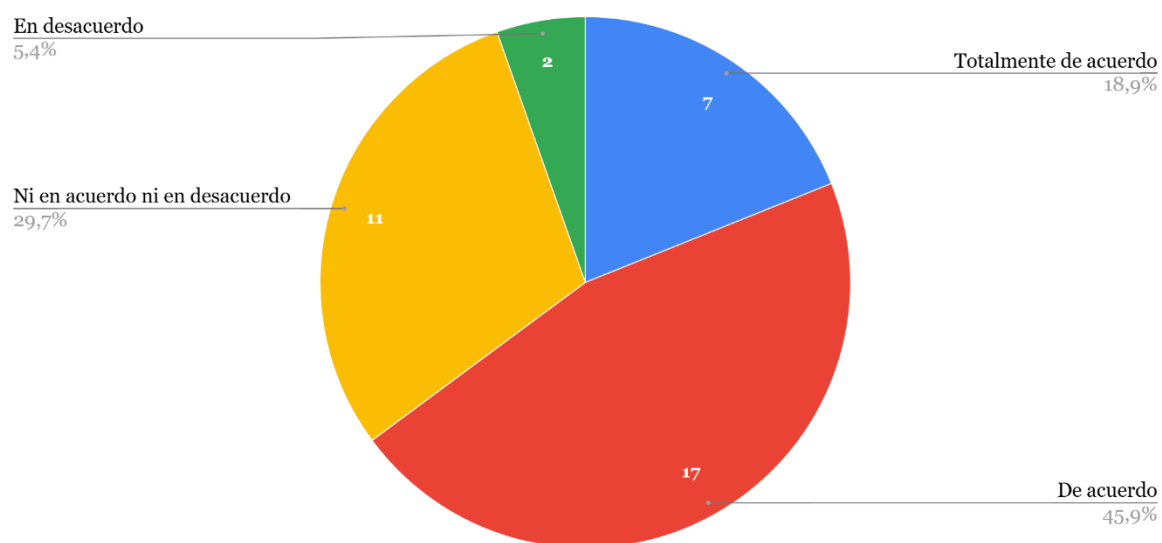


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 11, la categoría “Totalmente de acuerdo” fue votada 16 veces abarcando el 43.2% de la muestra; de igual manera sucede con la categoría “De acuerdo” contando 16 alumnos, siendo el 43.2%; sin embargo, solo 5 estudiantes votaron por la opción “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, representando el 13.5% del total de la muestra; no obstante, tanto para las opciones “En desacuerdo” y “Totalmente en desacuerdo” no fueron seleccionadas.

Los resultados revelan un acuerdo casi unánime en un 91.8% sobre la capacidad de los conocimientos digitales para facilitar la comprensión intercultural; de igual manera, se aprecia la ausencia total de respuestas negativas y la baja neutralidad confirman que lo digital es visto como un puente cultural global, capaz de romper las barreras geográficas, fomentar la empatía intercultural y la democratización del conocimiento.

Figura 12: ¿Cree que los contenidos radiales enfocados en las expresiones culturales son aptos para los jóvenes?

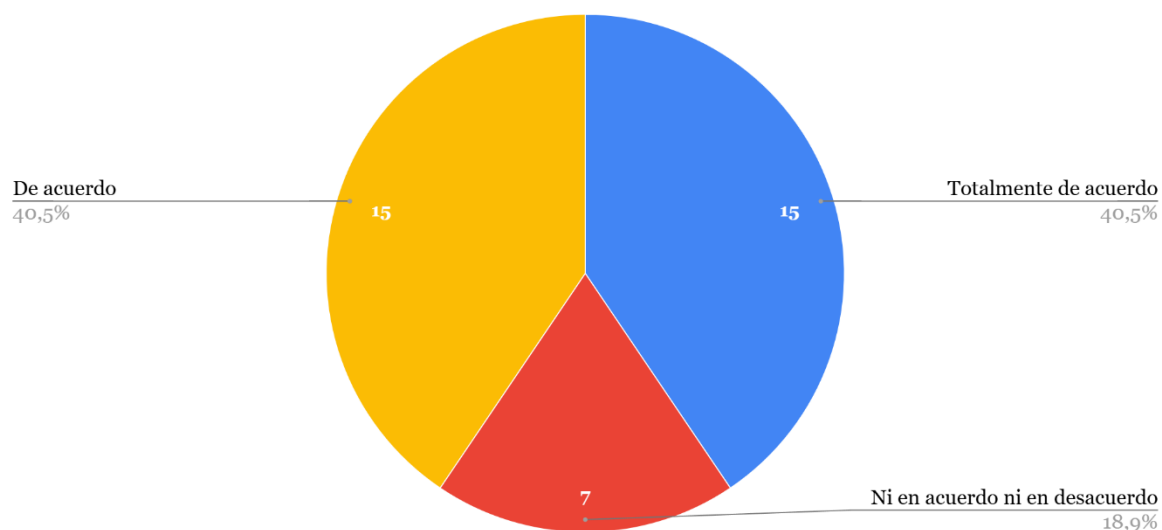


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 12, 7 estudiantes votaron por “Totalmente de acuerdo” representando el 18.9%; a comparación con “De acuerdo” que 17 la seleccionaron siendo el 45.9% de la muestra; por otro lado, “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” 11 la escogieron con el 29.7%; pero, “En desacuerdo” solo 2 optaron por dicha opción, representando solo el 5.4%; en cambio con “Totalmente en desacuerdo” nadie la seleccionó.

Los resultados muestran una tendencia favorable, pero matizada sobre la adecuación de los contenidos radiales culturales para jóvenes, donde un 64.8% valora positivamente su potencial; sin embargo, el 29.7% de neutralidad sugiere que un segmento importante de jóvenes podría no estar expuesto a esta oferta, desde desconocer su existencia o percibirla como irrelevante; donde la mínima discrepancia y la ausencia de rechazo total indican que, aunque no generan oposición, estos contenidos deben renovarse para captar mayor interés.

Figura 13: ¿Considera que debe haber un mayor repertorio de contenidos radiales especializados en expresiones culturales para los jóvenes?

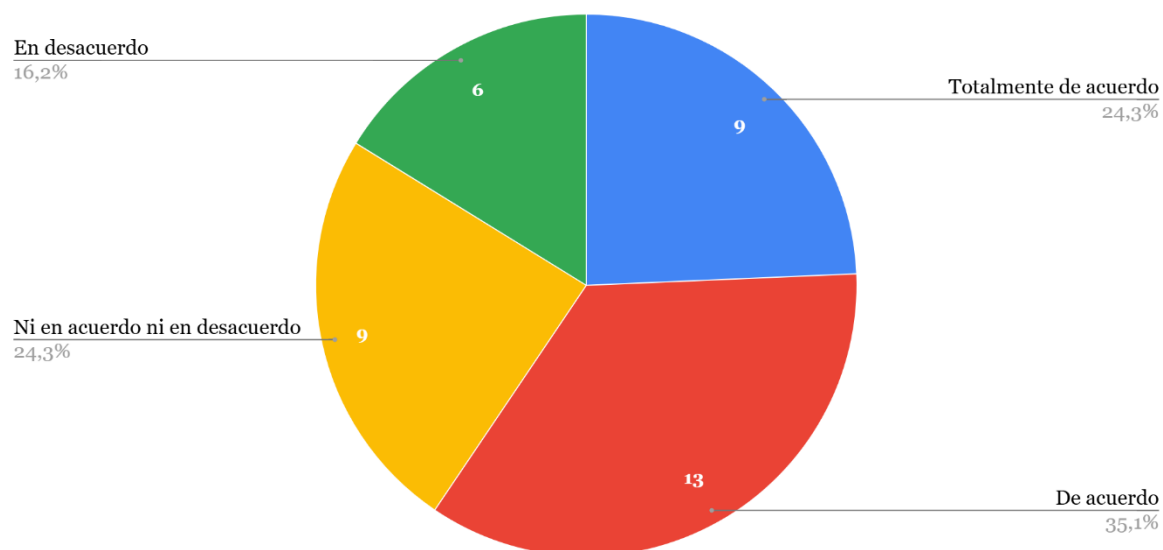


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 13, 15 alumnos seleccionaron la opción “Totalmente de acuerdo” representando el 40.5%; de igual manera ocurre con “De acuerdo” que también figura con la misma cantidad de respuesta siendo el 40.5%; no obstante, en el caso de “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, obtuvo 7 votos formando el 18.9 que representa de la muestra; a comparación de “En desacuerdo” y “Totalmente en desacuerdo” que no obtuvo votos.

Los resultados reflejan una demanda clara y mayoritaria del 81% por ampliar la oferta de contenidos radiales culturales dirigidos a jóvenes; donde la ausencia total de respuestas negativas y la minoría neutral confirman que existe un consenso sobre la necesidad de diversificar y especializar la programación cultural en este medio; por el contrario, respecto al alto porcentaje de apoyo sugiere que los jóvenes perciben la radio como un canal válido para acceder a cultura, pero con oportunidades de mejora en su enfoque y variedad.

Figura 14: Basada en su opinión, ¿Los contenidos musicales radiales están dirigidos para todo público?

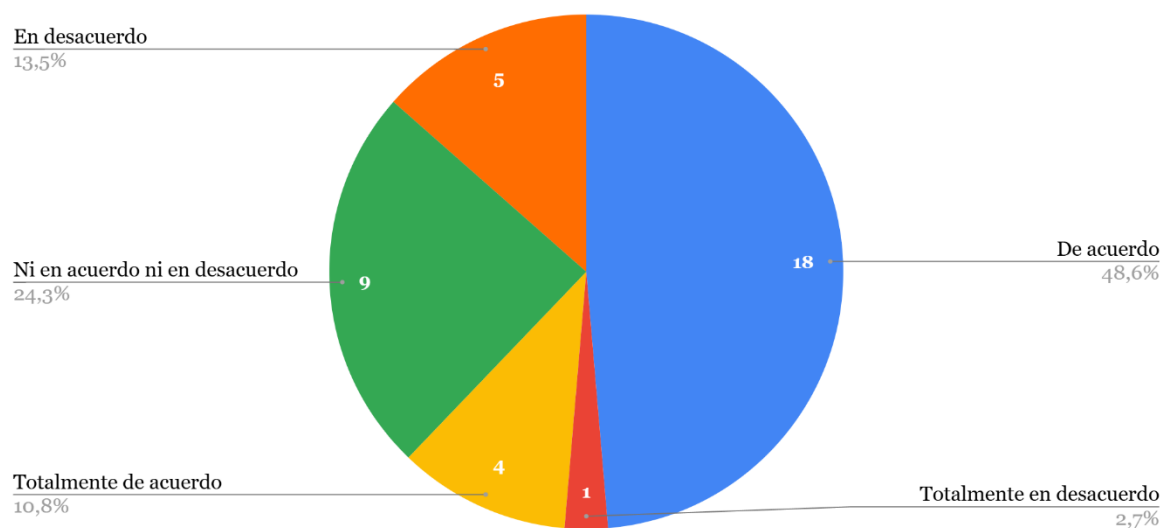


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 14, “Totalmente de acuerdo” obtuvo 9 votos abarcando el 24.3%; en cambio 13 optaron con “De acuerdo”, representando el 35.1%; mientras que, “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” 9 eligieron “En desacuerdo” siendo el 24.3%; a diferencia con “En desacuerdo” que 6 estudiantes la seleccionaron abarcando el 16.2%; no obstante, ninguna persona optó por la categoría “Totalmente en desacuerdo”.

Los resultados presentan una percepción dividida sobre la capacidad de los contenidos musicales radiales para llegar a todo público, siendo que el 59.4% consideran que sí son inclusivos; a diferencia de un 40.5% expresa dudas o rechazo, sugiriendo que estos contenidos podrían estar sesgados hacia ciertos grupos etarios, géneros musicales o intereses específicos; de igual manera, la ausencia de respuestas en "Totalmente en desacuerdo" indica que, aunque existe crítica, no hay un rechazo radical.

Figura 15: ¿Considera que hay una influencia musical en los programas radiales que promuevan las expresiones culturales?

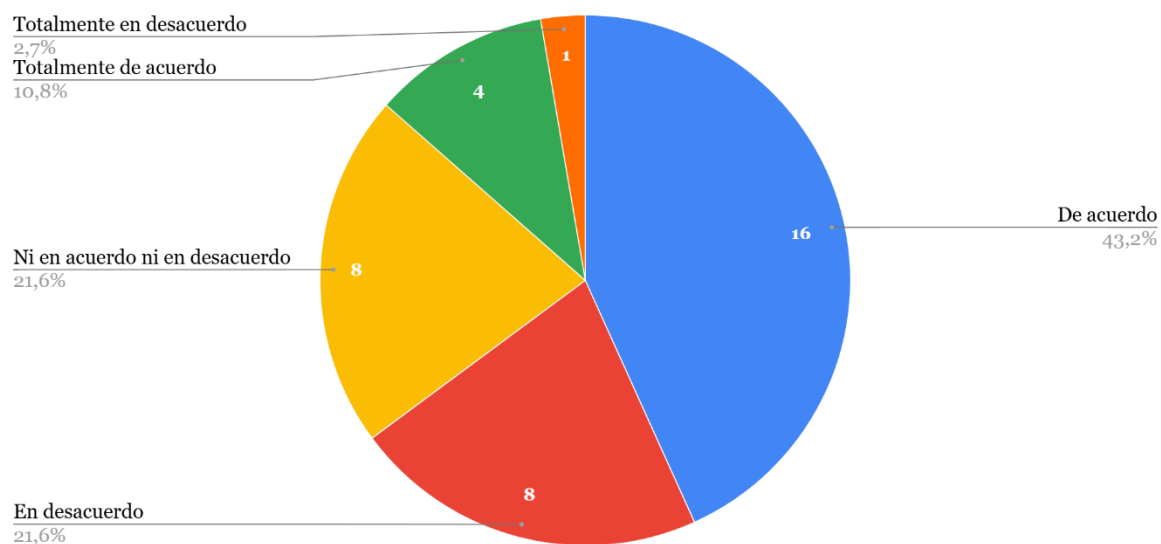


Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 15, 4 estudiantes seleccionaron “Totalmente de acuerdo” abarcando el 10.8%; no obstante, con “De acuerdo” fue votada 18 veces y esta representa el 48.6%; en cambio con “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” fueron 9 alumnos que la eligieron representando el 24.3%; “En desacuerdo” obtuvo 5 votos y es el 13.5% de la muestra; a comparación de “Totalmente en desacuerdo” que solo ocupa el 2.7% siendo 1 persona que la escogió.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados reconoce una influencia musical en los programas radiales que promueven expresiones culturales, lo que sugiere que la música juega un papel importante como vehículo de difusión cultural; sin embargo, un 24.3% se mantiene neutral, lo que podría indicar desconocimiento o falta de exposición a este tipo de contenidos; mientras que, un 16.2% cuestiona esta influencia, donde posiblemente se puede considerar que los contenidos musicales radiales no siempre reflejan auténticas expresiones culturales o tienen un enfoque limitado.

Figura 16: ¿Crees que las locuciones radiales presentan un lenguaje adecuado para explicar sobre las expresiones culturales?



Fuente: Google Forms

Respecto a la figura 16, 4 estudiantes eligieron “Totalmente de acuerdo” representando el 10.8%; por el contrario, “De acuerdo” abarca el 43.2% siendo 16 alumnos que la seleccionaron; sin embargo, con “Ni en acuerdo ni en desacuerdo” 8 optaron por ella, siendo el 21.6%; a comparación, con “En desacuerdo” que 8 optaron por ella y representa el 21.6%; mientras que “Totalmente en desacuerdo” solo 1 persona la votó y es el 2.7% de la muestra total.

Los resultados revelan que el 54% de los encuestados considera adecuado el lenguaje utilizado en las locuciones radiales para explicar expresiones culturales, lo que indica una aceptación mayoritaria; sin embargo, un 24.3% muestra indiferencia o rechazo, sugiriendo que el lenguaje podría no ser siempre claro, accesible o inclusivo para todos los oyentes, lo que señala una oportunidad para mejorar la comunicación en estos contenidos.

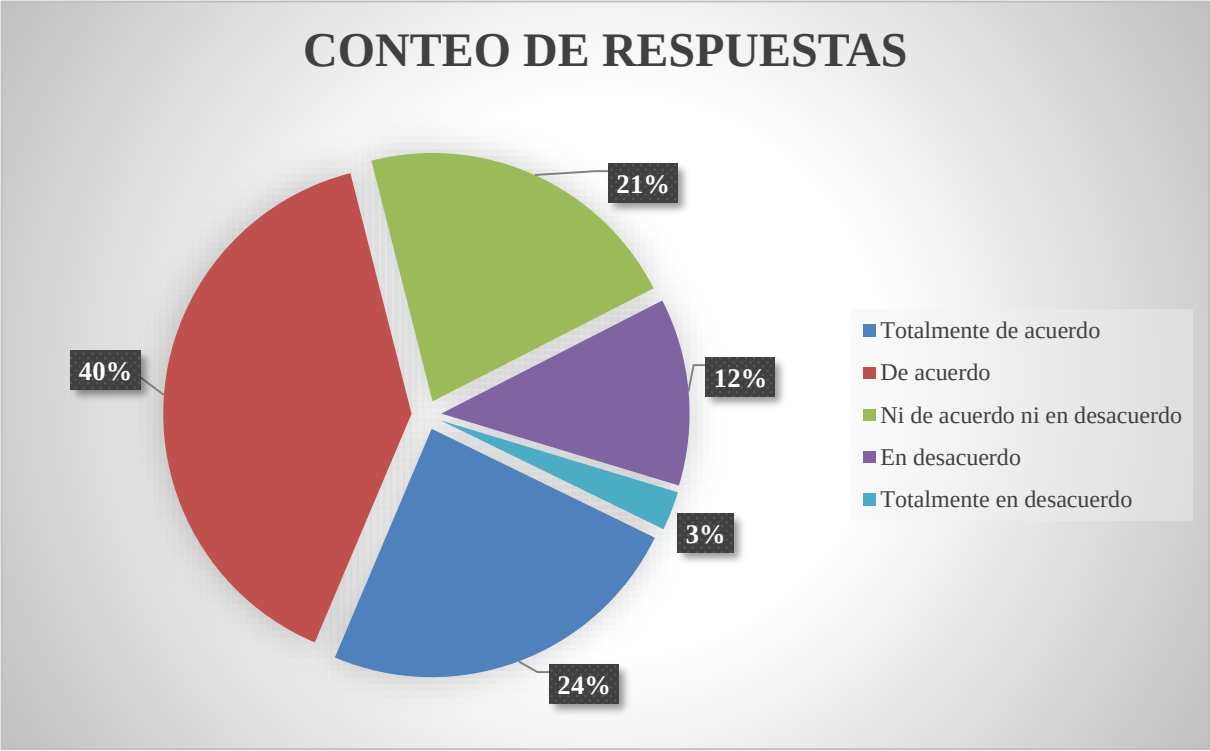
ANEXO 19:
Cuadro: Resultados generales de la encuesta – porcentaje

	Conteo	Porcentaje
Totalmente de acuerdo (5)	285	24%
De acuerdo (4)	468	40%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	253	21%
En desacuerdo (2)	144	12%
Totalmente en desacuerdo (1)	30	3%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la Tabla 1, los resultados generales de la encuesta muestra que la opción de la escala Likert, con la categorización de “Totalmente de acuerdo”, tiene un conteo de 285 representando el 24% del total; por otro lado, la categoría “De acuerdo” obtuvo la cifra más alta con 468 respuestas, obteniendo así el 40%, demostrando así que es la opción más seleccionada por el alumnado; mientras que, la siguiente escala de Likert “Ni de acuerdo ni en desacuerdo” tiene un conteo de 253, representando el 21%; a comparación de la opción de “En desacuerdo” que tuvo 144 respuestas, que corresponde el 12%; finalmente, solo 30 estudiantes seleccionaron la opción de “Totalmente en desacuerdo”, representando el 3% del total de alumnos del 5to ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

A partir de los resultados, se evidencia que existe una tendencia mayoritaria en las categorías “Totalmente de acuerdo” y “De acuerdo”, representando el 64%, lo cual indica que, los estudiantes muestran un alto nivel de coincidencia con las afirmaciones planteadas según las preguntas del instrumento; sin embargo, sumando las respuestas de las categorías “En desacuerdo” y “Totalmente en desacuerdo” se obtuvo el 15% indicando así que existe poca oposición a los enunciados; mientras que, la opción de “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, reflejan una postura más neutral lo cual se puede inferir que hay una cierta indiferencia al tema, limitado conocimientos del tema, entre otros factores.



Fuente: Elaboración propia