UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

"INFLUENCIA DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA MÚSICA TRADICIONAL EN LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN AGUSTÍN, AREQUIPA 2018"

Tesis presentada por la Bachiller:

Ccasa Cabrera, Edith Yolanda

Para obtener el Título Profesional de

LICENCIADO TURISMO Y HOTELERÍA

AREQUIPA - PERÚ

2018

DEDICATORIA

A Dios principalmente, por bendecirme y hacer realidad este sueño anhelado. A mis padres Yolanda y Avelino, por ser el motor de mi vida, ejemplos de perseverancia y su motivación constante, alentándome para llegar a cumplir mis metas. A mis hermanos Alex y Sandy, por su paciencia, su motivación y por estar siempre a mi lado en los mejores y peores momentos de mi vida. Sin ustedes no hubiera sido posible este trabajo. Los amo.

Edith Yolanda Ccasa Cabrera

AGRADECIMIENTO

Un reconocimiento y aprecio a: Lic. Orlando Maque, mi tutor de tesis, a quien estimo sus valiosos consejos.

Gracias a todos los profesores durante toda mi carrera universitaria por sus enseñanzas, sus consejos y por haberme empujado a dar lo mejor de mí.

Un agradecimiento justo y extenso a todos los amigos, artistas y admiradores de la música arequipeña que han colaborado de una u otra manera en la realización de este proyecto de tesis: María del Pilar Guillen, Victor Marín, Juan Carlos y Otilia Abarca Huirse, Marcela Cornejo Díaz, Luis Pareja, Augusto Vera Béjar, Juan Carpio Muñoz, Nelson Azpilcueta Zúñiga y Eusebio Quiroz Paz Soldán.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general: Determinar la Influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín; y como objetivos específicos: Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, como segundo objetivo específico: Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, como tercer objetivo específico: Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín y como cuarto objetivo específico: Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

La identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a rasgos culturales, costumbres, valores y creencias, esta identidad se ve fortalecida o debilitado de acuerdo al conocimiento y valoración que le otorga la persona a los rasgos culturales, que están íntegramente relacionados con el patrimonio. Una de las expresiones importante del patrimonio cultural es la música, que juega un papel esencial en los procesos de configuración y consolidación de la identidad, además que en su contenido transporta cultura. Es por ello que se plantea la siguiente pregunta ¿Cuál es el nivel de influencia del conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

El diseño de la presente investigación es de tipo no experimental, este estudio a su vez es de diseño transeccional, de enfoque cuantitativo y su alcance es correlacional. Se aplicó encuestas estructuradas a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

La población fue de 583 y para obtener la muestra se utilizó una fórmula estadística con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5 %, dando como resultado que para la muestra requerida para la presente investigación es de 232 estudiantes.

Se encontró como resultados que el nivel del conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Palabras clave: Identidad cultural, música, tradición.

ABSTRACT

The present investigation has like general objective: To determine the Influence of the level of knowledge of the traditional music in the cultural identity of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín; and as specific objectives: Determine the influence of the level of knowledge of traditional music in the sense of belonging of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín, as a second specific objective: Determine the influence of the knowledge level of Traditional music in the Self-concept of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín, as the third specific objective: To determine the influence of the level of knowledge of traditional music in the language of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín and like fourth specific objective: To determine the influence of the knowledge level of the traditional music in the cultural manifestations of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín.

Cultural identity contains a sense of belonging to cultural traits, customs, values and beliefs, this identity is strengthened or weakened according to the knowledge and appreciation that personality gives to cultural traits, which are related to heritage. One of the most important expressions of cultural heritage in music, which plays an essential role in the construction processes, as well as in the cultural content of transport. That is why we ask the question: What is the level of influence of traditional music knowledge on the cultural identity of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University of San Agustín?

The design of the present investigation is of a non-experimental type, this study in turn is of a transectional type, with a quantitative approach and its scope is correlational. Structured surveys were applied to students of the Tourism and Hospitality Professional School.

The population was 583 and to obtain the sample it has become a statistical formula with a confidence level of 95% and a margin of error of 5%, as a result of the amount required for the present investigation is 232 students.

It was found as results that the level of knowledge of traditional music does not significantly influence the cultural identity of the students of the Professional School of Tourism and Hospitality of the National University San Agustín.

Keywords: Cultural identity, music, tradition.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA ii

AGRADECIMIENTO iii

RESUMEN iv

ABSTRACT vi

INTRODUCCIÓN 1

1. Capítulo I: Marco Metodológico 4

1.1. Enunciado 4

1.2. Planteamiento del problema 4

1.3. Formulación del problema 7

1.4. Justificación del problema 8

1.5. Objetivos 9

1.6. Conceptualización de la variable 10

1.7. Operacionalización de variables 12

1.8. Hipótesis 13

1.9. Aspecto metodológico 14

1.9.1. Diseño de la investigación 14

1.9.2. Tipo de Investigación 14

1.9.3. Ubicación espacial y temporal 15

1.9.4. Criterios de inclusión 15

1.9.5. Criterios de exclusión 15

1.9.6. Unidad de Análisis: 15

1.9.7. Población y muestra 15

1.9.8. Validación del instrumento 18

1.9.9. Instrumento y Técnica de Investigación 19

1.9.10. Descripción del Instrumento 19

1.9.11. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos 21

2. Capítulo II: Marco Teórico 24
2.1. Antecedentes 24
2.2. Conocimiento 28
2.2.1. Definición 28
2.2.2. Caracterización del conocimiento 29
2.2.3. Dimensiones del conocimiento 30
2.3. Identidad 35
2.3.1. Origen 35
2.3.2. Concepto 35
2.3.3. Tipos de identidad 36
2.4. Cultura 38
2.4.1. Origen 38
2.4.2. Concepto 39
2.5. Identidad Cultural 41
2.5.1. Origen 41
2.5.3. Dimensiones de la identidad 44
2.5.4. La importancia de la identidad Cultural en los jóvenes 55
2.6. La Música 56
2.6.1. Origen 56
2.6.2. Definición 56
2.6.3. Clasificación de la música 59
2.7. La música tradicional 64
2.7.1. Tradición 64
2.7.2. Concepto 65
2.7.3. Música tradicional peruana 68
2.7.4. La música como integrante del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial 76
2.8. La importancia de la música en la Identidad Cultural 79

2.8.1. La música actual y la identidad 89
2.9. Universidad Nacional San Agustín 90
2.9.1. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería 94
3. Capitulo III: Análisis de resultados 100
3.1. Análisis de los resultados 100
3.2. Corroboración de hipótesis 171
3.3. Discusión de Resultado 180
4. Capitulo IV: Aporte Profesional 184
4.1. Título de la Propuesta 184
4.2. Introducción 184
4.3. Antecedentes 184
4.4. Justificación 186
4.5. Objetivos 187
4.6. Beneficiarios 188
4.7. Características de la Propuesta 188
4.8. Recursos necesarios 201
4.9. Presupuesto 210
CONCLUSIONES 214
RECOMENDACIONES 216
BIBLIOGRAFÍA 217
APÉNDICE A 221
APÉNDICE B 223
APÉNDICE C 225

Lista de tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables 12
Tabla 2: Alumnos matriculados en el año 2018 en la Escuela de Turismo y Hotelería. 16
Tabla 3: Muestreo estratificado 18
Tabla 4: Ciudad de Procedencia 101
Tabla 5 : Edad 103
Tabla 6 : Sexo 104
Tabla 7 : Año en curso 105
Tabla 8 : Información de música tradicional en los centros educativos 106
Tabla 9 : Información de música tradicional en la Escuela Profesional de Turismo 108
Tabla 10 : Lectura de texto, documento o libros relacionados con la música tradicional 110
Tabla 11 : Manejo de información de la música tradicional en la Universidad 112
Tabla 12 : La televisión brinda información sobre la música tradicional 114
Tabla 13 : Escuchar música tradicional en las emisoras radiales 116
Tabla 14 : Información localizada en el internet sobre la música tradicional 118
Tabla 15 : Información localizada de la música tradicional en la prensa escrita 120
Tabla 16 : Asistencia a eventos sociales relacionados con la música tradicional 122
Tabla 17 : Escucha huayno 124
Tabla 18 : Escucha yaraví 126
Tabla 19 : Escucha marinera 128
Tabla 20 : Escucha vals 130
Tabla 21 : Importancia de la letra en una canción 132
Tabla 22 : Importancia del ritmo en una canción 134
Tabla 23 : Transmisión del gusto por la música tradicional de padres a hijos 136
Tabla 24 : Atracción por escuchar música tradicional 138
Tabla 25 : Emoción positiva al escuchar música tradicional 140
Tabla 26 : Puesta en práctica las tradiciones de su localidad 142
Tabla 27 : Identificación con las tradiciones de su localidad 144
Tabla 28 : Conoce y valora los conocimientos históricos de su localidad 146
Tabla 29 : Práctica de valores que le han sido inculcados de niño o adolescente 148
Tabla 30 : La vestimenta es pate de su identidad 150

Tabla 31 : Grado de aceptación por los miembros de su entorno social..... 152
Tabla 32 : El género musical que escucha le genera emociones positivas 154
Tabla 33 : Importancia del idioma como parte de su identidad 156
Tabla 34: Preferencia de una canción que utilice el lenguaje natal 158
Tabla 35 : Hablar con su dialecto sin temor a burlas 160
Tabla 36 : Asistencia a fiestas tradicionales de su localidad 162
Tabla 37 : Identificación con las danzas de su localidad 164
Tabla 38 : Grado de identificación con la música tradicional de su localidad 166
Tabla 39 : Asistencia a eventos gastronómicos de su localidad 168
Tabla 40 : Consideración a los mitos y leyendas de su localidad como parte de su identidad.. 170
Tabla 41 : Escala de determinación de media 171
Tabla 42 : Media estadística música tradicional 172
Tabla 43 : Media estadística identidad cultural 173
Tabla 44 : Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman 174
Tabla 45 : Correlación música tradicional – identidad cultural 175
Tabla 46 : Correlación música tradicional – sentido de pertenencia 176
Tabla 47 : Correlación música tradicional – auto concepto..... 177
Tabla 48 : Correlación música tradicional – lengua 178
Tabla 49: Correlación música tradicional – manifestaciones culturales..... 179
Tabla 50 : Programa de Actividades 191
Tabla 51: Ficha de Inscripción para el concurso 193
Tabla 52: Criterios de Calificación del Jurado 196
Tabla 53 : Cuadro de Premios..... 196
Tabla 54 : Cronograma de actividades..... 200
Tabla 55 : Recursos Materiales..... 205
Tabla 56 : Presupuesto Área administrativa 210
Tabla 57 : Presupuesto Recursos materiales 210
Tabla 58 : Presupuesto del personal de trabajo..... 211
Tabla 59 : Presupuesto de premios 212
Tabla 60 : Resumen de Gastos..... 212
Tabla 61 : Croquis del evento 213

Lista de Figuras

Figura 1 Ciudad de procedencia 101
Figura 2 Edad 103
Figura 3 Sexo 104
Figura 4 Año en curso 105
Figura 5 Información sobre música tradicional 106
Figura 6 Información sobre música tradicional en la Escuela Profesional de Turismo 108
Figura 7 Lectura de texto, documento o libro relacionado con la música tradicional 110
Figura 8 Manejo de información de la música tradicional en la Universidad 112
Figura 9 La televisión brinda información sobre la música tradicional 114
Figura 10 Escuchar música tradicional en las emisoras radiales 116
Figura 11 Información localizada en el internet sobre la música tradicional 118
Figura 12 Información localizada de la música tradicional en la prensa escrita 120
Figura 13 Asistencia a eventos sociales relacionados con la música tradicional 122
Figura 14 Escucha huayno 124
Figura 15 Escucha yaraví 126
Figura 16 Escucha marinera 128
Figura 17 Escucha vals 130
Figura 18 Importancia de la letra en una canción 132
Figura 19 Importancia del ritmo en una canción 134
Figura 20 Transmisión del gusto por la música tradicional de padres a hijos 136
Figura 21 Atracción por escuchar música tradicional 138
Figura 22 Emoción al escuchar música tradicional 140
Figura 23 Puesta en práctica las tradiciones de su localidad 142
Figura 24 Identificación con las tradiciones de su localidad 144
Figura 25 Conoce y valora los acontecimientos históricos de su localidad 146
Figura 26 Práctica de valores que le han sido inculcados de niño o adolescente 148
Figura 27 La vestimenta es pate de su identidad 150
Figura 28 Grado de aceptación por los miembros de su entorno social 152
Figura 29 El género musical que escucha le genera emociones positivas 154
Figura 30 Importancia del idioma como parte de su identidad 156

Figura 31 Preferencia de una canción que utilice el lenguaje natal 158
Figura 32 Hablar con su dialecto sin temor a burlas..... 160
Figura 33 Asistencia a fiestas tradicionales de su localidad 162
Figura 34 Grado identifica con las danzas de su localidad..... 164
Figura 35 Grado de identificación con la música tradicional de su localidad 166
Figura 36 Asistencia a eventos gastronómicos de su localidad 168
Figura 37 Grado de consideración a los mitos y leyendas de su como parte de su identidad .. 170
Figura 38 XII Concurso de Música Arequipeña 186
Figura 39 Logotipo de la Propuesta 188
Figura 40 Ubicación de la Propuesta 189

Lista de Apéndice

Apéndice A……...……..….……221

Encuesta aplicada a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería…….…221

Apéndice B:…….223

Ficha de Validación de instrumento……...…223

Apéndice C:…….225

Corroboración de hipótesis:…… ……...….225

INTRODUCCIÓN

En el contexto social actual, caracterizado por las múltiples implicaciones de la globalización, el término identidad se ha convertido en uno de los vocablos empleados con mayor frecuencia. Los trabajos de investigación y los foros de discusión en los que se aborda la cuestión identitaria se han incrementado y hacen referencia constantemente a la necesidad de fortalecer la identidad, pero ¿Qué es la Identidad? (Mercado & Hernández, 2009)

Dentro de la amplia tipología del término identidad, existe la identidad cultural que es la que se va a tratar en la presente investigación. La identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a rasgos culturales, costumbres, valores y creencias. Esta construcción del sentido de pertenencia se dificulta, se ve fragilizada y amenazada con la globalización y la modernidad.

La identidad cultural de los estudiantes universitarios, se ve influenciado por las culturas extranjeras, es por ello, la importancia de conocer el sentido de pertenencia de nuestra cultura, las manifestaciones culturales, entre ellas la música, que puede servir como herramienta en la formación de la identidad de los jóvenes estudiantes. La presente investigación permitirá mostrar a la música tradicional como elemento cultural que realiza recorridos históricos y sirve como estrategia de percepción cultural.

Esta investigación es importante para la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería ya que dentro sus competencias generales está: Interpretar su realidad a partir de los procesos históricos y culturales, tanto a nivel local, nacional e internacional, fortaleciendo su identidad cultural, arequipeña y peruana. Así mismo, la investigación recae su importancia a nivel nacional, ya que si se logra fortalecer y reafirmar la identidad cultural de los estudiantes, contribuye a desarrollar la identidad nacional peruana.

Para tener una visión general de la presente investigación se mostrará el contenido de cada capítulo a continuación:

El primer capítulo consiste en el planteamiento metodológico, aquí se da a conocer el problema de investigación, formulación del problema, la determinación de los objetivos, la justificación, la hipótesis, el cuadro de variables con sus respectivos indicadores, así mismo muestra el diseño metodológico concerniendo el tipo de investigación, los instrumentos y técnicas, tamaño y muestra poblacional, la estrategia de recolección de datos y la validación de los instrumentos.

El segundo capítulo corresponde al marco teórico donde se establecen bases teóricas, que sirvieron de desarrollo para la siguiente investigación y determinar la estructura de la misma.

El tercer capítulo muestra la presentación de resultados y sus respectivas interpretaciones de la encuesta aplicada a los estudiantes de la Escuela y Profesional de Turismo y Hotelería.

El cuarto y último capítulo muestra el aporte profesional, que beneficia directamente a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

Y para concluir la presente investigación se establece las conclusiones y recomendaciones procedentes de la relación de los resultados obtenidos y los objetivos planteados, así como también se adjunta las referencias bibliográficas y apéndices que ayudaron a enriquecer esta investigación.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1. Capítulo I: Marco Metodológico

1.1. Enunciado

Influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, 2018.

1.2. Planteamiento del problema

Planteamiento

En el contexto social actual, caracterizado por las múltiples implicaciones de la globalización, el término identidad se ha convertido en uno de los vocablos empleados con mayor frecuencia. Los trabajos de investigación y los foros de discusión en los que se aborda la cuestión identitaria se han incrementado y hacen referencia constantemente a la necesidad de fortalecer la identidad, pero ¿Qué es la Identidad? (Mercado & Hernández, 2009)

Dentro de la amplia tipología del término identidad, existe la identidad cultural que es la que se va a tratar en la presente investigación. La identidad cultural encierra un sentido de pertenencia, un conocimiento y valoración a rasgos culturales, ya sea, manifestaciones verbales, costumbres, valores. Esta construcción del sentido de pertenencia se dificulta, se ve fragilizada y amenazada con la globalización y la modernidad. En relación a esto Noguchi (2012) citado en Eustaquio & Valdez (2015), refiere que el fenómeno de la

globalización provoca que muchos jóvenes desconozcan su identidad cultural perdiendo el amor y admiración por elementos de su propia cultura. Por su parte Mercado (2009) hace referencia que los jóvenes a través de sus múltiples interacciones cotidianas van seleccionando los repertorios culturales que responden a sus intereses y aspiraciones personales, así como a las exigencias sociales; de tal manera que su identidad se convierte en una construcción subjetiva y cambiante.

Los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería tienen menuda participación cultural, (esta afirmación se puede evidenciar en los recitales y/o conciertos de música tradicional que se desarrollan en la ciudad, donde el público en su mayoría es población adulta) ya que se ven influenciados por factores externos como la moda, la música a través de los medios de comunicación, y a partir de estos factores se debilita la identidad cultural y se pierde el interés por sus raíces ancestrales, las tradiciones, costumbres, valores, dejando un vacío en la identidad cultural de los jóvenes, y esto va permitiendo que sea una población vulnerable frente a las decisiones políticas, sociales y personales, ocasionado que se repitan errores del pasado y una mala participación en el derecho propio de contribución a su sociedad. (Cipagauta y Roa, 2016)

Existe un brecha entre los elementos culturales y los jóvenes, es decir, no existe una plena identificación y poca valoración de la cultura. Según varias investigaciones hechas por Alvarado (2013), Eustaquio & Valdez (2015) y Flores (2009), reafirman al arte como un elemento constituyente de la identidad

cultural. En esas investigaciónes, se considera a la música como aquel componente que podría ser utilizado para lograr disminuir tal brecha.

Dentro de la amplia tipología de la música, se encuentra la música tradicional, que es una expresión artística y su importancia recae por que transmite cultura. (UNESCO, 2010). La música tradicional peruana atesora diferentes estilos y formas musicales cuya característica principal es ser representativa, porque en ella se refleja sus valores, sus costumbres y sus creencias.

Es necesario que este patrimonio musical se preserve a través del tiempo y es necesario también que el estudiante de la carrera Profesional de Turismo conozca, entienda y lo valore, ya que es parte del Patrimonio Cultural. Es de notar que la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería como parte de sus competencias generales está: Respetar a la diversidad cultural y de pensamiento en la Universidad y en la Región, reconociendo sus diferentes manifestaciones y contribuyendo al desarrollo de una sociedad intercultural, Apreciar obras artísticas demostrando altos niveles de sensibilidad e identidad local y nacional. Interpretar su realidad a partir de los procesos históricos y culturales, tanto a nivel local, nacional e internacional, fortaleciendo su identidad cultural, arequipeña y peruana. (Proyecto curricular Escuela profesional de turismo y hotelería 2017 – 2021, 2018)

Entre los objetivos del Colegio de Licenciados en Turismo del Perú está Promover la permanente superación cultural, la especialización, la capacitación y el bienestar de sus miembros; entonces cuando se habla de superación cultural, se menciona a todo lo referente a la cultura y la música es parte de la cultura de

nuestro País y considerada como Patrimonio Cultural Inmaterial (COLITUR, 2018)

Es ahí donde se puede encontrar la potencialidad de la música tradicional, ya que permite realizar recorridos históricos y sirve como estrategia de percepción cultural y lograr en los estudiantes una apreciación por su identidad cultural y raíces ancestrales. Por su parte Romero (2008) citado en Pacheco (2015), refiere que la música tradicional como fenómeno social y cultural, puede contribuir a la construcción de una identidad nacional que aún se encuentra en un estado embrionario en nuestro país.

Por tal motivo la investigación se enfocó en determinar el nivel de influencia del conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

1.3. Formulación del problema

Formulación del problema general

- ¿Cuál es el nivel de influencia del conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín?

Formulación del problema específico

- ¿Cómo influye el nivel de conocimiento de la música tradicional en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín?

- ¿Cómo influye el nivel de conocimiento de la música tradicional en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín?
- ¿Cómo influye el nivel de conocimiento de la música tradicional en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín?
- ¿Cómo influye el nivel de conocimiento de la música tradicional en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín?

1.4. Justificación del problema

La presente investigación generará un aporte de conocimiento nuevo referente a la música tradicional y la relación que tiene con la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

Así mismo posee relevancia social porque aporta conocimiento de interés cultural a la carrera de Turismo y Hotelería, puesto que dentro de sus competencias de la carrera está fortalecer la identidad cultural, arequipeña y peruana de sus estudiantes.

Este tema resulta relevante para la actualidad del país debido a que existe una brecha entre población joven y la cultura y la presente investigación afirma que la música sirve como puente entre estos dos grupos.

La presente investigación posee relevancia científica ya que evidencia un aporte al desarrollo del método investigativo, así como también la formulación de instrumentos que ratifique la materia de la investigación, además la aplicación de los resultados de este

estudio podrán emplearse en futuras investigaciones, que permitan ampliar los conocimientos en cuanto al estudio de las variables en cuestión.

Siendo la música tan extenso y con varios enfoques para su estudio, la presente investigación solo es un pequeño preludio y ventana para próximos estudios. Suficiente son estas razones para poner en manifiesto la importancia del propósito que ha convenido la realización de la presente investigación.

1.5. Objetivos

Objetivo general

- Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Objetivos específicos

- Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
- Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
- Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

- Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

1.6. Delimitación del problema

- **Campo:** Ciencias Sociales
- **Área:** Cultura y Patrimonio
- **Línea:** Turismo y Cultura
- **Variable:** Identidad Cultural y Nivel del conocimiento de la música tradicional

Conceptualización de la variable

Variable: Nivel de conocimiento de la música tradicional

- Definición conceptual: Es todo conjunto de ideas o conceptos que adquiere el ser humano a lo largo de su vida, como producto de la información adquirida ya sea mediante la educación formal, medios de comunicación y manejo de información, el aprendizaje en el individuo se caracteriza por originar cambios en el proceso del pensamiento, acciones y actividades del ser humano.
- Definición operacional: Es toda aquella información, concepto o idea que poseen los estudiantes de la Escuela profesional de Turismo y Hotelería acerca de la música tradicional.

Variable: Identidad Cultural

- Definición conceptual: Conjunto de elementos culturales que reafirman a un grupo de personas y las diferencias del resto y está ligada necesariamente al patrimonio cultural (material, inmaterial).
- Definición operacional: Es la identificación, la valoración que tienen los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería con los elementos culturales de su localidad, como las costumbres, la danza, la gastronomía y sus expresiones verbales como el idioma, los valores, mitos y leyenda.

1.7. Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Nivel de conocimiento de la música tradicional	Conocimiento explicito	Educación formal	Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa	Encuesta	Cuestionario
		Textos, documentos, libros			
		Medios de comunicación			
		Manejo de información			
	Conocimiento tácito	Experiencia			
		Emociones			
Identidad Cultural	Sentido de Pertenencia	Tradiciones Historia Valores	Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa	Encuesta	
	Autoconcepto	Física Social Emocional			
	Lengua	Idioma Lengua natal Dialecto			
	Manifestaciones culturales	Fiestas tradicionales Danza Música Gastronomía Mitos y leyendas			

1.8. Hipótesis

Hipótesis general

- El nivel del conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Hipótesis especificas

- El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
- El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
- El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
- El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

1.9. Aspecto metodológico

1.9.1. Diseño de la investigación

En la literatura sobre la investigación es posible encontrar diferentes clasificaciones de los tipos de diseño. Según Hernández, Fernández, & Batista (2006) consideran vigente la siguiente clasificación: investigación experimental e investigación no experimental. La investigación no experimental se subdivide en diseños transeccionales o transversales y en diseños longitudinales. Los diseños experimentales son propios de la investigación cuantitativa y los diseños no experimentales se aplican en ambos enfoques. (Hernández, et al 2006). Las anteriores subdivisiones fueron mencionadas ya que la presente investigación se fundamenta en una de ellas, a continuación, la explicación:

El diseño de la presente investigación es de tipo no experimental, debido a que las variables de análisis carecen de manipulación y control al momento del estudio, es decir, no han sido manipuladas por el investigador. Este estudio a su vez es de tipo transeccional, ya que la recolección de información se hizo en un momento determinado y en un tiempo único; además que su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

1.9.2. Tipo de Investigación

La presente investigación pertenece al campo de las ciencias sociales y se encuentra en la línea del turismo y cultura. Es una investigación de enfoque cuantitativo y su alcance es correlacional. La investigación es correlacional debido a que este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de

asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.

1.9.3. Ubicación espacial y temporal

- **Espacial:** La ubicación espacial de la investigación se encuentra en la Región Arequipa, Provincia Arequipa, ciudad de Arequipa, Universidad Nacional de San Agustín.
- **Temporal:** La presente investigación se desarrolló en los meses de marzo, abril, mayo y junio del 2018.

1.9.4. Criterios de inclusión

Estudiantes mujeres y hombres que estén matriculados en la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

1.9.5. Criterios de exclusión

Estudiantes que tengan o hayan tenido algún tipo de formación musical de cualquier tipo, ya sea en academias, institutos, universidades y/o cualquier otro centro de formación relacionado con la educación musical.

1.9.6. Unidad de Análisis:

Estudiantes de la Escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

1.9.7. Población y muestra

a) Población: El universo de estudio se encuentra ubicado en la ciudad de Arequipa, de la Universidad Nacional de San Agustín de la Escuela

Profesional de Turismo y Hotelería, tomamos como referencia a los alumnos matriculados del año académico 2018, (información disponible en la Facultad de Ciencias Históricos Sociales), estos son 583 estudiantes de primero a quinto año, (información que se obtuvo de la Dirección de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería).

b) Alcance: El presente estudio pretende determinar la influencia del conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

La investigación abarca únicamente a los alumnos matriculados del primer semestre del año académico 2018 de primero a quinto año.

c) Unidad de muestreo: Registro de alumnos matriculados en el año 2018 en la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

Tabla 2: Alumnos matriculados en el año 2018 en la Escuela de Turismo y Hotelería.

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería	
Año	**Número de alumnos**
Primer año	120
Segundo año	118
Tercer año	114
Cuarto año	116
Quinto año	115
Total	583

Fuente: Escuela profesional de Turismo y Hotelería

d) Muestra: Según Vara, (2010) considera dos tipos de muestreo, siendo los siguientes: probabilístico y no probabilístico. Dentro del muestreo probabilístico existen varios tipos: muestreo aleatorio, muestreo sistemático, muestreo estratificado y muestreo por conglomerados.

Para la presente investigación se realizará un muestreo probabilístico-estratificado, ya que este tipo de muestreo está constituido por estratos o sub grupos, según las características que se consideren, tal es así que se obtendrán muestras más semejantes a la población.

Para obtener la muestra requerida para la presente investigación se procederá aplicar la siguiente fórmula, utilizando un nivel de confianza del 95% y con margen de error del 5 %.

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

Donde:

N	= Total de estudiantes	583
$Z_{\alpha/2}$	= Nivel de confianza 95%	1.96
P	= Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)	0.5
q	= 1-p (en este caso 1-0.5 = 0.5)	0.5
E	= Margen de error (en este caso 5%)	0.05

$$n = \frac{(1.96)\ *583*0.5*0.5}{((583-1)*0.05^2)+(1.96^2*0.5*0.5)}$$

$$\boxed{n = 232}$$

La muestra requerida es de 232 estudiantes, los cuales serán encuestados para obtener la información requerida. Para la asignación de los tamaños muestrales a los diferentes estratos en el muestreo estratificado se utilizó el procedimiento de asignación proporcional.

Tabla 3: Muestreo estratificado

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería			
Año	**Número de alumnos**	**%**	**Número de alumnos a encuestar**
Primer año	120	21	48
Segundo año	118	20	47
Tercer año	114	19	45
Cuarto año	116	20	46
Quinto año	115	20	47
Total	583	100	232

Nota: Elaboración propia

d) Planteamiento Operacional: La recolección de información se basa en instrumentos estructurados, en este caso las encuestas. Este instrumento será aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de la ciudad de Arequipa.

1.9.8. Validación del instrumento

El instrumento de la presente investigación fue validado por expertos en el tema. A cada uno de los expertos se les remitió un documento oficial de petición por escrito, este estuvo acompañado de un resumen de la presente investigación y el instrumento utilizado, al ser examinados los

instrumentos, los expertos efectuaron las observaciones y recomendaciones necesarias. El instrumento fue validado por los siguientes especialistas:

- Lic. Orlando Maque, Catedrático en hotelería.
- Mg. Marcela Cornejo Díaz, Historiadora y Antropóloga.
- Lic. Luis Pareja, Periodista y coleccionista de música tradicional.

1.9.9. Instrumento y Técnica de Investigación

a) Técnica: La encuesta.

b) Instrumento: Cuestionario estructurado.

1.9.10. Descripción del Instrumento

El instrumento para la recolección de la información es el cuestionario, el mismo que contiene preguntas cerradas, este instrumento nos permite formular preguntas con escala de Likert.

Se utilizará un solo formato de cuestionario. Dicho cuestionario cuenta con ítems que provienen de los indicadores que a la vez derivan de las dimensiones y estas son obtenidas de las variables.

La variable: **Nivel de conocimiento de la música tradicional** cuenta con dos dimensiones con sus respectivos indicadores:

a) Conocimiento explícito con los indicadores: Educación formal; textos, documentos, libros; medios de comunicación y manejo de información.

b) Conocimiento tácito con indicadores: Experiencia y emociones.

La variable: **Identidad Cultural** posee cuatro dimensiones, estos son sus respectivos indicadores:

a) Sentimiento de pertenencia con indicadores: Tradiciones, historia y valores.

b) Autoconcepto con indicadores: Física; social y emocional.

c) Lengua con indicadores: Idioma; lengua natal y dialecto.

d) Manifestaciones culturales con indicadores: Fiestas tradicionales, danza, música, gastronomía y mitos y leyendas.

Dichos indicadores son utilizados para la obtención de ítems utilizados para diseñar las preguntas del cuestionario.

a) Escala de Calificación

La escala de calificación manejó todas las dimensiones y las evaluó en base a una referencia común, en la presente investigación se usó una escala numérica, cuyos números tienen los siguientes valores:

- Siempre = 5
- Casi siempre = 4
- Algunas veces = 3
- Muy pocas veces = 2
- Nunca = 1

1.9.11. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

La investigación que se presenta en esta tesis se llevó a cabo de acuerdo a los siguientes pasos:

a) Levar a cabo un análisis inicial de la situación del problema de investigación.

b) Realizar el diseño del instrumento para conocer la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

c) Efectuar la revisión del instrumento con diferentes expertos.

d) Realizar las correcciones de errores del instrumento.

e) Buscar a las fuentes para la recolección de datos.

f) Se coordinó con el director de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería para que facilite la lista de alumnos matriculados para el año 2018.

g) Con la autorización de la dirección de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería se procedió a la aplicación de la encuesta, se coordinó con los delegados de cada aula de primer a quinto año para establecer fecha de aplicación de encuesta.

h) Luego, la encuesta fue distribuida a los alumnos de cada año de manera estratificada.

i) Con la devolución de las encuestas se realizó el procesamiento de datos mediante el SPSS 23.0.

j) Posterior al procesamiento de datos, se procedió a mostrar los resultados mediante tabulaciones, gráficos y sus respectivas interpretaciones.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2. Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes

- "Identidad Cultural, imagen turística y la Danza de la Diablada en la Ciudad de Oruro" 2013, presentado por Ingrid Estela Baldelomar Condori de la Universidad Mayor de San Andrés de Bolivia. Objetivo General: Establecer la relación entre identidad cultural, imagen turística y la danza de la Diablada de la ciudad de Oruro. Objetivos específicos: Determinar por qué la danza de la Diablada es la identidad cultural de los orureños, Describir a los cuatro conjuntos y fraternidad que representan la danza de la Diablada para conocer su identidad cultural, Determinar el por qué la danza de la Diablada se puede constituir en la imagen turística de la ciudad de Oruro. Se concluye que, La danza de la Diablada representa la identidad cultural de los orureños, porque es parte de su vida, ya que crecieron con ella y en torno a ella por ser la danza que dió origen al Carnaval, representando las tradiciones y costumbres que heredaron desde sus antepasados, conservándolas de tal manera que aún perviven entre los pobladores de la ciudad, por tal motivo la mayor parte de los danzarines que interpreta esta danza son orureños ya que los identifica en cualquier parte del mundo y danzando es que defienden su origen en la ciudad de Oruro.

- "Influencia de géneros musicales con contenidos andinos en los componentes de la identidad nacional peruana 2015", presentado por Manuel Alejandro Pacheco Auquis de la Pontifica Universidad Católica del Perú. Objetivo general:

Analizar la influencia que tienen distintos géneros musicales con influencias andinas (Huayno, Chicha y Rock/Fusión) en los componentes de la identidad nacional peruana. Es una investigación de diseño experimental pre-post, con una muestra de 92 personas de clase media alta entre los 18 y 25 años de edad. Conclusión: Se determinó que la música Chicha es el género musical menos valorado, el cual podría generar una imagen no tan favorable del Perú, a diferencia del Huayno y el Rock/Fusión, que generarían auto-estereotipos más positivos hacia los peruanos, así como mayores emociones positivas que las producidas por el género Chicha, la música Chicha es un género musical que puede afectar de manera negativa la valoración de pertenecer al Perú por parte de un sector particular de la clase limeña. Esta percepción negativa que se puede tener de la Chicha está asociada a un grupo social de bajo estatus y que irrumpe en el estatus que de una sociedad "dominada" por grupos de poder con otros intereses culturales y musicales.

- Influencia de la música folklórica en el fortalecimiento de la Identidad cultural en los niños de 5 años de la I.E. Nº 1564 "Radiantes Capullitos" Urb. Chimú - Trujillo – 2015 presentado por Roció Maricruz Eustaquio Zavaleta y Esther Beatriz Valdez Albujar, de la Universidad Nacional de Trujillo. Objetivo General: Determinar en qué medida la música folklórica influye en el fortalecimiento de la Identidad Cultural en los niños de 5 años de la I.E. Nº 1564 "Radiantes Capullitos" Urb. Chimú – Trujillo – 2015 y como Objetivos Específicos: Identificar el nivel de Identidad Cultural en los niños de 5 años de

la I.E. Nº 1564 “Radiantes Capullitos” Urb. Chimú – Trujillo – 2015, Aplicar la música folklórica para fortalecer la Identidad Cultural en los niños de 5 años de la I.E. Nº 1564 “Radiantes Capullitos” Urb. Chimú – Trujillo – 2015, Comparar los resultados obtenidos en el pre y post test para conocer si la aplicación de la música folklórica ha influenciado en el fortalecimiento de la Identidad Cultural, Demostrar que la música folklórica influye en el fortalecimiento de la Identidad Cultural en los niños de 5 años de la I.E. Nº 1564 “Radiantes Capullitos” Urb. Chimú – Trujillo – 2015. Como Resultado de la investigación se identificó que los niños tenían un bajo nivel de identidad cultural en las danzas más representativas de la costa y sierra del Perú (marinera y huayno); no apreciaban la gastronomía más representativa de la región La Libertad; no reconocían los símbolos patrios peruanos y desconocían los lugares turísticos más representativos de la región La Libertad. Por tal razón al ser una investigación de tipo experimental se procedió a la realización de sesiones donde utilizaban la música folklórica peruana para fortalecer la identidad cultural de los niños (danzas, cantos, degustación de platos típicos, visitas a lugares turísticos significativos de la región). Dando como resultado que la música si fortaleció la identidad cultural de los niños.

- “Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural de Arequipa y la Identidad Cultural en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María, Arequipa 2016”, presentado por Gabriela Aranguren Manrique de la Universidad Católica de Santa María. Objetivo General: Determinar el nivel de conocimiento del patrimonio cultural

de Arequipa y la identidad cultural que presentan los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Objetivos específicos: Identificar el nivel de conocimiento del patrimonio cultural de Arequipa que presentan los estudiantes de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María, Establecer la identidad cultural que presentan los estudiantes de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María e Identificar la relación entre el nivel de conocimiento del patrimonio cultural de Arequipa y la identidad cultural. Se concluye que, El Nivel de Conocimiento del Patrimonio Cultural de Arequipa por parte de los estudiantes es medio, se puede entender que los estudiantes valoran de forma regular los bienes materiales e inmateriales de la Ciudad de Arequipa y que consideran que la cantidad de información que se les brinda a lo largo de su carrera sobre el patrimonio cultural no es suficiente y que su nivel de conocimiento no es el más óptimo de acuerdo a lo esperado de un profesional en Turismo y Hotelería, así mismo la identidad cultural que presentan los estudiantes es baja, porque no identifican adecuadamente el concepto de patrimonio así como hacen desdén de su seguridad al momento de contestar el cuestionario, consideran más relevante lo que es más atractivo para el turista, más no dan valor a componentes del patrimonio como son las artes plásticas, artesanías, folklor, etc.

2.2. Conocimiento

El término conocimiento es muy amplio y ha sido abordado históricamente por ciencias como la filosofía y la psicología, el conocimiento no es algo congénito del ser humano, al contrario, es el cúmulo de experiencias y aprendizajes que han adquirido a lo largo de su vida.

El ser humano a lo largo de la historia ha ido en busca del conocimiento, va desde las primigenias ideas platónicas abstractas, lejanas de objetos concretos, de carácter mágico realista y donde el conocimiento es simplemente la imagen de objetos externos y sus relaciones hasta el constructivismo y el evolucionismo, concepciones epistemológicas en las que el individuo o los grupos sociales fabrican a pulso el conocimiento.

El inicio y desarrollo del conocimiento es un proceso gradual: el hombre al comienzo tiene en la experiencia captada por los sentidos la base para aprehender la realidad, luego aprende a razonar, es decir a derivar juicios que le lleven a representaciones abstractas, un campo diferenciado ya de la inicial captura de la realidad en su experiencia diaria. Según esta concepción, el hombre no es una máquina sino un ser viviente y el conocimiento su natural característica. (Ramírez A. , 2009)

2.2.1. Definición

El conocimiento es la suma de experiencias vividas del ser humano desde su nacimiento, es el conocimiento un proceso progresivo y gradual desarrollado por el hombre para aprehender su mundo y realizarse como

individuo y especie (Ramírez A. , 2009). La ciencia que estudia el conocimiento en general es la gnoseología.

Para Rosental & Iudin (1973), el conocimiento es un proceso en virtud del cual la realidad se refleja y reproduce en el pensamiento humano y condicionado por las leyes del devenir social se halla indisolublemente unido a la actividad práctica.

2.2.2. Caracterización del conocimiento

Las características del conocimiento se obtienen por medio de cómo se aprende., tal es así, que se clasifican en tres tipos de conocimiento: (Ramírez A. , 2009)

a) Conocimiento empírico o vulgar: Al conocimiento obtenido por la experiencia se le llama conocimiento empírico o conocimiento vulgar. Según Ramírez (2009), el hombre en sus inicios (por observación natural) comienza a ubicarse en la realidad, apoyado en el conocer que le da la experiencia de sus sentidos y guiado únicamente por su curiosidad. Este conocer inicial aprendido en la vida diaria se le denomina empírico, por derivar de la experiencia, y es común a cualquier ser humano que conviva con una misma circunstancia. Se podría considerar que este tipo de conocimientos se alcanzan con los estímulos más elementales del hombre, así como también por sus intereses y sentimientos.

b) Conocimiento filosófico**:** Este tipo de conocimiento requiere de un interés por buscar la verdad, conforme el hombre avanza, busca conocer la naturaleza de las cosas y para entender mejor su entorno, y a él mismo, se cuestiona cada hecho aprehendido en la etapa del conocimiento empírico. Este cambio propicia una nueva forma de alcanzar el conocimiento, a la que denomina filosofía. (Ramírez A. , 2009)

c) Conocimiento científico: Para Popper (1980) citado en Bentolila (2011), el conocimiento científico es consecuencia de una construcción teórica de la realidad, de carácter falible y provisional y que está en constante avance a la verdad, se consigue mediante el camino del error. Es decir, tratando de refutar las teorías corroboradas que la comunidad científica acepta como verdaderas. Lorenz citado en Ramírez (2009), sintetiza esta característica del conocimiento científico como: "La verdad en ciencia, puede definirse como la hipótesis de trabajo que más le sirve para abrir el camino a una nueva hipótesis".

2.2.3. Dimensiones del conocimiento

Según algunos autores, entre ellos Nonaka & Takeuchi (1995), consideran dos dimensiones del conocimiento: explícito y tácito.

a) Conocimiento explícito: El conocimiento explícito se construye en el entorno social a partir de las experiencias de sus procesos, este tipo de conocimiento se encuentra en documentos, textos o registros, es decir,

son fácilmente observables. El conocimiento explicito se puede observar en:

- Educación formal: Se considera una educación formal a un sistema educativo en gran medida institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado que se extiende desde el jardín de infancia, el colegio (primario, secundario) hasta la universidad. El proceso de aprendizaje es intencionado, programado y con un agente educativo; el profesor. (Reynoso, 2013; García, 2013 citado en Lebrún, 2015). En este sistema educativo, el ser humano adquiere un cúmulo de conocimentos; ya sea sociales, culturales, cívicos, etc.
- Textos, documentos, libros: Cuando se habla de texto, documentos y/o libros, se refiere a un conjunto de hojas de papel que están unidas con el único objetivo de informar, estos textos son considerados como un instrumento que ha permitido y permite la conservación y la difusión de los avances de la humanidad, la historia, pensamiento e ideologías, mitos y creencias, etc. Según la UNESCO un libro es "una publicación impresa no periódica que consta como mínimo de 49 páginas, sin contar las de la cubierta". Más y mejor que cualquier otra forma de comunicación, es el libro un gran liberador del ser humano, establece el contacto del hombre entre el tiempo presente y los tiempos históricos, entre el lugar que se encuentra y un lugar cualquiera del universo habitado. (Deiavenay, 1974). En síntesis

el libro es el vehículo al conocimiento, es un instrumento de la educación, trasmisor de ideas, pensamientos y para algunos autores difusor de la cultura.

- Medios de comunicación: Los medios de comunicación son herramientas utilizadas para mostrar e informar una vasta y compleja información, ya sea en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Cuando se habla de medios de comunicación se refiere a la televisión, las emisoras radiales, los diarios impresos o digitales, periódicos locales o institucionales. El contenido de los medios de comunicación se difunde masivamente, estos son capaces de construir una realidad. En este contexto, la propaganda se manifiesta como un conjunto de acciones organizadas para difundir masivamente y penetrar posiciones ideologías, valores, modelos de conducta y actitudes en la sociedad. Los medios de comunicación, en la actualidad, ejercen un poderío en la sociedad, que genera un impacto en el entorno sociocultural del ser humano. Es a través de esos medios que el hombre adquiere una infinidad de conocimientos.
- Manejo de información: El término manejo de información ha sido abordada en campo de la tecnología, en el campo empresarial y en las ciencias sociales, por ende su conceptualización varía de acuerdo a su contexto. En la presente investigación se podría definir manejo de información como la búsqueda o recopilación de información y consiguientemente el

uso y manejo de esa información. El compendio de la información deriva de uno o más fuentes. Butcher y Rowley (1998) citado en Ponjuán (2011), plantean un modelo al que llaman "Ciclo de la gestión de información" que se caracteriza en los siguientes componentes:

- ✓ Una persona lee una colección de conocimiento relevante registrado tanto en formato electrónico como en formato impreso, empleando diferentes metodologías para la recopilación de datos.
- ✓ Cuando se leen, este conocimiento relevante se convierte en información que es absorbida por el contexto cognitivo del individuo. El proceso de reconocimiento tiene que ver con el vínculo que se establece entre los conceptos que maneje el usuario en su contexto cognitivo y aquellos que fije el documento leído.
- ✓ La reinterpretación tiene que ver con la conversión de conocimiento en una forma que puede ser fácilmente comunicada, tal como en un documento.
- ✓ La revisión o evaluación tiene que ver con la conversión del conocimiento público.

b) Conocimiento tácito: El conocimiento tácito es el conocimiento que se origina a través de la experiencia y posteriormente se va transformando en conocimiento explícito. Según Peluffo, y Contreras, 2002 citado en

Peluffo (2010), El conocimiento tácito o knowhow, es definido como aquel conocimiento que posee una persona, una comunidad, una organización o una localidad, que está incorporado o almacenado en su mente, en su cultura y es difícil de formalizar o explicar (ideas, experiencias, emociones, destrezas, habilidades, costumbres, valores, creencias, historia, etc.)

- Experiencia y emociones: El conocimiento tácito es aquel que aun teniéndolo difícilmente se puede explicitar. Este conocimiento es subjetivo y está basado en la experiencia personal, emociones y fuertemente ligado a la acción de los individuos en un contexto determinado. Se sabe más de lo que se puede expresar, y todo lo que se sabe es difícil expresarlo en palabras o datos. En muchas ocasiones el conocimiento, como acto, sucede cuando una circunstancia nos lo solicita, no en vacío. (Arbonies & Calzada, 2004)

  La experiencia por naturaleza es intransferible y personal, puesta esta permanece en ese estado, sin embargo, se puede registrar y sistematizar en un modelo, en consecuencia esta experiencia puede transferirse a otros, además puede agregarle un nuevo valor a los procesos e identificar los riesgos ocultos que no se visualizaron en un inicio. (Peluffo, 2010)

2.3. Identidad

2.3.1. Origen

La primera vez que se habló de identidad fue cuando el hombre, aun primitivo, pertenecía al totém. El termino tótem fue el ente genésico que daba origen al bien o al mal y no se seleccionaba al azar, sino que era producto de lo significativo e importante en la vida del grupo. La vida sedentaria no duraría por mucho tiempo ya que el hombre se vio obligado a desarrollar técnicas para producir sus propios artículos de consumo y no depender solamente de lo que el medio ambiente le ofrecía, es decir, de cazador y recolector pasó a agricultor y ganadero, rompe con los ecosistemas naturales para dar paso a los ecosistemas culturales. Posteriormente se crearon las ciudades y el tótem fue sustituido por sistemas religiosos que los hacía además de miembros de una misma comunidad, partícipes de un destino común, solidarios al compartir creencias colectivas. Con el correr de los tiempos, la identidad de la razón reemplaza a la identidad religiosa, pues el hombre empieza a cuestionarse y analizar su entorno, en consecuencia surgen las primeras escuelas filosóficas identificativas del pensamiento griego, el cual se caracteriza por su carácter científico y organización sistemática que lo diferencian de lo fantástico de las creencias anteriores. (Rojas de Rojas, 2004)

2.3.2. Concepto

Es un conjunto rasgos distintivos que van definiendo a uno mismo o grupo social y que los diferencias del resto, es una consecuencia de la

interacción con su entorno, para que exista identidad debería primero existir, identificación.

Existen manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad un sentido de identidad, por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música y la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las define bajo el concepto de patrimonio cultural inmaterial. (Cevallos, 2005 citado en Molano, 2007)

La identidad es la expresión de un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás. La identidad se desarrolla dentro de pautas culturales e históricas, tradicionales o no, dentro de dinámicas de conflicto, con un período evolutivo propio y con un pasado y un futuro, con un conjunto de significaciones y representaciones que son relativamente permanentes. Es decir, la identidad no es fija ni estática. (Rojas de Rojas, 2004)

2.3.3. Tipos de identidad

La identidad es el resultado de identidades colectivas que se activan en diversas situaciones; este conjunto de identidades colectivas son:

a) Identidad personal o individual: Es el propio concepto que tiene la persona sobre sí mismo y que lo diferencia de los demás. Ejemplo: Estos elementos individuales son cuando un individuo recibe un nombre y apellido, cuando recibe el número de su DNI.

b) Identidad colectiva: Se refiere a la identificación y sentido de pertenencia a un grupo socia, así como la diferenciación con otros grupos. Es decir, son atributos, estereotipos, creencias y actitudes propias que definen al grupo.

c) Identidad de género: Hace referencia al género masculino o femenino, es decir, si se percibe a sí mismo como un varón o una mujer. Según Jédu, 1998 citado en Baldelomar, 2013, el termino género se usa para referirse a las

estructuras sociales, culturales y psicológicas que son impuestas sobre las diferencias biológicas.

d) Identidad cultural: La identidad cultural viene definida históricamente a través de diversos aspectos, como la lengua, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, los comportamientos colectivos, los sistemas de valores y creencias entre otros. (Varas, 2000 citado en Molano, 2007)

e) Identidad Social: Según Tajfel, 1984 citado en Pacheco, 2015) señala que la identidad social es aquella que parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia"

f) Identidad nacional: La identidad nacional excluye a otras nacionalidades para diferenciarse (Salgado, 1999 citado en Pacheco, 2015) La manera en que se puede expresar la identidad nacional es por medio del modo de vida y de los sentimientos socialmente compartidos, por lo que se le atribuye más un carácter simbólico que material. Para este caso,

la identidad nacional peruana es parte de la autopercepción de un individuo que se atribuye a sí mismo la categoría de peruano, adjunto al significado valorativo y emocional que se relaciona con la categoría. (Espinosa, 2011 citado en Pacheco, 2015)

2.4. Cultura

2.4.1. Origen

Etimológicamente, el término cultura procede del vocablo latino *cultum*, del verbo colo, colui, cultum (cultivar). Esta acción de cultivar hace referencia al proceso en el que interviene el hombre para transformar aquello que se da de manera natural y lograr una mejora cuantitativa y cualitativa. Desde sus orígenes, el concepto cultura se encuentra vinculada al ser humano. Esta expresión abarca las producciones propias de un pueblo como son sus tradiciones, su forma de trabajo y sus costumbres. (Cuellar, 1998 citado en Moret, 2008)

El origen de la cultura se remontan al siglo XVIII en Europa, Francia y Gran Bretaña, este término está precedido por la palabra civilización que denotaba orden político (cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa). Lo opuesto era considerado barbarie y salvajismo. Este concepto se va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, posteriormente el concepto de cultura evoluciona y se introducen niveles y fases de civilización y el significado de la palabra se asocia al progreso material, es decir, se comienza a emplear este término para separar estratos sociales. Tiempo después la palabra cultura se asoció básicamente a las artes,

la religión y las costumbres. A mediados del siglo XX, el concepto de cultura se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo. (Molano, 2007)

2.4.2. Concepto

El término cultura se refiere a los valores y creencias que comparten los miembros de una sociedad determinada, a las normas que regulan sus conductas e interacciones, y a los bienes materiales que producen. Una característica del ser humano es que sus maneras de comprender el mundo y sus formas de actuar no están inscritas en códigos genéticos, sino que deben ser aprendidas y transmitidas de una generación a otra a través de sistemas simbólicos tales como el lenguaje, las técnicas, las artes, la religión, etc. Es por ello que existe variabilidad en estilos de vida, conductas, creencias y formas de organización social existentes, cada grupo humano genera una identidad propia que une a sus miembros y que lo diferencia de otros. (Fuller, 2008)

La UNESCO (2005), define la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones.

Existen diversos autores que definen cultura, sin embargo, todos coinciden que este término engloba especificidades ligadas a las costumbres, tradiciones, creencias, conductas, etc. En síntesis la cultura hoy en día es considerara como la base central de la civilización, la raíz identitaria de cada sociedad. La cultura se transmite de unos a otros, cuyos elementos culturales transcienden en el tiempo, durante años o siglos, sin embargo algunos autores señalan que la cultura no es, fija o estática, es decir, existen elementos culturales que se transforman ya que cada sociedad o grupos social percibe dichos elementos culturales de acuerdo a su propia estructura.

Según Molano (2007), se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan:

a) Un modo de vivir,

b) Cohesión social,

c) Creación de riqueza y empleo,

d) Equilibrio territorial.

Algunas definiciones de la UNESCO (2008)

- **Diversidad cultural**: Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.

- **Contenido cultural**: Sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan.

- **Expresiones culturales**: Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural.

- **Actividades, bienes y servicios culturales**: Son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.

- **Interculturalidad**: Presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo.

2.5. Identidad Cultural

2.5.1. Origen

La raíz de la identidad cultural se originó hacia los años cuarenta del siglo XX en los Estados Unidos de Norteamérica y fue conceptualizada en los campos de la psicología social, en un intento de interpretar y dar respuesta a los problemas de integración planteados por la inmigración. En

ese contexto la identidad cultural era considerada como un determinante estable en la conducta de los individuos. (Martínez, 2008 citado en Díaz, 2015)

2.5.2. Concepto

Gilberto Giménez define a la identidad cultural como el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado" (Giménez, 2000 citado en Molano, 2007).

Por su parte, Cajías (2011), define identidad cultural como expresiones culturales con contenidos culturales propios, con valores propios, con creaciones propias y originales con las que un grupo social tiene el conocimiento o sentimiento de pertenencia (Cajías, 2011 citado en Baldelomar, 2013)

Ángel Aguirre Baztán plantea que la identidad cultural es la nuclearidad cultural que nos cohesiona y diferencia como grupo, y que nos otorga eficacia en la consecución de los objetivos (legitimantes) del grupo al que pertenecemos, esta identidad cultural es abierta, necesita del otro y debe desarrollar comunicación, encuentro y participación con el otro". (Aguirre, 1999 citado en Molano, 2007)

La identidad cultural no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior. De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. (Molano, 2007)

La identidad cultural de una sociedad viene definida históricamente a través de diversos aspectos, como la lengua, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, los comportamientos colectivos, las tradiciones, los símbolos, los sistemas de valores y creencias entre otros. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad. (Varas, 2000 citado en Molano, 2007)

La identidad cultural sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural (material e inmaterial) que es la expresión de su origen, estilo de vida, desarrollo, transformación de su cultura, y memoria histórica (Baldelomar, 2013) y que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. La sociedad configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Es en este contexto que la identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural. El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores

externos y por la continua retroalimentación entre ambos. (Bákula, 2000 citado en Molano, 2007).

La escuela es una de las primeras instituciones sociales que contribuye a generar la identidad cultural del país, pues es un espacio de encuentro donde debe revelarse los elementos de la cultura y donde se realiza la interacción entre la cultura experiencial adquirida en la familia y la cultura escolar. (Eustaquio & Valdez, 2015)

El término identidad cultural, ha sido definido por diversos autores, que más allá de darle una interpretación diferente, coinciden en que son un conjunto de elementos, expresiones o repertorios culturales que nos reafirman y nos diferencia del resto y esta íntegramente ligado al patrimonio cultural.

2.5.3. Dimensiones de la identidad

a) Sentimiento de pertenencia

- Tradición**:** El termino tradición proviene del latín traditio, que significa transmitir o ser transmitido. La tradición, es algo que se hereda, que se transmite de generación en generación, esta transmisión es hecha por un gran número de actores sociales (familia, comunidad, etc.) Evidentemente definir tradición es muy complejo, Thompson (1995) citado en Flores (2009) indica que el término tradición implica varios aspectos: a) Hermenéutico, es decir, la tradición se considera como un conjunto de asunciones históricas y

resulta un esquema interpretativo para la comprensión del mundo; b) Aspecto normativo, es decir, las costumbres del pasado podrían servir como guía para las acciones presentes y futuras; c) Legitimador, la tradición sirve en determinados momentos como fuente de apoyo para el ejercicio de poder y autoridad y asegurar la obediencia a las órdenes, por lo que podría hablarse de la ideología de las tradiciones; y d) Identitario, es decir, que la tradición construye identidades tanto individuales como colectivas.

- Historia: La identidad cultural supone un reconocimiento, apropiación y valoración de la memoria histórica del pasado. La Historia está referido al estudio de la historia de un pueblo y/o nación, la cual genera en las personas una memoria histórica que le permite conocer sus orígenes, cambios sucedidos, patrones culturales, etc., con la finalidad de analizar el presente y proyectarse adecuadamente al futuro. (Eustaquio & Valdez, 2015). La enseñanza de la historia local, tiene una gran significación por sus potencialidades axiológicas, culturales, éticas, cívicas, etc., constituyendo un formidable medio para estimular la actividad cognoscitiva y desarrollar en los estudiantes capacidades, habilidades y valores que permitirán una correcta inserción en la sociedad. El conocimiento de la historia posibilitan la preservación de la memoria e identidad cultural. (Hechavarría & Piclín, 2010)

- Valores: Los valores son aquellas virtudes o cualidades positivas que adquiere una persona y que la distingue de otras. Según (Fabelo, 1996 citado en Echevarría, 2011), los valores son el resultado de la actividad práctica, real y concreta, de los seres humanos, conjugada al servicio de necesidades e intereses individuales y sociales. Resulta obvio la existencia de cuestiones inherentes a la condición humana, que se manifiestan de manera constante y positiva a lo largo de la historia de la Humanidad, y que son considerados valores por su significación socialmente positiva.

  Los valores sociales son esquemas a partir de los cuales se conduce el comportamiento de los sujetos; de ahí que cada comunidad establece lo que se debe hacer y lo que se prohíbe, y al mismo tiempo son provistas las sanciones para quienes falten a lo pactado socialmente. Se trata de "reglas de acción" enunciadas como valores morales y normas, sin las cuales el comportamiento humano no tiene rumbo o destino y derivaría en una "dejadez en la acción grupal para conseguir las metas" (Aguirre, 1999 citado en Mercado & Hernández, 2009).

b) Autoconcepto

El autoconcepto, es un elemento estructural de la identidad y constituye el núcleo básico de la personalidad. Es la opinión que tiene una persona sobre su propia conducta y personalidad. Se forma

a través de la interacción social en el curso de la experiencia y de los contactos interpersonales. El concepto que de sí mismo tiene un sujeto dirige su conducta y determina, en buena medida, las iniciativas que acometerá y la realización que se autoimpone. El autoconcepto físico o imagen corporal incluye las percepciones del individuo sobre su propio cuerpo. El autoconcepto social viene configurado por las percepciones que la persona tiene de los roles sociales que desempeña y del modo en que los representa. Es posible que una persona tenga varios autoconceptos sociales en función de los papeles que ejerce en diversos grupos: trabajo, familia, ocio, escuela. (Rogers, 1959, citado en Ventura, 2008).

Según Beane (1986) citado en Naranjo (2007), indica que los estudios han demostrado una relación persistente entre el autoconcepto y la autoestima y diversas variables relacionadas con las actividades académicas. Por ejemplo, los estudiantes con autoconceptos claros y una autoestima positiva tienden a tener puntajes de competencia educativa más altos, a exhibir un logro académico mayor que el que tiene sus iguales con autopercepciones no claras o negativas.

Dentro de las dimensiones del autoconcepto está la dimensión física, social y emocional.

- ✓ Dimensión Física: Se refiere a la percepción del individuo sobre su propio cuerpo, Según (Hormigos & Cabello, 2004) consideran a los actores musicales como referentes para imitar su forma de vestir y actuar, especialmente en la población joven.

- ✓ Dimensión Social: Se refiere a la aceptación que tiene el ser humano en la sociedad, es decir, sentirse parte de un grupo. Los gustos musicales vienen determinados por el contexto social y es precisamente este gusto musical el que crea grupos sociales definidos. (Megías & Rodríguez, 2001)

- ✓ Dimensión Emocional: Es la percepción que tiene uno mismo sobre su estado emocional. El concepto que de sí mismo tiene un sujeto dirige su conducta y personalidad.

c) La lengua

La lengua es la base de la construcción y expresión de la cultura de sus miembros. La lengua que se usa en cada comunidad es, en definitiva, su marca personal. La identidad está íntimamente ligada a la palabra que expresan en ese código particular. (Zambrano, 2009)

La lengua juega un papel importante, pues es la unidad que determina y favorece a una comunidad y que haya una variedad

lingüística propia la distingue de las demás. Incluso, pudiéramos pensar que la identidad haya sido uno de los factores determinantes para el surgimiento de las distintas lenguas y dentro de éstas, de los distintos dialectos y jergas. Incluso, muchos autores afirman que la construcción de la identidad sea una de las principales funciones del lenguaje (Álvarez, 1999 citado en Zambrano, 2009).

Se puede inferir que la lengua cumple un rol importante en la comunicación y en la identidad der ser humano, en este caso del estudiante. En nuestro país existen diversas lenguas y dilectos lo que determina la diversidad de nuestra nación y de allí nace la pregunta: ¿Cuán importante es el papel del idioma en el desarrollo de la identidad cultural?

- El idioma: El idioma es un sistema que utilizan la personas para comunicarse, se transmite oralmente y es un elemento fundamental en la cultura y la identidad de una sociedad o grupo social. Se podría considerar que a través del idioma una comunidad puede transmitir de generación en generación su cultura, los valores, costumbres, entre otros.

- El dialecto: Existe una relación entre la lengua y el dialecto principalmente, este último juega el rol de elemento constitutivo de la identidad tanto individual como colectiva. Un dialecto se define como la variedad regional de lengua de una comunidad y

cuando los individuos que la conforman la reconocen y valoran positivamente, entonces podemos decir que se identifican entre sí y se produce la sensación de diferencia con respecto a las demás comunidades. (Zambrano, 2009). Un individuo orgulloso e identificado con su grupo dialectal no querrá disimular o eliminar rasgos de su habla, por el contrario, buscará reforzarlos cuando esté frente al otro; caso opuesto es el de quien no se siente conforme con su dialecto pues se sentirá avergonzado y evitará a toda costa seguir ciertos patrones (léxicos, fonéticos, entonativos, sintácticos, etc.) que lo identifiquen como miembro de su comunidad y, en consecuencia, tratará de eliminarlos o sustituirlos asimilando los de la comunidad que represente para él mayor prestigio. (Obediente, 1999 citado en Zambrano, 2009)

- La lengua natal: El término lengua natal se refiere al idioma que se aprende en los primeros años de vida. Según Baez (2002) citado en Díaz (2015), menciona que la pérdida de la lengua natal conlleva inevitablemente a la perdida de la identidad cultural y muchas trascendencias que pueden ser peligrosas. La búsqueda de la identidad se da mayormente en la etapa de la adolescencia del ser humano, allí es donde nacen muchas cuestiones y una de ellas es de preguntarse ¿Quién soy con respecto a los que me rodean? La cultura, la identidad, la expresión de un determinado pueblo pueden estar entrelazados inexplicablemente, pero la lengua, el

idioma puede ser un factor para desarrollar bases de inclusión, pertenencia o de triunfo como también podría manifestarse todo lo contrario.

d) Manifestaciones culturales

Nuestro país es tan grande y diverso que cada departamento y provincia poseen manifestaciones culturales creadas por sus miembros, es el caso de la música, fiestas tradicionales, danza, gastronomía y finalmente los mitos y leyendas, convirtiéndose así en una huella que las identifica.

- Fiestas tradicionales: Las fiestas tradicionales construyen una visión integral como catalizadora de las expresiones identitarias. Resume en su figura prácticas y ritos que son reflejo de una época, son el escenario ideal para estudiar la cultura integralmente concebida, vinculada a sucesos de la vida cotidiana de la comunidad. Las fiestas tradicionales expresan huellas del tejido social que representan y cuyos intereses simbolizan y constituyen reflejo de la identidad cultural de un pueblo según su tradición. (López Ramos, Belkis, 2006 citado en Baby, 2015). Las fiestas tradicionales es una evocación general, esta se dividen en religiosas y cívicas, cada una con sus propias características. Las fiestas religiosas están referidas a las evocaciones de agradecimiento dentro de ellas, está la religión católica y la

andina, ambas conforman una simbiosis muy marcada esto debido al mestizaje que se ha ido formando, se la denomina simbiosis ya que hay una convivencia y complementación entre ambas. Los acontecimientos como las fiestas son espacios en los que las personas salen de la rutina para realizar una celebración, también son una obra de arte, una búsqueda de belleza que se manifiesta de manera personal así como grupal. (Baldelomar, 2013)

- Danza: La danza es una manifestación cultural en donde se utiliza el movimiento del cuerpo como forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artístico o religioso. Es también una forma de comunicación, ya que se usa el lenguaje no verbal entre los seres humanos, donde los bailarines expresan sentimientos y emociones a través de sus movimientos y gestos. Este se realiza mayormente con música y no tiene una duración específica, ya que puede durar segundos, minutos u horas. Dentro de la danza existe la coreografía, que es el arte de crear figuras y pueden interpretarse con un número variado de bailarines que por lo general dependerá de la danza que se va a ejecutar y también de su objetivo, puede ser interpretada por un grupo profesional y no profesional. (Baldelomar, 2013). Según la UNESCO define a la danza como una serie de movimientos corporales que se encuentran sujetos a

un orden y habitualmente acompañados de la música. Aparte de su carácter físico, los movimientos rítmicos, pasos y ademanes de la danza suelen expresar un sentimiento o un estado de ánimo, o ilustrar un acontecimiento particular o un acto cotidiano, como ocurre en las danzas religiosas y las que representan episodios de caza y guerra, entre otros.

- Música: La música es una de las expresiones creativas más íntimas del ser, ya que forma parte del quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto por su goce estético como por su carácter funcional y social. La música nos identifica como seres, como grupos y como cultura, tanto por las raíces identitarias como por la locación geográfica y épocas históricas. Es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal" (Angel, Camus y Mansilla, 2008 citado por Alvarado, 2013). ¿Qué es lo que hace que una música se considere propia de un pueblo? la respuesta no es fácil. Según Fernando Nava (1999) citado en Flores (2009) para que un sonido musical sea considerado propio tiene que ser reconocido así por el grupo y formar parte de la memoria colectiva, organización y jerarquización cultural del grupo.

- Gastronomía: La Gastronomía es el arte culinario, donde interviene varios componentes. Mediante la cuidadosa mezcla de sabores, olores, colores, texturas, sonidos y pensamientos que se

encuentran en los diversos universos de la comida, cada grupo humano construye fuertes relaciones sociales y simbólicas: en cada bocado de comida vivimos a diario nuestra doble condición de seres culturales y biológicos. Cada sociedad ha codificado el mundo de los sentidos desde su propia mirada y su propia racionalidad, y en el comer están presentes las particularidades de un grupo humano. La comida es un amplio espacio de significados amarrados a nuestra historia social, el cual es un excelente terreno para hablar de diversidad cultural y de contemporaneidad. (Delgado, 2001). Es la cocina tradicional, un componente de la cultura de una comunidad, pues en ella se reflejan las costumbres, tradiciones, además de los saberes y prácticas alimentarias y culinarias, muchas de ellas transmitas de generación en generación y que indudablemente forma parte de nuestra herencia e identidad cultural,

- Mitos y leyendas: Los mitos y leyendas son relatos que se basan en sucesos o acontecimientos reales, sin embargo, estos no permanecen intactos, ya que son susceptibles a las modificaciones o cambios, además se incorporan a esos relatos elementos fantásticos o irreales dándoles un carácter fantástico y maravilloso. Los mitos pueden referirse a temas religiosos, a la cosecha, a la caza, y su finalidad es explicar fenómenos naturales, el origen del mundo o entre otras interrogantes, estos mitos se

ubican geográficamente en lugares determinados. En síntesis, los mitos y leyendas encierra un contenido folclórico, histórico que constituye la expresión más genuina de un pueblo.

2.5.4. La importancia de la identidad Cultural

En los jóvenes la identidad cultural contribuye a reconocer su pasado, elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro, así mimo una identidad cultural también busca la reconstrucción de una identidad nacional.

Para la UNESCO (2018), la identidad cultural en el ser humano es importante porque le da la capacidad de reflexión sobre sí mismo a través de ella el hombre discierne valores y se reafirma como tal.

Al momento de experimentar una valoración y sentimientos positivos frente a elementos culturales, se podría decir, que se está desarrollando y fortaleciendo la identidad.

La población, sobre todo joven está expuesta a verse influenciado por factores externos como moda, la música y los medios de comunicación, y a partir de estos factores se debilita la identidad cultural y se pierde el interés por sus raíces ancestrales las tradiciones, costumbres, valores, dejando un vacío en su identidad cultural, y esto va permitiendo que sea una población vulnerable frente a las decisiones políticas, sociales y personales, ocasionado que se repitan errores del pasado y una mala participación en el derecho propio de contribución a su sociedad. (Cipagauta y Roa, 2016)

2.6. La Música

2.6.1. Origen

El origen de la música es tan antiguo como la existencia de la humanidad. Algunos estudios sostienen que la música nace con el ser humano (con su propia voz y rudimentarios objetos como huesos, cañas, troncos, conchas, etc.) y otros sostienen que la música ya estaba presente (sonidos de la naturaleza).

No se puede precisar cuando apareció la música, pero si podemos señalar la aparición de los sonidos y la función que cumplían en los primeros hombres primitivos, pues el movimiento y el sonido evidenciaban la separación entre la vida y la muerte, así pues, el movimiento y el sonido se funden como símbolos de vida mientras que la quietud y silencio se conforman como símbolos de muerte. Lo que es indudablemente cierto es que existe una íntima relación entre la especie humana y la música.

2.6.2. Definición

La música es un medio de expresión, por lo tanto es un medio de comunicación entre los hombres. Literalmente es el arte de combinar los sonidos y los silencios, que son ordenados rítmicamente, armónica y tonalmente, produciendo una secuencia sonora.

La música es una de las expresiones creativas más íntimas del ser, ya que forma parte del quehacer cotidiano de cualquier grupo humano tanto

por su goce estético como por su carácter funcional y social. La música nos identifica como seres, como grupos y como cultura, tanto por las raíces identitarias como por la locación geográfica y épocas históricas. Es un aspecto de la humanidad innegable e irremplazable que nos determina como tal" (Angel, Camus y Mansilla, 2008 citado en Alvarado, 2013).

El sonido tal y como señala Suarez (2010) (elemento de la música) ha sido interpretado desde siglos atrás. Los griegos decían que el canto de Orfeo detenía al mar, hacía danzar a los árboles, despertaba intensos sentires y hasta hacía cambiar de parecer al mismo Hades. En la biblia la música de David, logró calmar al perturbado Saúl. Son diversos testimonios que dan cuentan del poder de la música y su relación con la humanidad; el sonido es energía en movimiento y se propaga por el aire. Los sonidos poseen una clasificación importante según su vibración. Cuando vibran constante y regularmente son entendidos como tonos o modos, y cuando las vibraciones no son regulares y al azar, se clasifican como ruidos. La idea de cómo las frecuencias producidas por la música son interpretadas por las mentes de las personas, adquiere un carácter más allá de la perspectiva individual del receptor y trasciende a una naturaleza de significación colectiva.

El arte musical es social, y así lo manifiestan Hormigos y Cabello (2004), ya que esta se ha ido creando a lo largo de la historia, se crea por y para grupos de personas que asumen distintos roles sociales en su relación con la música, los participantes de un evento musical interactúan entre sí y

se destina a un determinado público el que se concibe como grupo social con gustos determinados

Es entonces la música un canal de comunicación entre los hombres, un elemento dinámico que interviene en la vida de este, y posee un alto valor cultural.

La música es inherentemente multicultural, ya que involucra muchas prácticas musicales o incontables culturas musicales. En términos prácticos, la música posee cuatro aspectos fundamentales que son importantes considerar (Elliot, 1995 citado por Alvarado, 2013).

1. La música es un esfuerzo humano, que depende principalmente de la construcción socio- cultural.

2. La música nunca incorpora elementos formales aislados, ya que considera la melodía, armonía, ritmos, timbres, entre otros; como elementos integrados. De esta manera, tanto el compositor, interprete y auditor logran distinguir desde su plano dimensional los diferentes elementos sonoros.

3. La música se relaciona con diferentes acciones como son el movimiento, la danza, la dirección orquestal, entre otras.

4. La música puede abordar una vasta variedad de objetivos y funciones sociales. Por ejemplo, sirve de acompañamiento en celebraciones e incluso, se utiliza para invocar dioses. En este

sentido, sirve como vehículo para comunicar creencias, valores y formas de comportamientos.

2.6.3. Clasificación de la música

a) Según su función

- Música Religiosa : Se llama música religiosa o sacra a toda música creada y ejecutada para eventos religiosos, en este tipo de música se pueden encontrar una gran diversidad de estilos musicales que comprende mensajes bíblicos o letras de adoración que en su mayoría tienen como fin evangelizar al creyente.

- Música Profana: La música profana es todo lo opuesto a la música religiosa, está fuera del contexto religioso. Al igual que toda música, puede ser cantada o tocada sola o con instrumentación, la finalidad de este tipo de música es de entretenimiento o espectáculo y se puede incluir dentro de su contenido ritmos bailables como músicas folclóricas, las marchas militares, las sinfonías, los villancicos y muchos otros géneros de música, como el pop, rock, jazz, entre otros.

b) Según el instrumento utilizado

- Música Vocal: La música vocal o canto es una composición musical que está formada exclusivamente por la voz humana sin acompañamiento instrumental. La clasificación de la voz humana

se hace en función de su tesitura, entre los cuales está para los hombres: tenor y bajo y en el caso de las mujeres: soprano y contralto.

- Música Instrumental: La música instrumental es producida por instrumentos musicales ya sea de cuerda, madera, metal, percusión y/o la voz humana. Las melodías carecen de una letra, donde y los pasajes melódicos son interpretados por los instrumentos de cuerda, de viento y de percusión. Dentro de este tipo de música se puede encontrar a la música clásica, jazz, entre otros.

c) Según su periodo histórico

- Barroco : El periodo Baroco comprende aproximadamente desde 1600 – 1750, se caracteriza por la composición polifónica y armónica, además muchas de estas composiciones (en su mayoría temas litúrgicos) eran a petición de la alta Aristocracia o al alto clero, utilizaban instrumentos como el clavecín (antecesor del piano), violoncelo, clave, violín, viola, viola da gamba, laúd, fagot, flauta y oboe, entre otros, así también aparecen nuevas formas vocales e instrumentales: la ópera, el oratorio y la cantata. Algunos compositores de esta época fueron: Johann Sebastian Bach, Georg Friedrich Händel, Antonio Vivaldi, Domenico Scarlatti, Georg Philipp Telemann, Jean Baptiste

Lully, Arcangelo Corelli, Claudio Monteverdi, Jean Philippe Rameau y Henry Purcell, entre otros.

- Clasicismo: Clasicismo o periodo clásico comprende aproximadamente desde 1750 hasta 1820. A diferencia del periodo Barroco, la composición se aleja del contexto litúrgico, las composiciones musicales, tienen otras características como la consolidación de la tonalidad, aparecen nuevas formas musicales como la sonata, sinfonía, entre otros. Muchos de los instrumentos utilizados en el Barroco cambian y se adaptan a los nuevos requerimientos estilísticos y de composición de la época. Muchas veces el término de música "clásica" habitualmente se utiliza para denominar a la música culta o académica. A este periodo pertenecen compositores y/o músicos como Mozart, Haydn, Beethoven, entre otros.

- Romanticismo: El periodo romántico o Romanticismo comprende aproximadamente desde 1820 hasta 1890, las primeras manifestaciones artísticas de este movimiento aparecen en la literatura y poesía, que posteriormente darán ayuda al inicio del Romanticismo musical. Alguna de las características de este época es romper con la tradicional composición de la época clásica, prevalece los sentimientos sin tener en cuenta la forma, busca la espontaneidad, la

exuberancia y la pasión. Uno de los principales por no decir el principal instrumento utilizado para interpretar majestuosas composiciones fue el piano, instrumento que contribuyó a la música para convertirse en el arte más sublime y elevado. Entre los compositores y músicos románticos está Schubert, Chopin, Schumann, Mendelssoohn, Liszt, Chopin, Dvorack, entre otros.

- Música del siglo XX: En este periodo existen diversos estilos y formas musicales, caracterizados principalmente por el abandono de la tonalidad, la total ruptura de las formas y técnicas que se hacían en el barroco, la composición es libre, el ritmo cambia y además la tecnología se vuelve aliado de muchos compositores. Destacan compositores emblemáticos como Stravinsky, Schönberg, Berg, Shostakovich, entre otros.

d) Según a quien va dirigido

- Música Culta: La música culta es también llamada "música académica", "música selecta" o "música clásica", sin embargo esta última tiene su propia definición. Una de las características de la llamada música culta es la de respetar el tempo, la métrica, el ritmo, la altura y la ejecución precisa de cada pieza musical. Esto limita a la improvisación o la ornamentación ad libitum, que son frecuentes en la música popular. Algunos autores

señalan que una de las diferencias de la música culta con la música popular es su valor estético, pues para la composición e interpretación de la llamada música culta se requiere tener conocimientos académicos serios y profundos, como el haber estudiado en un Conservatorio o institución de Música.

- Música Popular: La música popular contiene géneros musicales que generalmente son aceptados y distribuidos a grandes audiencias a través de la industria de la música. Esta música denominada popular se aparta con la tradición o valores tradicionales en las artes, el concepto es básicamente romper los moldes antiguos y comenzar algo nuevo, dentro de la música moderna se encuentra géneros como: Rock, Pop, Hip-Hop, Rap, electrónica, reggaetón entre otros.

- Música Tradicional: Es aquella música que se transmite de generación en generación (padres a hijos) que permanecen, quizás no intactas, a lo largo del tiempo. Es de transmisión oral y/o académica y su contenido hace referencia a los valores, hábitos y costumbres de un determinado pueblo o comunidad. También es llamada música folklórica, música étnica, música regional, música típica y en ocasiones música popular, sin embargo, el término música popular conlleva a otro significado, haciendo referencia a Vega (2010) en “La Música Tradicional Mexicana: Entre el folclore, la tradición y la world music” señala: “La

música tradicional es un concepto que va ligado a los usos de las expresiones musicales en un contexto social, en un ambiente grupal, étnico, religioso, si se quiere ideológico, y que por lo tanto no tiene que ver con términos comerciales, sino con un uso comunitario.

2.7. La música tradicional

2.7.1. Tradición

El termino tradición proviene del latín traditio, que significa transmitir o ser transmitido. La tradición, es algo que se hereda, que se transmite de generación en generación, esta transmisión es hecha por un gran número de actores sociales (familia, comunidad, etc.)

Evidentemente definir tradición es más complejo, Thompson (1995) ciado por Flores (2009) indica que la tradición implica varios aspectos:

a) Hermenéutico, es decir, la tradición se considera como un conjunto de asunciones históricas y resulta un esquema interpretativo para la comprensión del mundo;

b) Aspecto normativo, es decir, las costumbres del pasado podrían servir como guía para las acciones presentes y futuras; ciertas prácticas estarían tradicionalmente fundamentadas en frases como: “esto es lo que siempre hemos hecho”;

c) Legitimador, la tradición sirve en determinados momentos como fuente de apoyo para el ejercicio de poder y autoridad y asegurar la

obediencia a las órdenes, por lo que podría hablarse de la ideología de las tradiciones; y

d) Identitario de la tradición, es decir, que la tradición construye identidades tanto individuales como colectivas.

2.7.2. Concepto

Definir qué es la música tradicional no es un asunto fácil. Música tradicional es una etiqueta que se ha otorgado a músicas que se considera provienen del pasado y que se han mantenido de generación en generación gracias a la transmisión oral. Esta clasificación de estas músicas se hace de esta manera porque el término tradición, siempre remite a aquello que viene del pasado. La música tradicional es una música que establece un fuerte vínculo con el pasado pues no quiere ni puede separarse de él ya que es el pasado, como tiempo histórico y vivido, el que da sentido y legitimidad a esta música, pero también a las personas y al pueblo como colectividad y sus prácticas culturales actuales. Mientras la música moderna busca romper con el pasado y busca ser nueva, dinámica y diferente, mantener un vínculo con el pasado es un *ethos* para la música tradicional; la música tradicional es aquella que forma parte del imaginario colectivo y es fuente de identidad cultural. Esta música necesariamente forma parte de la memoria colectiva y se considera parte del dominio público aunque también se reconoce la autoría individual. (Flores, 2009).

¿Qué es lo que hace que una música se considere propia de un pueblo? la respuesta no es fácil. Según Fernando Nava (1999) citado en Flores (2009) para que un sonido musical sea considerado propio tiene que ser reconocido así por el grupo y formar parte de la memoria colectiva, organización y jerarquización cultural del grupo.

La música tradicional como un lenguaje socialmente producido no es fija ni estática, para Flores (2009) existe una fuerte tendencia a sostener que la música tradicional resiste lo más posible los cambios sociales y musicales. Según Camacho (2005) citado en Flores (2009), menciona al respecto que para el International Folk Music Council (Consejo Internacional de la Música Tradicional) la categoría de música tradicional hace unas décadas se definía como el producto de una tradición musical que se mantenía a través del proceso de la transmisión oral. La música tradicional se entendía como lo perdurable, lo auténtico, lo que no cambia y resiste a los valores del mundo moderno. Sin embargo, Simonett (2001) citado en Flores (2009) considera que todas las tradiciones son vivas y cambiantes, porque son una narración nunca completada y por lo tanto abierta, cuyo carácter deriva del pasado aunque no está determinado por éste, al menos no únicamente, ya que la narración de las tradiciones nos enfrenta también al futuro.

Por tanto, Simonett (2001) citado en Flores (2009) señala que el poder de una tradición descansa en su práctica contemporánea y en el intercambio dialéctico entre el pasado interpretado y la interpretación del presente. La tradición no sólo preserva y pertenece al pasado, sino que la

tradición es una interpretación desde el presente y se convierte en una actividad de renovación pues ésta siempre está en movimiento y es constantemente creada y recreada por las personas y las colectividades que las sostienen.

En síntesis la música tradicional no es pura por lo tanto para mantenerla viva debe ser capaz de renovarse y actualizarse, siempre y cuando no pierda su esencia.

- International Council for Traditional Music (ICTM): El Consejo Internacional de Música Tradicional, más conocida por sus siglas (ICTM), es una organización no gubernamental, centrada en la música en relaciones formales de consulta con la UNESCO. Fue fundado en Londres el 22 de septiembre de 1947, teniendo como presidenta actualmente a la Dra. Salwa El-Shawan Castelo Branco, Directora del Instituto de Etnomusicología - Centro de Estudios en Música y Danza, Universidad Nova de Lisboa. La organización era conocida anteriormente como el Consejo Internacional de Música Folk (IFMC). Esta organización tiene como objetivo promover el estudio, la práctica, la documentación, la preservación y la difusión de la música y la danza tradicionales de todos los países. Con estos fines, el Consejo organiza Conferencias Mundiales, Simposios y Coloquios, y publica el Anuario de Música Tradicional y el Boletín en línea del ICTM. Como organización no gubernamental

que mantiene relaciones formales de consulta con la UNESCO y por su amplia representación internacional y las actividades de sus Comisiones de Estudio, el Consejo Internacional de Música Tradicional actúa como un vínculo entre pueblos de diferentes culturas y contribuye así a la paz de la humanidad.

2.7.3. Música tradicional peruana

A lo largo de los siglos de la Colonia y durante el siglo XIX se fueron formando expresiones de música popular peruana, a la vez que las formas tradicionales persistían o se modificaban y la música artística era practicada por un sector de la población urbana. Durante el siglo XX ha continuado este proceso, apareciendo nuevas expresiones musicales adaptadas de géneros extranjeros venidos posteriormente: el rock y el jazz de Norteamérica y la salsa, la cumbia y otros géneros latinoamericanos (Petrozzi, 2009)

Existen factores que han contribuido a la creación de diversos estilos musicales como la migración y el crecimiento urbano de las últimas décadas. Al respecto Pineau (2011) manifiesta que las identidades culturales en el Perú se han transformado a través de la historia en diferentes contextos políticos y socioeconómicos. Las migraciones desde el campo a la ciudad, o más concretamente en la realidad geográfica peruana desde la sierra a la costa representan un factor clave en la reelaboración de las identidades culturales y en la eclosión de la música popular andina a escala nacional.

La música tradicional peruana se ha convertido como vehículo de transmisión de costumbres, historias, mitos y leyendas, y además actúa como elemento en un contexto del orden político, social e identitario.

La música del Perú es tan variada y rica como lo es su historia y cultura, cada región andina mantiene formas y estilos musicales diferentes. Por ejemplo, el género criollo identifica a Lima y otras ciudades de la costa, los yaravíes y huaynos representan la música de las provincias andinas. En particular, para esta investigación se trabajará con cuatro géneros musicales. En primera instancia, se encuentra el Huayno que es la expresión más tradicional de la música andina, en segundo lugar el Yaraví, la Marinera y el Vals. Se ha seleccionado estos cuatro géneros porque son géneros musicales que aparecieron antes del siglo antes del siglo XIX y estos han dado lugar a otras formas y estilos musicales.

a. Música andina

La música andina está representada por diversos estilos y expresiones musicales pertenecientes a diferentes regiones, comunidades y sectores sociales. Los géneros de la música andina varían de una región e inclusive de una población a otra. Los mismos géneros pueden tener distinto nombre según su contexto de utilización, o según la danza que acompañan. José María Arguedas describió el proceso en que la música tradicional andina se transformó y adaptó a nuevos espacios y tiempos, que él denominó "de lo mágico a lo popular, del vínculo local al nacional". Sin embargo, Raúl R.

Romero anota que numerosas manifestaciones tradicionales se han resistido a los cambios, como la que se cultiva en las comunidades alejadas. (Variedades, 2010)

- **Yaraví :** No se puede precisar una data determinada para el origen del yaraví, pero si se puede precisar quiénes fueron sus antecesores. Según muchas fuentes, el yaraví proviene del *harawi* incaico.

  Según García, como lo interpreta Varallanos (1989), el yaraví es ¡ay! que emite el alma cuando se encuentra agobiado, por un pesar o un amor desagradecido; es el dulce coloquio que se sostiene con la inseparable sombra del ingrato objeto de nuestros amores o de la insensible causa de nuestras penas. El yaraví debe ser cantado en soledad; "allí produce todo su efecto. (Varallanos, 1989)

  Según Arguedas (1977), el yaraví no se baila; el yaraví es solo para cantar, cuando se ha perdió una gran esperanza, o cuando se siente o se desea hacer sentir una pena.

  Los yaravíes son canciones que expresan un dolor constante en sus letras y acordes, generalmente el tema protagonista es un amor no correspondido, un amor malagradecido e inalcanzable, así también existen letras que están referidos al paisaje o a su vida cotidiana. Acompañan sus letras con unos sensibles

acordes, emitidos por instrumentos traídos por los españoles como la guitarra y la bandurria.

El yaraví es interpretado ad libitum por dúos de voces siempre masculinas en que la segunda voz siempre hace una tercera paralela a la primera, generalmente está escrita en tono menor y su música está distribuida generalmente en compases de 3/4 y 3/8.

Su armonía es relativamente sencilla, siempre lo acompaña un instrumento de cuerda, el más utilizado es sin duda la guitarra afinada en baulín, caso contrario sucede con la melodía, que tiene protagonismo frente a la armonía musical y al ser más expresiva utiliza ciertos símbolos musicales (la ligadura de prolongación, calderón, rubatos, puntillo), además existe una gama de matices que enfatiza el sentir del intérprete cantor de yaraví, utiliza generalmente giros pentafónicos en melodía. Encontramos yaravíes en Cuzco, Ayacucho, Huánuco y también en otros países como en Colombia, Ecuador, Bolivia, Argentina y hasta en el norte de Chile.

El 22 de agosto del 2009 el yaraví fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura.

- **Huayno:** El huayno es el género más representativo de la música popular andina. Huayno o wayno, el más diseminado género

popular de canto y danza de pareja con coreografía libre y estacionaria. Tiene variantes y nombres locales como la chuscada (Ancash), pampeña (Arequipa), cachua (Cajamarca), chymaycha (Amazonas y Huánuco) y huaylacha (valle del Colca). (Petrozzi, 2009)

A diferencia del yaraví, el huayno es interpretado para ser bailado, no siempre tiene un texto literario, es decir, puede estar escrito solo para instrumento o para voz e instrumento, utiliza el castellano, el aymara o el quechua y en sus letras expresa un dolor permanente, melancólico, donde el protagonista pueden ser la descripciones de pueblos, paisajes, penas de amor, despedidas entre otros, están escrito en tono menor y en compases de 2/4.

Los huaynos no son propios de Perú, también los hay en Bolivia y Ecuador, en Perú se encuentra en la región de la sierra como Cuzco, Puno, Arequipa, Ayacucho etc., los instrumentos que se utiliza son variados, la guitarra y las bandas de instrumentos de vientos son muy usuales, sin embargo, en la sierra central es interpretado usualmente por violines, saxofones y arpas; en la zona cusqueña se utiliza mayormente la quena; en Puno es interpretado por Estudiantinas (conjunto de instrumentos de cuerda), en Arequipa los huaynos han tenido protagonismo acompañadas del charango, (Carpio, 2014)

b. Música costeña

En la costa peruana se pueden encontrar manifestaciones de la cultura musical andina, de la afroperuana y de la mestiza costeña, también llamada música criolla. Esta última incorpora muchos elementos de la tradición afroperuana, considerada por algunos de sus miembros como una cultura musical aparte, con características propias. (Petrozzi, 2009).

Vásquez (1982), citado en Petrozzi, (2009), considera que la música de toda la costa y sobre todo de Lima es la criolla, y que la diferenciación entre afro y criollo se hace sólo a un nivel musical, y no social. En la costa rural se pueden encontrar también instrumentos que se usan en los Andes, como pinkullo, caja, arpa, chirimía y bandas de metales; el banjo se usa en algunos lugares de la costa norte desde alrededor de 1900 (Casas, 1993 citado en Petrozzi, 2009).

- **Marinera:** En el Perú, la marinera tuvo sus inicios en los años de la Independencia bajo el nombre de zamacueca, que años después se le conoció como “chilena” y finalmente como marinera. En 1879 era usual entre la población llamarla chilena a este baile de pañuelo, sin embargo iniciada la guerra con Chile, el escritor Abelardo Gamarra, más conocido como “El tunante” no dudo en cambiar el nombre de “chilena” y titularla marinera, nominación que hasta hoy conocemos.

Usualmente estan escritas en compases de 6/8, algunas están compuestas solo para instrumentos y otras para voz e instrumento, en su contenido literario, los temas están referidos al paisaje, costumbres, amores, entre otros.

En cuanto a la coreografía, la marinera muestra características propias de cada región, por ejemplo, la marinera andina no tiene la misma elegancia que la marinera norteña, pues es más lenta y no tiene la rapidez de zapateos con cepillado como la norteña, además esta marinera tiene una fuga de huayno. Los bailarines hacen uso del pañuelo, elemento característico para su coreografía.

El 30 de enero de 1986, la marinera con todas sus variantes regionales, fue declarada Patrimonio cultural de la nación peruana por el Instituto Nacional de Cultura y en el 2012 el Congreso de la República declaró el 7 de octubre como el Día de la Marinera, en homenaje a Augusto Áscuez Villanueva (fecha de su nacimiento), uno de sus principales intérpretes.

- **Vals:** El vals muy popularizado en Europa llegó a Perú en el siglo XIX principalmente en las ciudades con más colonias europeas, como lo fueron Lima y Arequipa. Sin embargo cuando este género musical llegó a estas ciudades no tenía mucha aceptación entre la población, esto debido a que en aquellas épocas la

zamacueca, chilena, marinera y derivados gozaban de gran popularidad que no dejaban espacio para otro género musical.

El vals europeo logró amalgamar con otras formas musicales como la mazurca, la polaca, la zarzuela y así también con géneros nacionales como el yaraví y la marinera dejando como resultado el vals peruano que hoy conocemos, el vals adopto características propias, como el haber incorporado parte de nuestra cultura mestiza en su melodía, la incorporación de la voz humana ya que el vals europeo era solo instrumentación, así mismo, el vals europeo era ejecutado por grandes orquestas, sin embargo, esto era imposible de imitar, tal es, que el vals peruano se ejecutó con mandolinas, bandurrias, laudes y guitarras en un principio y años después estos instrumentos excepto la guitarra fueron reemplazados por el cajón peruano y castañuelas españolas.

c. Música amazónica

La música de la región amazónica, hasta ahora mucho menos estudiada que la andina y la criolla, está usualmente ligada a ciclos rituales y festivos, influenciados por el calendario católico. Los cantos rituales son prominentes en las ceremonias curativas como el ritual de ayahuasca y otras actividades chamanísticas. (Petrozzi, 2009).

La música vocal es más común que la instrumental en la música amazónica. Los chamanes son tradicionalmente hombres y sólo ellos tocan los aerófonos. Los instrumentos de los pueblos amazónicos incluyen gran variedad de idiófonos, tambores pequeños y aerófonos (Padilla 2000, citado en Petrozzi, 2009).

Las escalas son variadas y la heterofonía es frecuente, pero se encuentran también polifonía a dos voces en cuartas y canto en canon. (Pinilla, 1980; Romero 2000, citado en Petrozzi, 2009).

La utilización de instrumentos son: tampug, tambor de dos membranas, la flauta de dos agujeros pigkui, la sonaja de semillas magish que se usa en el tobillo de los hombres, y otras sonajas que se usan en la cintura por las mujeres (kunku akachunkai), y en el cuello (peetai). (Petrozzi, 2009).

2.7.4. La música como integrante del Patrimonio Cultural Material e Inmaterial

En el Perú existe la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación N° 28296, cuyo objetivo es: Establecer políticas nacionales de defensa, protección, promoción, propiedad y régimen legal y el destino de los bienes integrantes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación. Según Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación se clasifican en:

a) Bienes Materiales

- **Inmuebles:** Comprende de manera no limitativa, los edificios, obras de infraestructura, ambientes y conjuntos monumentales, centros históricos y demás construcciones, o evidencias materiales resultantes de la vida y actividad humana urbanos y/o rurales, aunque estén constituidos por bienes de diversa antigüedad o destino y tengan valor arqueológico, arquitectónico, histórico, religioso, etnológico, artístico, antropológico, paleontológico, tradicional, científico o tecnológico, su entorno paisajístico y los sumergidos en espacios acuáticos del territorio nacional.

- **Muebles:** Comprende: Colecciones y ejemplares singulares de zoología, botánica, mineralogía y los especímenes de interés paleontológico, los bienes relacionados con la historia, en el ámbito científico, técnico, militar, social y biográfico, así como con la vida de los dirigentes, pensadores, sabios y artistas y con los acontecimientos de importancia nacional, el producto de las excavaciones y descubrimientos arqueológicos, sea cual fuere su origen y procedencia, los elementos procedentes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de lugares de interés arqueológico, las inscripciones, medallas conmemorativas, monedas, billetes, sellos, grabados, artefactos, herramientas, armas e instrumentos musicales antiguos de valor histórico o artístico.

El material etnológico.- Los bienes de interés artístico como cuadros, lienzos, pinturas, esculturas y dibujos, composiciones musicales y poéticas hechos sobre cualquier soporte y en cualquier material.

Manuscritos raros, incunables, libros, documentos, fotos, negativos, daguerrotipos y publicaciones antiguas de interés especial por su valor histórico, artístico, científico o literario, sellos de correo de interés filatélico, sellos fiscales y análogos, sueltos o en colecciones, documentos manuscritos, fonográficos, cinematográficos, videográficos, digitales, planotecas, hemerotecas y otros que sirvan de fuente de información para la investigación en los aspectos científico, histórico, social, político, artístico, etnológico y económico, objetos y ornamentos de uso litúrgico, tales como cálices, patenas, custodias, copones, candelabros, estandartes, incensarios, vestuarios y otros, de interés histórico y/o artístico.

b) Bienes Inmateriales

El patrimonio cultural inmaterial es: tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo, integrador, representativo y basado en la comunidad. Integran el Patrimonio Inmaterial de la Nación las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones, expresadas por individuos de manera unitaria o grupal, y que reconocidamente responden a las

expectativas de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos autóctonos, el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológicos, folclóricos o religiosos. Sin constituir manifestaciones exclusivas del patrimonio cultural inmaterial, éstas pueden ser:

- Lenguas y tradiciones orales.
- Fiestas y celebraciones rituales.
- Música y danzas.
- Expresiones artísticas plásticas: arte y artesanías.
- Costumbres y normativas tradicionales.
- Formas de organización y de autoridades tradicionales.
- Prácticas y tecnologías productivas.
- Conocimientos, saberes y prácticas asociadas a la medicina tradicional y la gastronomía.

2.8. La importancia de la música en la Identidad Cultural

La música juega un papel esencial en los procesos de configuración y consolidación de la identidad. Muchos teóricos han propuesto paradigmas interpretativos desde los más diversos campos con el fin de comprender la naturaleza de esa relación, así como también los mecanismos que el individuo, en

tanto a ser social, pone en práctica para construir su identidad mediante la escucha y las diversas prácticas vinculadas al fenómeno musical. (Revilla, 2011)

La música, vista como un lenguaje socialmente producido genera símbolos que permiten imaginarnos, comprendernos y reconocernos como parte de una historia, de una cultura y una colectividad dada. La música, es un potente movilizador de emociones, discursos, recuerdos colectivos y un sofisticado artificio mediante el cual se construyen identidades sean nacionales, de género, culturales, personales o de otra índole. (Flores, 2009)

La música entendida desde un enfoque social, es considerada como aquel fenómeno universal que toda cultura posee como una expresión de sus costumbres y de su propia ideología (Hargreaves y North, 1997 citado en Pacheco, 2015). La reducida literatura psicológica actual sobre el tema, ha encontrado que uno de los aspectos más importantes y funcionales de la música es como aquel constituyente de la identidad tanto a nivel personal como a nivel social. (Gardikiotis y Baltzis, 2010 citado en Pacheco, 2015). Por su parte Martí, (2000) citado por Hormigos y Cabello, (2004) señala que la música no solo actúa como cultura, sino también como elemento dinámico que participa en la vida social de la persona y al mismo tiempo la configura.

Desde una perspectiva socio-histórica, la literatura menciona que ciertos géneros musicales están asociados, especialmente en sus orígenes, a distintos grupos sociales, como por ejemplo el Jazz o el Blues, que era música afroamericana, considerada como inferior y asociadas con características negativas, discriminada

por la condición étnico-racial de sus intérpretes. Algo similar ha ocurrido en el Perú donde algunos géneros musicales, como por ejemplo la música criolla en su momento y la música andina, han sido considerados como inferiores, produciendo mucha resistencia por parte de las clases altas debido a la procedencia de los grupos sociales que lo componían y ejecutaban. (Borras, 2012 citado en Pacheco, 2015)

Para Hormigos y Cabello (2004) sociológicamente sólo puede captarse la música en el momento en que se expone la relación artista-oyente, cuando la obra musical llama al exterior, donde provoca un momento trascendental.

Sin embargo existen interrogantes como: ¿Qué tiene la música que genera en nosotros emociones?, ¿Por qué preferimos cierto tipo de música y no otra? y ¿Qué tanto influye la música en nuestra vida? preguntas que necesitan responderse para exponer la relación entre el término música e identidad. Según la Doctora Revilla en su publicación "Música e identidad. Adaptación de un modelo teórico (2011), presenta un estudio de la relación y/problemáticas de los dos términos en cuestión (música e identidad), además expone tres modelos para su interpretación: la homología estructural, la interpelación y la narrativa.

a) **La homología estructural:** La homología estructural fue interpretada por John Blacking (1973), Dick Hebdige (1979) y Richard Middleton (1990). Esta teoría, es planteada como la primera propuesta para entender la relación entre música e identidad, expone que los elementos que conforman la estructura musical (parámetros

como la textura, la armonía, los timbres, las escalas o la organización temática) son generados como reflejo de la distribución de los estratos y normas sociales (como por ejemplo, los sistemas patriarcales o matriarcales, los regímenes políticos, las clases sociales, etc.). Llevada un poco más allá, la homología estructural propone también que, dada esta correspondencia, cada clase o grupo social debería verse relacionado, o sea, identificado con un estilo determinado de música; de manera que éste sería, necesaria y únicamente, el reflejo musical de dicho grupo dentro de la sociedad. Mediante esta teoría, se pretendía explicar la razón por la que cada subcultura y grupo social, se expresa mediante un género musical particular: "si por un lado diferentes grupos sociales poseen diferentes tipos de capital cultural, por otro lado comparten distintas expectativas culturales, de ahí que se expresen musicalmente de manera diferente" (Vila, 1996 citado en Revilla, 2011). La homología recibió en su momento varias críticas debido al reduccionismo estructuralista en el que desembocaba y a su inviabilidad ante cuestiones como la planteada asimismo por Vila: ¿Por qué diferentes "actores sociales" se identifican con un cierto tipo de música y no con otros? La homología estructural se mostró realmente incapaz de proponer una explicación viable ante fenómenos como la variedad del gusto musical dentro de una misma comunidad social o incluso el variopinto abanico de preferencias que puede proferir un mismo individuo. Según el sociólogo John

Shepherd: “la homología estructural no permite a los agentes sociales negociar el sentido (o significado) de las prácticas musicales, porque se basa en una relación estática y esencialista entre música y sociedad” (Shepherd, 1994 citado en Revilla, 2011).

b) **La interpelación:** Como propuesta alternativa a la problemática en cuestión, el concepto de interpelación sirvió para abordar desde otra óptica los recursos de significación musical. (Revilla, 2011). Desde esta perspectiva, el individuo cobraba una nueva relevancia que le permitía entrar en el juego de la significación. La interpelación ya se desmarcaba de la homología por una concepción de base mucho más dinámica: mientras la homología sugería una equivalencia estática, la interpelación se definía como un proceso bidireccional en el cual música y oyente aportaban y reconducían los universos de significación. La propuesta de la interpelación sirvió para desbancar la concepción homológica de la relación entre música e identidad y establecer un vínculo simbiótico entre experiencia musical e individuo, los cuales se irían nutriendo mutuamente de sentido. Según Simon Frith “la música puede posicionar, simbolizar y ofrecer la experiencia inmediata de identidad colectiva” o “mediante la música popular hemos aprendido a entendernos a nosotros mismos como ‘sujetos’ históricos, con identidad étnica, de clase y de género” (Vila, 1996; Cruces, 2001 citado en Revilla 2011).

No obstante, la función interpeladora de la música se define en relación a un primer estímulo que ésta misma ejerce sobre el individuo. (Revilla, 2011) Debido a este enfoque, la articulación o interpelación sigue sin ofrecer la posibilidad de negociación del significado; es decir, reconoce una cierta 'capacidad de agencia' que permite al individuo construir su identidad en base al estímulo sonoro pero a su vez insiste en la idea de que una música puede evocar un significado entendido o 'decodificado' de una misma manera, sea cual sea su contexto y su receptor. La teoría de la interpelación "ha sido criticada por su circularidad: otorga al sujeto una capacidad de reconocimiento y respuesta pero a su vez lo somete bajo una ideología fija que la música le impondría", posteriormente y no habiendo solucionado el problemática en cuestión Stuart Hall (1996), así como Vila (1996) propuso que "los procesos de construcción de la identidad no sólo requieren que el sujeto sea interpelado, sino que invierta en la posición" (Pelinski, 2000 citado en Revilla 2011). Afirmación con la que pretendía dar a entender cómo el sujeto otorga un determinado valor o significado a la música que recibe, es decir, la interpela. Ésta resignificación, adopción o 'manipulación' que el oyente impondría sobre el objeto sonoro dotaría de una significación personal e intransferible al fenómeno musical que se caracterizaría por ser fruto de la asimilación del bagaje experiencial del individuo y de las concepciones previas construidas sobre la música en cuestión. Con este enunciado, Frith flexibilizó enormemente los límites del

concepto socio-musical y sentó las bases de una corriente de estudios que se fundamentaría en la experiencia personal de cada individuo y en su interacción con la de los demás. (Revilla, 2011).

c) **La narrativa:** Fueron los mismos Simon Frith (1990) y Pablo Vila (1996) quienes extendieron y aplicaron en su propuesta teórica el concepto no menos abstracto de narrativa, con la intención de dar respuesta y continuidad a la línea de estudios abierta desde la teoría interpelativa de la música. Éste paradigma se presentaba como modelo dinámico de construcción identitaria en el que el individuo adquiría un protagonismo y compromiso esencial, convirtiéndose en punto indispensable para acceder a la clave de dichos procesos. Partiendo de la concepción de narrativa como elemento de la construcción de uno mismo que genera una dimensión temporal de pasado, presente y futuro y de los indispensables procesos de selectividad y sedimentación que conforman la capacidad de agencia del individuo, el panorama teórico de la música e identidad experimentó un cambio realmente importante. (Revilla, 2011).

Una de las diferencias esenciales entre los paradigmas de homología, interpelación y narrativa es que ésta última completa una total autonomía del individuo para asignar e interpretar en la música el significado que más se ajuste a sus necesidades. Tal y como defienden Shepherd y Wicke: Los significados y valores de la música no están intrínsecos en el propio sonido, sino en los individuos que se lo confieren. El sonido en sí no tiene porqué ser determinante de esos

significados y valores atribuidos. El sonido de la música no origina, determina o acarrea significados por sí mismo; podemos decir que ayuda a consolidarlos (Shepherd y Wicke, 1997 citado en Revilla 2011).

En síntesis, la respuesta a la cuestión ¿Por qué un individuo se identifica con ciertas músicas y no con otras? Se encuentra ligada a cuestiones de bagaje cultural, de experiencia o de sistemas personales de relaciones emotivas, del contexto mediático en el que se desarrolla el individuo (Revilla, 2011).

Ramírez (2006) en su investigación sobre la derivación de una identidad colectiva sobre la base de una preferencia musical (Baby, 2015), menciona que la música no es un accesorio de una identidad previa, sino más bien a la inversa, la música funda una identidad colectiva que se refleja en una imagen, un consumo de tiempo y de dinero en la escucha de tal música, una expresión propia (el habla, el baile), una actitud ante las cosas, una forma de socializarse, una definición de sí, una construcción permanente de espacios de socialización, un grupo de afines, ciertos códigos comunes y un sentido de pertenencia. Todo ello es posible porque la música es una experiencia subjetiva que genera sentidos y por lo tanto, identidades. A esas identidades el autor las llamo identidades sociomusicales. (Ramírez J. , 2006)

La música es un arte, pero las manifestaciones musicales van unidas a las condiciones culturales, económicas, sociales e históricas de cada sociedad. Para poder comprender un tipo de música concreto es necesario situarlo dentro del contexto cultural en el que ha sido creado, ya que la música no está constituida por

un agregado de elementos, sino por procesos comunicativos que emergen de la propia cultura. La música tiene como finalidad la expresión y creación de sentimientos, también la transmisión de ideas y de una cierta concepción del mundo (Hormigos y Cabello, 2004). Sin embargo esta finalidad de la música solo es posible con un receptor (sujeto), que pueda asimilar, interpretar el contenido del discurso musical.

Si tomamos la música como fenómeno cultural debemos tener en cuenta la complejidad del análisis, ya que la música no es tan sólo un conjunto de productos que deben ser enmarcados en un contexto sociocultural. El mundo musical está formado también por procesos, estructuras, actitudes, valoraciones, transformaciones, funciones, comportamientos rituales, significaciones. En su relación con la cultura Hormigos y Cabello (2004), exponen que la música constituye un hecho social innegable ya que:

a) Se ha ido creando a lo largo de la historia, de acuerdo con unos fines muy precisos que cumplir en la esfera pública;

b) Como fenómeno cultural se crea por y para grupos de personas que asumen distintos papeles sociales en su relación con la música;

c) En todas las ejecuciones musicales, el compositor, los músicos, los cantantes y los oyentes interactúan mutuamente; y

d) La música se destina a un determinado público al cual se concibe como grupo social con unos gustos determinados que difieren en función de los rasgos culturales de la sociedad donde nos encontremos.

La música es social, cultural e histórica. No existe música fuera de la sociedad. Por lo tanto, es posible aceptar que la música es un lenguaje social especial. Parte de su especificidad radica en que el lenguaje musical posee un particular modo de expresar un sentido retórico. Es decir, el proceso de ejecución se liga al proceso de composición y de escucha en la medida en que el ejecutante busca ser convincente. Lo que los músicos hacen son discursos musicales que, con las características propias de su lenguaje, no carecen de las propiedades de los demás discursos sociales. En este sentido, no es absurdo decir que el discurso musical posee una capacidad interpelativa que, a través de la emotividad, crea ciertas identidades en el ámbito social. (Ramírez, 2006)

Se puede inferir que la música es un producto social y por lo tanto se determina de acuerdo al contexto. Megías & Rodríguez, (2001) Manifiestan que los gustos musicales no son libres, sino que están condicionados y adquirirán su sentido en el contexto social en el que tienen lugar a partir de los procesos de interacción producidos en su seno y teniendo en cuenta los condicionantes sociales de cada uno de los actores que participan de estas interacciones. De igual modo, las relaciones que establecen los individuos a partir de su gusto por la música vendrán determinadas también por el contexto social que las crea. El gusto musical queda condicionado socialmente. Y es precisamente este gusto musical el que creó grupos sociales definidos en torno a una ideología concreta trasmitida a través del medio musical.

En síntesis la cultura actúa como estructura de una sociedad, y es la música uno de sus componentes, citando a Simon Frith menciona que la música no solo

trabaja con las experiencias emocionales sino también como constructora de identidades.

2.8.1. La música actual y la identidad

Hormigos y Cabello, (2004) menciona que la música creada en la actualidad no posee una conciencia estética unitaria, sino una multiplicidad (de estilos, mensajes, etc.) de conciencias estéticas fragmentadas. Este cambio sustancial en la estructura musical y en las relaciones que giran en torno a ella ha sido consecuencia de la actividad económica llevada a cabo por la industria sonora. Esta industria, más preocupada por el aspecto comercial de la música que por sus posibilidades de comunicación e interacción social, pone al alcance de todo un amplio abanico de productos musicales de ritmos fáciles y letras simples. De esta forma, aparece un tipo de lenguaje musical que responde a las necesidades lúdicas de la sociedad. La música actual se ha convertido en producto de consumo, destinada sobre todo a un público joven. Acompañada, habitualmente, de cambios en la forma de hablar, vestir, etc., es una música basada en un ritmo constante, de melodías básicas. Las letras de las canciones son sencillas y pegadizas, carentes en muchos casos de valor literario. Este tipo de comunicación a través de la música se presentaría como un importante instrumento de alienación. El mensaje suele ser simple, alejado de la crítica social y cercano al ámbito festivo. Este tipo de música corresponde a un mundo en el que prima la velocidad y la imagen. Junto con esta música nace el consumo de todo lo que rodea a las grandes estrellas del negocio (ropa, bebidas, discos, artículos decorativos, etc.), actividades manejadas por grandes y poderosos intereses económicos. En este contexto, los grupos musicales nacen y mueren a gran

velocidad fruto de las exigencias del moderno sistema de consumo. El fenómeno en su conjunto es una clara representación de un mundo cuya finalidad fundamental es el comercio, que establece una constante selección y censura hacia todo aquello carente de valor en el mercado. Entonces, es posible concluir que la finalidad de la composición musical se basa en crear algo útil en un momento dado para movilizar masas consumidoras y generar negocio. Esta nueva música popular se utiliza de una manera general como medio para influir sobre la sociedad, de tal manera que está sirviendo para crear modas, valores y anti-valores, como vehículo de propaganda política e ideológica; en definitiva, como medio para universalizar una concepción uniforme del mundo, acorde con la sociedad de consumo y frente a la que los ciudadanos y la sociedad en su conjunto parecen indefensos

2.9. Universidad Nacional San Agustín

La Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa es una entidad estatal con una gran trayectoria, pues fue la primera universidad que se estableció en la ciudad de Arequipa, es una comunidad académica orientada a la investigación y a la docencia, que brinda una formación humanista, ética, científica y tecnológica con una clara conciencia de nuestro país como realidad multicultural. Se adhiere al concepto de educación como derecho fundamental y servicio público esencial. La Universidad es pública con personería jurídica de derecho público, está integrada por docentes, estudiantes y graduados. (UNSA, 2018)

- **Información general**

Dirección: Av. Venezuela s/n - Pab. Sociales

Rector: Dr. Rohel Sanchez Sánchez

Teléfono: 054 224166

Página web: http://www.unsa.edu.pe/valores/

- **Reseña histórica:** La fundación de la Universidad en la ciudad de Arequipa ofrece dos períodos históricos claramente diferenciados. En ambos resaltan con nitidez los esfuerzos desplegados por instituciones y por la intelectualidad arequipeña interpretando los anhelos de una ciudad llamada a ser, en la República, el faro de la libertad y de la ley.

- **Misión**: Formar profesionales competentes y éticos, con capacidad para la investigación e innovación generando conocimiento científico, tecnológico y humanístico, contribuyendo al desarrollo sostenible de la región y del país.

- **Principios de la Universidad**

  - ✓ Búsqueda y difusión de la verdad.
  - ✓ Calidad académica y de gestión.
  - ✓ Autonomía.
  - ✓ Libertad de pensamiento, de expresión, de crítica y de cátedra.
  - ✓ Espíritu crítico y de investigación.
  - ✓ Democracia institucional.
  - ✓ Meritocracia.
  - ✓ Pluralismo, tolerancia, diálogo intercultural e inclusión.
  - ✓ Pertinencia y compromiso con el desarrollo del país.

- ✓ Afirmación de la vida y dignidad humana.
- ✓ Mejoramiento continuo de la calidad académica.
- ✓ Creatividad e innovación.
- ✓ Internacionalización.
- ✓ El estudiante como fin superior.
- ✓ Pertinencia de la enseñanza e investigación con la realidad social.
- ✓ Rechazo a toda forma de violencia, intolerancia y discriminación.
- ✓ Ética pública y profesional.
- ✓ Sostenibilidad económica, social y ambiental.
- ✓ Transparencia efectiva, comprometida con resultados.
- ✓ Emprendimiento, competitividad, cooperación y liderazgo.
- ✓ Flexibilidad en los procesos de enseñanza aprendizaje.

- **Fines de la Universidad**

  - ✓ Preservar, acrecentar y transmitir de modo permanente, la herencia científica, tecnológica, cultural y artística de la humanidad.
  - ✓ Formar profesionales de alta calidad de manera integral, desde una perspectiva ética, académica y cultural, con pleno sentido de responsabilidad social y de acuerdo con las necesidades del país y los avances del conocimiento.
  - ✓ Proyectar a la comunidad sus acciones y servicios para promover su cambio y desarrollo.
  - ✓ Colaborar de modo eficaz en la afirmación de la democracia, el Estado de derecho y la inclusión social.

- ✓ Realizar y promover la investigación científica, tecnológica y humanística, así como la creación intelectual y artística.
- ✓ Difundir el conocimiento universal en beneficio de la humanidad.
- ✓ Afirmar, preservar y transmitir las diversas identidades culturales del país.
- ✓ Promover el desarrollo humano y sostenible en el ámbito local, regional, nacional y mundial.
- ✓ Servir a la comunidad y su desarrollo integral.
- ✓ Promover la igualdad de oportunidades para toda persona sin importar su condición.
- ✓ Formar personas libres que en una sociedad democrática, valoren y cultiven el arte, la cultura y el deporte.

- **Funciones de la Universidad**

  - ✓ Formación profesional, humanista, científica y cultural.
  - ✓ Investigación, difusión y transferencia del conocimiento.
  - ✓ Extensión cultural y proyección social.
  - ✓ Educación continua.
  - ✓ Contribuir al desarrollo humano.
  - ✓ Impulsar la alianza Estado – Universidad – Empresa.
  - ✓ Fomentar alianzas estratégicas con las Universidades públicas y privadas.

- ✓ Establecer un sistema de gestión administrativa eficiente.
- ✓ Contribuir al desarrollo sostenible y la preservación del planeta.

2.9.1. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

La escuela de Turismo y Hotelería, es una de las últimas escuelas creadas por la Universidad, es una carrera que con una duración de 5 años y con una admirable plana docente

- **Información general**

Dirección: Av. Venezuela s/n - Pab. Sociales 2º Piso

Director: MG. Ramón Orlando Maque Díaz

Teléfono: 054 224166

Página web: http://fchs.unsa.edu.pe/turismo/

E - mail: turismo@unsa.edu.pe

- **Reseña Histórica**

La Escuela Profesional de Turismo y Hotelería fue creada por acuerdo de Consejo de Facultad el 01 de setiembre y por la Asamblea Universitaria en sesión del 09 de setiembre de 1999. Por lo que cuenta con 17 años de creación, pertenece a la Facultad de Ciencias Histórico Sociales. Su plan de estudios es de 05 años. A la culminación de los estudios otorga el grado académico de Bachiller en Turismo y Hotelería y el Título Profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería.

- **Visión**: Ser una Escuela Profesional altamente competitiva y líder en la formación de profesionales en el campo del Turismo y Hotelería con capacidad creativa e innovadora con la calidad de servicio para trabajar en equipo bajo un pensamiento sistémico y estratégico. Teniendo presenta una formación científica, humanista y proactiva que coadyuve al desarrollo en una perspectiva de investigación, planificación y generadora de unidades productivas orientadas al turismo en un contexto global y de desarrollo sostenible.
- **Misión**: La Escuela de Turismo y Hotelería es una institución dedicada a la formación integral de académicos y profesionales de Turismo, con capacidad de investigar crear y difundir conocimientos para contribuir al desarrollo sostenible del turismo.

- **Competencias de la Carrera**

Competencias generales

- ✓ Resuelve problemas matemáticos relacionados con la práctica profesional y social, tanto puros como aplicados, demostrando razonamientos lógicos,
- ✓ Interactúa con otras personas y en diferentes contextos comunicándose integralmente, en su lengua materna y en otras lenguas.
- ✓ Utiliza diferentes técnicas de estudio que le permiten lograr aprendizajes de manera individual y cooperativa.

- ✓ Asume el compromiso de respetar y conservar el medio ambiente, cumpliendo las normas respectivas, a fin de vivir en una relación armoniosa con la naturaleza.
- ✓ Actúa éticamente en sus comportamientos, dentro y fuera de la universidad a fin de fortalecer sus valores y transformar la sociedad.
- ✓ Explica los problemas sociales más relevantes del Perú desde el punto de vista económico, social, político, cultural, etc. Su fin es comprometerse a contribuir en su solución.
- ✓ Respeta la diversidad cultural y de pensamiento en la universidad y en la región, reconociendo sus diferentes manifestaciones y contribuyendo al desarrollo de una sociedad intercultural.
- ✓ Reflexiona críticamente sobre diferentes planteamientos y perspectivas reaccionados con problemas profesionales, personales y colectivos de su realidad.
- ✓ Reconoce la importancia de la investigación científica y tecnológica, así como del empleo de métodos científicos para afrontar los problemas de la práctica profesional y la ciudadanía.
- ✓ Identifica los principios de las ciencias naturales y sociales para una comprensión global del mundo, así como de la realidad nacional y local.
- ✓ Interactúa con otras personas y en diferentes contextos, comunicándose integralmente, en su lengua y en otras lenguas.
- ✓ Aprecia obras artísticas demostrando altos niveles de sensibilidad e identidad local y nacional.

- ✓ Interpreta su realidad a partir de los procesos históricos y culturales, tanto a nivel local, nacional e internacional, fortaleciendo su identidad cultural, arequipeña y peruana.
- ✓ Gestiona la información proveniente de diferentes fuentes para utilizarla de manera crítica, creativa y con iniciativa en la resolución de problemas personales y en el emprendimiento de proyectos.

Competencias específicas y de especialidad

- ✓ Administra instituciones públicas y empresas privadas del sector turismo según las necesidades del mercado; con manejo responsable de los recursos económicos, materiales y humanos; orientado a un servicio de calidad, en el ámbito local, regional, nacional**.**
- ✓ Emprende sus propios negocios, de acuerdo a las oportunidades del mercado; desarrolla habilidades y destrezas, en el ámbito local, regional, nacional e internacional**.**
- ✓ Dirige instituciones públicas y empresas privadas del sector turismo con manejo responsable de los recursos económicos, materiales y humanos, para brindar un servicio de calidad al cliente, en el ámbito local, regional, nacional.
- ✓ Determina la problemática del sector turístico para generar nuevas propuestas de solución y oportunidades que respondan a los objetivos de desarrollo del milenio y los planes de desarrollo locales, en el ámbito local, regional, nacional.
- ✓ Promueve destinos turísticos y productos para el desarrollo del turismo con sostenibilidad y responsabilidad social en el ámbito local, regional, nacional e internacional.

- ✓ Opera en las instituciones públicas y organizaciones privadas respondiendo a las necesidades del entorno con valores éticos, en el ámbito local, regional, nacional e internacional.
- ✓ Proyecta planes, proyectos y programas para el desarrollo del turismo y hotelería con sostenibilidad, en el ámbito local, regional, nacional.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

3. Capitulo III: Análisis de resultados

3.1. Análisis de los resultados

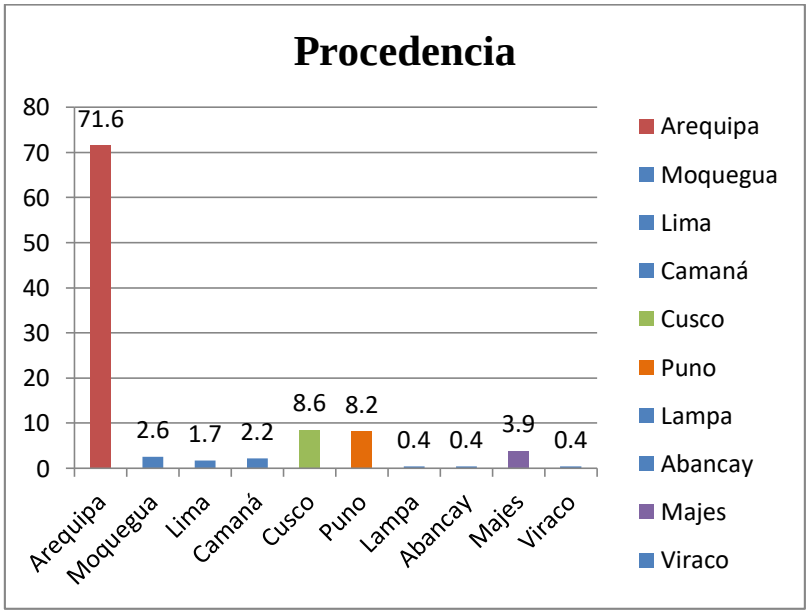
Después de revisar las teorías y conceptos de las variables de estudio se procederá a analizar los resultados de la investigación. Al recoger, registrar y organizar la información de las encuestas a los 232 encuestados de la escuela de turismo y hotelería, se procederá al análisis e interpretación de resultados.

El análisis consiste básicamente en dar respuesta a los objetivos o hipótesis planteadas a partir de las tablas y figuras efectuadas mediante el debido procesamiento de información realizando el respectivo análisis donde se detalla cómo proceder a analizar los datos obtenidos. El presente trabajo de recolección de información se inició los meses de marzo a mayo del 2018.

Tabla 4: Ciudad de Procedencia

Procedencia		
	Frecuencia	**%**
Arequipa	166	71.6
Moquegua	6	2.6
Lima	4	1.7
Camaná	5	2.2
Cusco	20	8.6
Puno	19	8.2
Lampa	1	0.4
Abancay	1	0.4
Majes	9	3.9
Viraco	1	0.4
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 1 Ciudad de procedencia

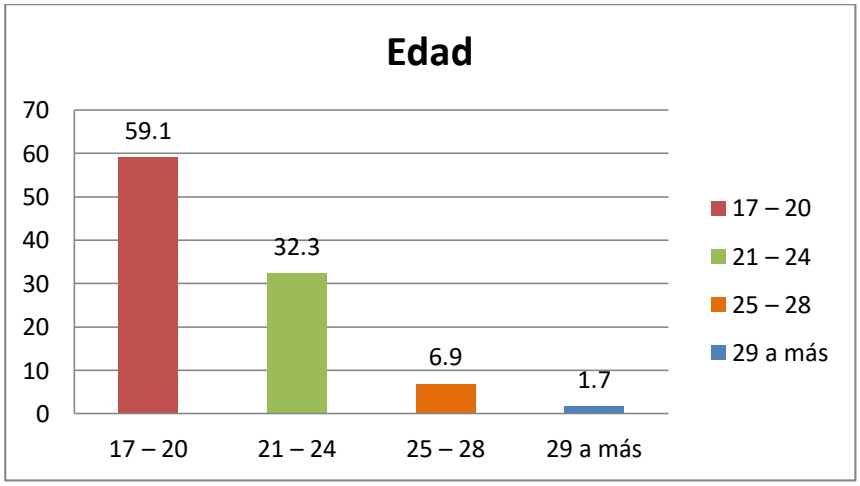
En la tabla 4 y figura 1 podemos observar que el 71,6% de estudiantes encuestados son de la ciudad de Arequipa, un 8,6% son de Cuzco, con un 8,2% son de Puno y con menor porcentaje son de otras ciudades del Perú.

Con estos datos se puede inferir que la mayoría de estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería son de la ciudad de Arequipa.

Tabla 5 : Edad

Edad		
	Frecuencia	**%**
17 – 20	137	59.1
21 – 24	75	32.3
25 – 28	16	6.9
29 a más	4	1.7
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta.



Nota. Elaboración propia

Figura 2 Edad

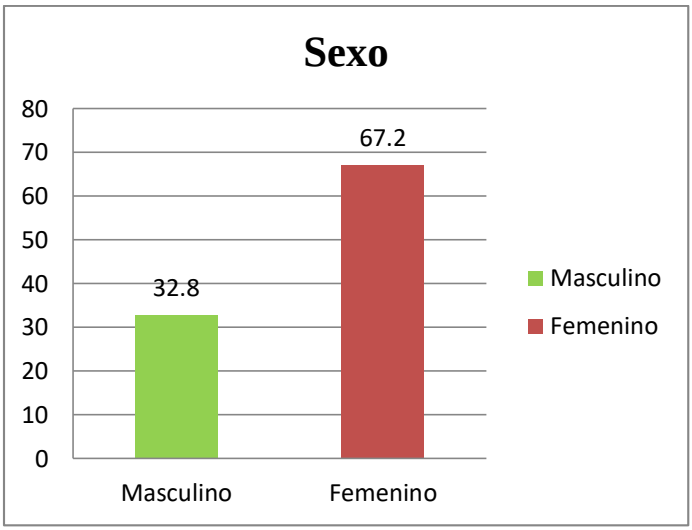
Según la tabla 5 y la figura 2, nos muestra que el 59.1% de estudiantes tienen una edad promedio que oscila entre los 17 a 20 años; seguidamente con 32.3% está el rango de edad que fluctúa entre los 21 a 24 años, con 6.9% está el rango de edad que va desde los 25 a 28 años y con 1.7% está el rango de edad que va de 29 años a más.

Esto datos evidencian claramente que la mayoría de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería son jóvenes de 17 a 20 años.

Tabla 6 : Sexo

Sexo		
	Frecuencia	**%**
Masculino	76	32.8
Femenino	156	67.2
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta.



Nota. Elaboración propia

Figura 3 Sexo

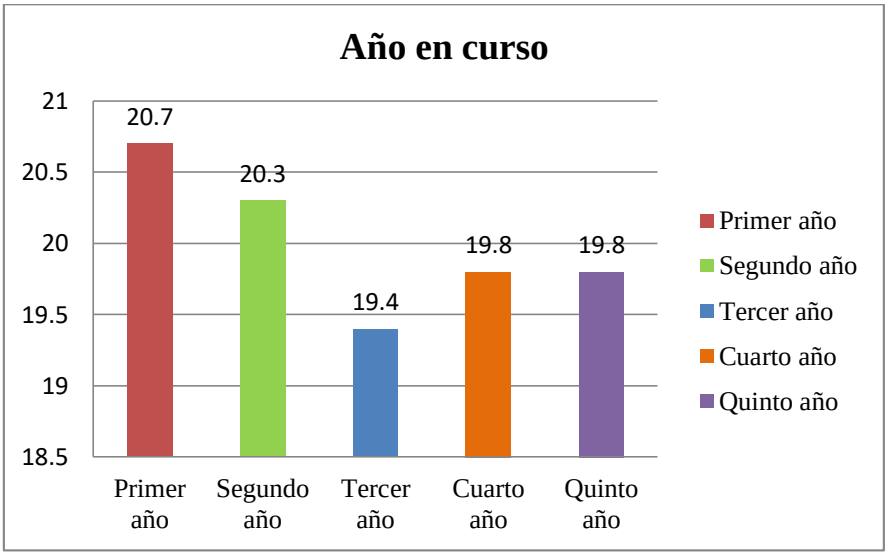
De acuerdo a los resultados observados en la tabal 6 y figura 3, el 32.8% de los estudiantes encuestados indicaron que son del sexo masculino y el 67.2% del sexo femenino.

Con estos datos podemos inferir que los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo son en su mayoría mujeres.

Tabla 7 : Año en curso

Año en curso		
	Frecuencia	**%**
Primer año	48	20.7
Segundo año	47	20.3
Tercer año	45	19.4
Cuarto año	46	19.8
Quinto año	46	19.8
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 4 Año en curso

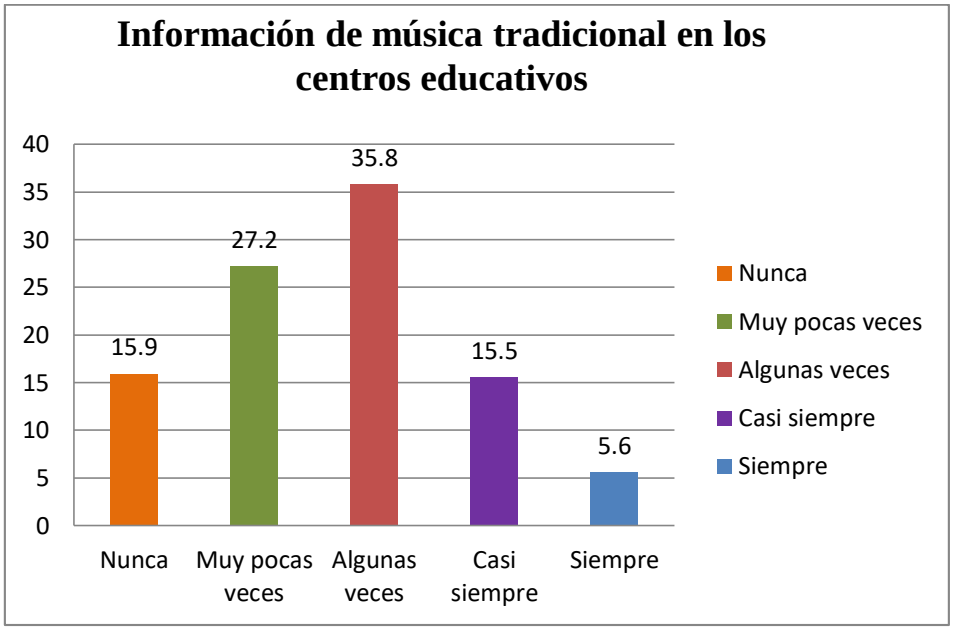
De acuerdo a la tabla 7 y a la figura 4, se puede observar que el 20,7% son estudiantes del primer año, seguidamente el segundo año cuenta con el 20,3%, el cuarto y quinto año ambos grados con 19,8% y el tercer año con 19,4%.

Con estos datos podemos inferir que la cantidad de alumnos de un grado con otro es muy semejante, teniendo una diferencia mínima de 1 o 2 estudiantes.

Tabla 8 : Información de música tradicional en los centros educativos

Información de música tradicional en los centros educativos		
	Frecuencia	**%**
Nunca	37	15.9
Muy pocas veces	63	27.2
Algunas veces	83	35.8
Casi siempre	36	15.5
Siempre	13	5.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 5 Información sobre música tradicional

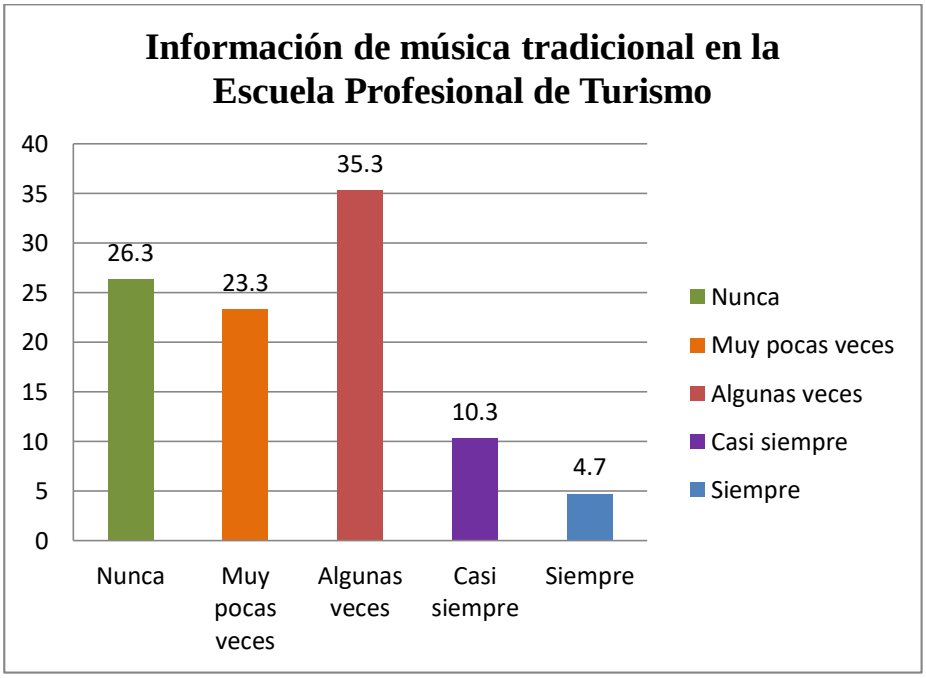
Según la tabla 9 y figura 6 se puede observar que en las instituciones educativas donde los universitarios estudiaron primaria y secundaria, solo un 35.8% recibieron algunas veces información sobre la música tradicional, mientras que un 27,2% recibió información muy pocas veces, seguidamente un 15,9% nunca recibió información; sin embargo un 15,5% casi siempre recibió información y solo un 5,6% siempre recibió información

La conclusión más importante que se puede extraer de los siguientes datos es que en los centros educativos la enseñanza y la transmisión de conocimiento sobre la música tradicional es bajo. Sin embargo, la escuela es una de las primeras instituciones sociales que contribuye a generar la identidad cultural del país, pues es un espacio de encuentro donde debe revelarse los elementos de la cultura y donde se realiza la interacción entre la cultura experiencial adquirida en la familia y la cultura escolar. (Eustaquio & Valdez, 2015)

Tabla 9 : Información de música tradicional en la Escuela Profesional de Turismo

Información de música tradicional en la Escuela Profesional de Turismo		
	Frecuencia	**%**
Nunca	61	26.3
Muy pocas veces	54	23.3
Algunas veces	82	35.3
Casi siempre	24	10.3
Siempre	11	4.7
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 6 Información sobre música tradicional en la Escuela Profesional de Turismo

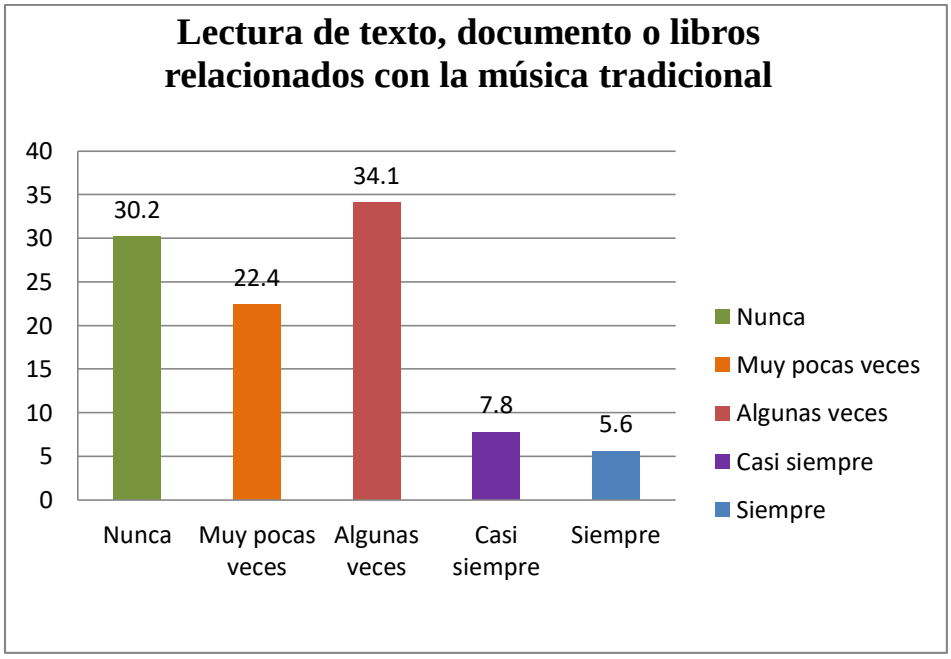
En la tabla 10 y figura 7 se observa que el 35,3% considera que algunas veces recibió información sobre la música tradicional, un 26,3% considera que nunca recibió información, un 23,3% menciona que muy pocas recibió información, mientras que un 10,3% manifiesta haber recibido información casi siempre y solo un 4,7% considera que siempre recibió información.

Con estos datos se puede deducir que los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería algunas veces recibieron información acerca de la música tradicional.

Tabla 10 : Lectura de texto, documento o libros relacionados con la música tradicional

Lectura de texto, documento o libros relacionados con la música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	70	30.2
Muy pocas veces	52	22.4
Algunas veces	79	34.1
Casi siempre	18	7.8
Siempre	13	5.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 7 Lectura de texto, documento o libro relacionado con la música tradicional

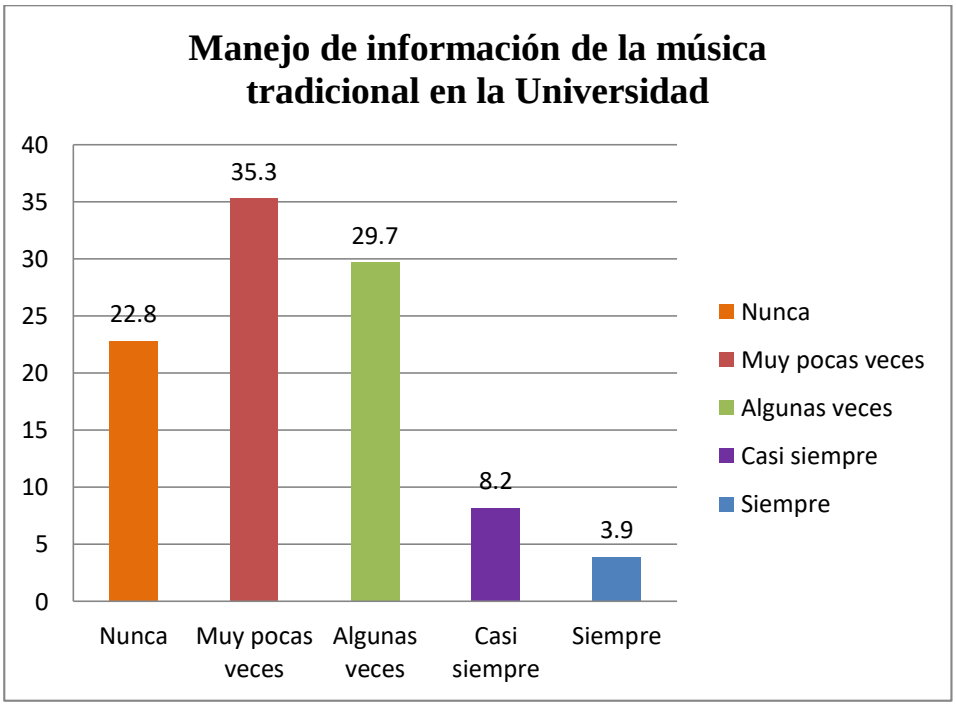
Según la tabla 11 y figura 8 se observa que el 34.1% de estudiantes encuestados considera que algunas vez han leído textos, documentos relacionados con la música tradicional, un 30.2% de estudiantes manifiestan nunca haber leído algún texto, un 22.4% consideran que muy pocas veces han leído un texto con el tema en cuestión, un 7,8% manifiesta que casi siempre lee textos relacionados con ese tema y solo un 5,6% menciona que siempre leen textos relacionados con el tema.

Se puede inferir que los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, algunas veces han leído textos relacionados con la música tradicional, es decir, tienen algún tipo de conocimiento sobre la música tradicional, sin embargo, existe un porcentaje de estudiantes que nunca han leído libros relacionados, talvez se deba a que no existe un atractivo por este tipo de lecturas.

Tabla 11 : Manejo de información de la música tradicional en la Universidad

Manejo de información de la música tradicional en la Universidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	53	22.8
Muy pocas veces	82	35.3
Algunas veces	69	29.7
Casi siempre	19	8.2
Siempre	9	3.9
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 8 Manejo de información de la música tradicional en la Universidad

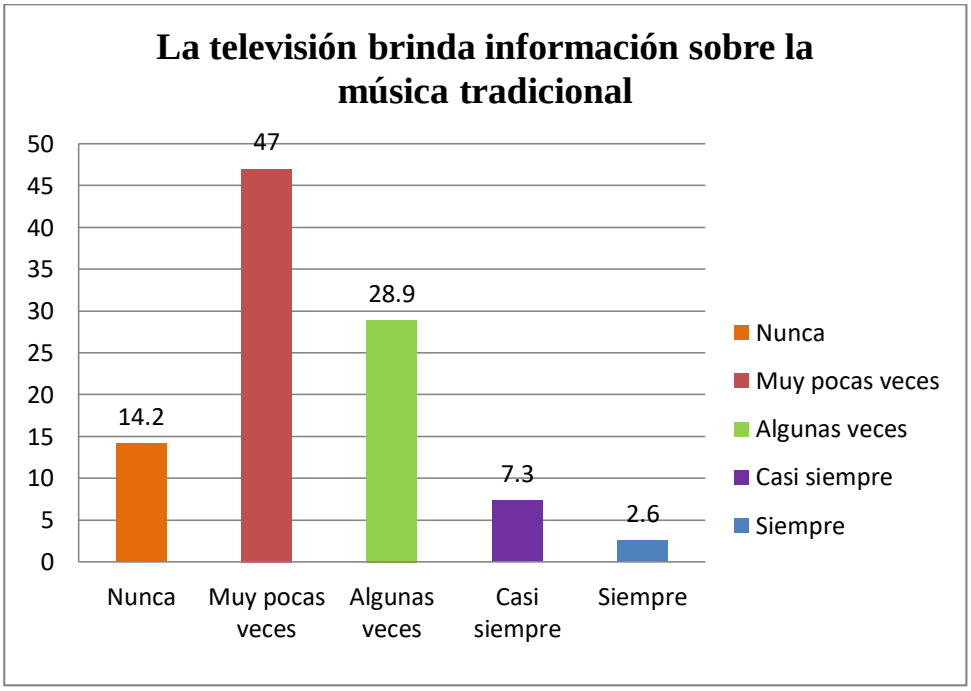
En la tabla 12 y figura 9 se expone que un 35.3% de estudiantes considera que en la Universidad Nacional San Agustín, muy pocas veces existe manejo de información, un 29, 7% considera que el manejo de información se da algunas veces, un 22,8% manifiesta que nunca existió manejo de información sobre el tema en cuestión, un 8,2% menciona que casi siempre y solo un 3,9 % refiere que en la Universidad siempre se da el manejo de información.

Con estos datos se puede inferir que los estudiantes de Turismo consideran que el manejo de información sobre la música tradicional en la Universidad está en niveles bajos, sin embargo la Universidad tiene a cargo eventos culturales donde se exponen elementos culturales, como la música talvez , sin embargo, los estudiantes no suelen participar en este tipo de eventos.

Tabla 12 : La televisión brinda información sobre la música tradicional

La televisión brinda información sobre la música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	33	14.2
Muy pocas veces	109	47
Algunas veces	67	28.9
Casi siempre	17	7.3
Siempre	6	2.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 9 La televisión brinda información sobre la música tradicional

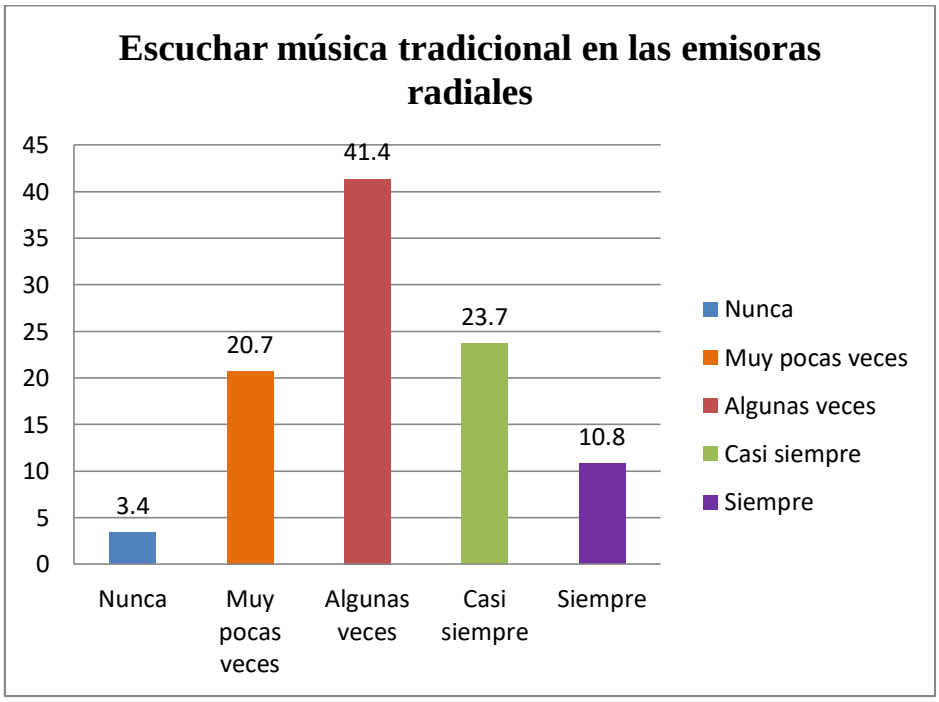
De acuerdo a la tabla 13 y figura 10, el 47% de los estudiantes encuestados refieren que la televisión muy pocas veces informa sobre la música tradicional, el 28% considera que algunas veces la televisión informa sobre la música tradicional, el 14,2% considera que la televisión no transmite información sobre el tema, un 7,3% considera que casi siempre transmite y solo un 2,6% considera que la televisión siempre transmite esa información.

Con los datos obtenidos se puede inferir que la mitad de estudiantes encuestados considera que la televisión muy pocas veces muestra contenido sobre la música tradicional, talvez esto se deba a que este medio de comunicación responde a intereses de otra índole, y prefieren exponer en su contenido un producto de moda.

Tabla 13 : Escuchar música tradicional en las emisoras radiales

Escuchar música tradicional en las emisoras radiales		
	Frecuencia	**%**
Nunca	8	3.4
Muy pocas veces	48	20.7
Algunas veces	96	41.4
Casi siempre	55	23.7
Siempre	25	10.8
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 10 Escuchar música tradicional en las emisoras radiales

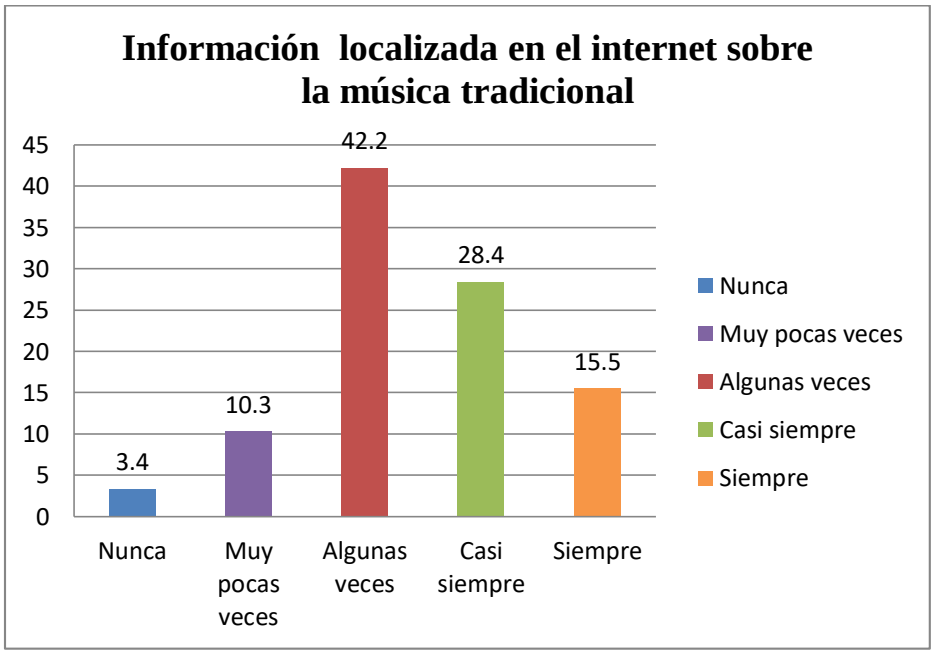
Según la tabla 14 y figura 11 se puede apreciar que el 41% de los estudiantes encuestados algunas escucha música tradicional en la radio, un 23,7% casi siempre la escucha, un 20,7% muy pocas veces la escucha, un 10,8% siempre la escucha y solo un 3,4% nunca escucha música tradicional en la radio.

Con estos datos podemos inferir que la población estudiantil de Turismo, algunas veces escucha música tradicional, talvez esta preferencia aumenta en los aniversarios de la ciudad, donde se exponen este tipo de música.

Tabla 14 : Información localizada en el internet sobre la música tradicional

Información localizada en el internet sobre la música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	8	3.4
Muy pocas veces	24	10.3
Algunas veces	98	42.2
Casi siempre	66	28.4
Siempre	36	15.5
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 11 Información localizada en el internet sobre la música tradicional

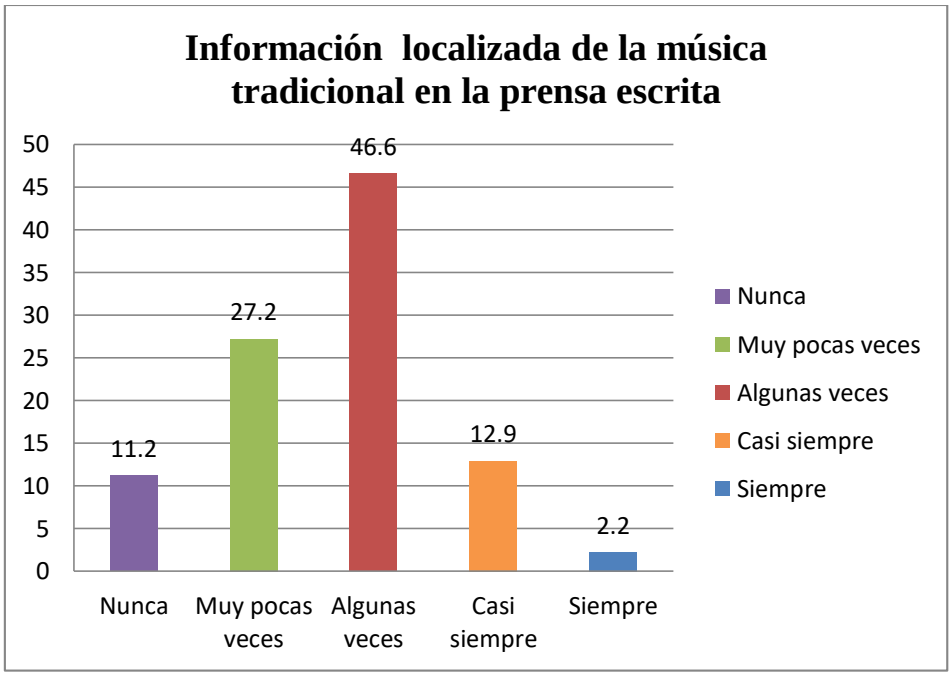
Como se observa en la tabla 15 y figura 12, el 42,2% de encuestados manifiestan que algunas veces hallaron información en el internet, el 28% considera que casi siempre lo hace, el 15,5% manifiesta que siempre encuentra información en el internet, un 10,3% refiere haber encontrado información muy pocas veces y solo un 3,4% considera nunca haber encontrado información de la música tradicional.

Con estos datos se puede inferir que el internet es una ventana abierta a la información y gran parte de los estudiantes encuestados informan que a través de ese medio sí encontraron información de la música tradicional.

Tabla 15 : Información localizada de la música tradicional en la prensa escrita

Información localizada de la música tradicional en la prensa escrita		
	Frecuencia	**%**
Nunca	26	11.2
Muy pocas veces	63	27.2
Algunas veces	108	46.6
Casi siempre	30	12.9
Siempre	5	2.2
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 12 Información localizada de la música tradicional en la prensa escrita

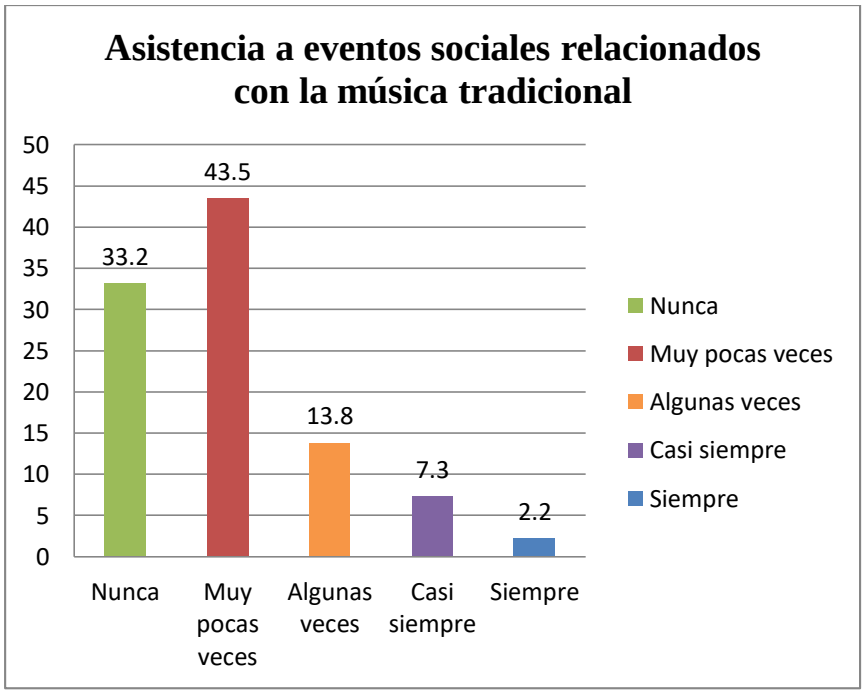
Según la tabla 16 y figura 13, el 46,6% de estudiantes encuestados manifiestan que algunas veces encontraron información en la prensa escrita sobre la música tradicional, el 27,2% encontró muy pocas veces información, el 12,9% manifiesta haber encontrado casi siempre información, el 11,2% refiere nunca haber encontrado información y solo un 2,2% manifiesta que siempre encontró información.

Según los datos obtenidos se puede inferir que en la prensa escrita (periódicos, revista), si existe información sobre la música tradicional y algunas veces los estudiantes han encontrado información referente a la música tradicional, ya sea de compositores, instrumentos o de una canción en particular.

Tabla 16 : Asistencia a eventos sociales relacionados con la música tradicional

Asistencia a eventos sociales relacionados con la música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	77	33.2
Muy pocas veces	101	43.5
Algunas veces	32	13.8
Casi siempre	17	7.3
Siempre	5	2.2
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 13 Asistencia a eventos sociales relacionados con la música tradicional

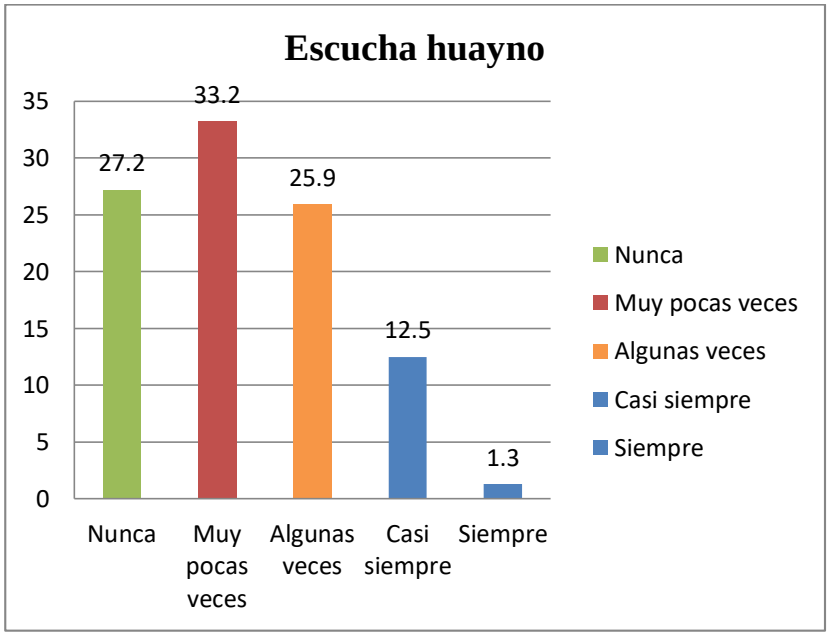
En la tabla 7 y figura 14 se puede apreciar que el 43,53% de estudiantes encuestados muy pocas veces asiste a eventos relacionados con el tema, un 33,2% nunca asiste a los eventos de música tradicional, un 13,8% asiste algunas veces, el 7,3% casi siempre asiste a los eventos y solo un 2,2% asiste siempre a los eventos de música.

Con los datos expuestos se puede inferir que la población estudiantil de la Escuela de Turismo y Hotelería muy pocas veces asiste a eventos relacionados con la música tradicional, esto talvez se deba a que los estudiantes no sienten mucha atracción por la música tradicional, al contrario, prefieren otro tipo de música (música de moda) y por lo tanto otro tipo de eventos.

Tabla 17 : Escucha huayno

Escucha huayno		
	Frecuencia	**%**
Nunca	63	27.2
Muy pocas veces	77	33.2
Algunas veces	60	25.9
Casi siempre	29	12.5
Siempre	3	1.3
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 14 Escucha huayno

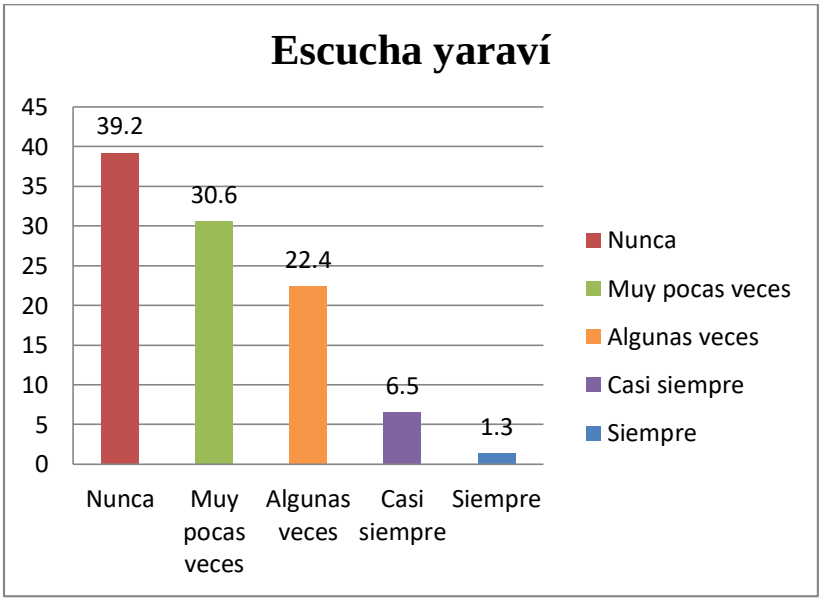
De acuerdo a la tabla 18 y figura 15 se observa que el 33,2% de encuestados muy pocas veces escucha huayno, el 27,2% nunca lo escucha, el 25,9% algunas veces lo escucha, el 12,5% casi siempre lo escucha y solo un 1,3% siempre escucha huayno.

Los datos muestran que los estudiantes muy pocas veces escuchan huayno, talvez esto se deba al entorno social donde viven; ya que el huayno es estigmatizado, por algunos, como una música referente de una clase social inferior.

Tabla 18 : Escucha yaraví

Escucha yaraví		
	Frecuencia	**%**
Nunca	91	39.2
Muy pocas veces	71	30.6
Algunas veces	52	22.4
Casi siempre	15	6.5
Siempre	3	1.3
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 15 Escucha yaraví

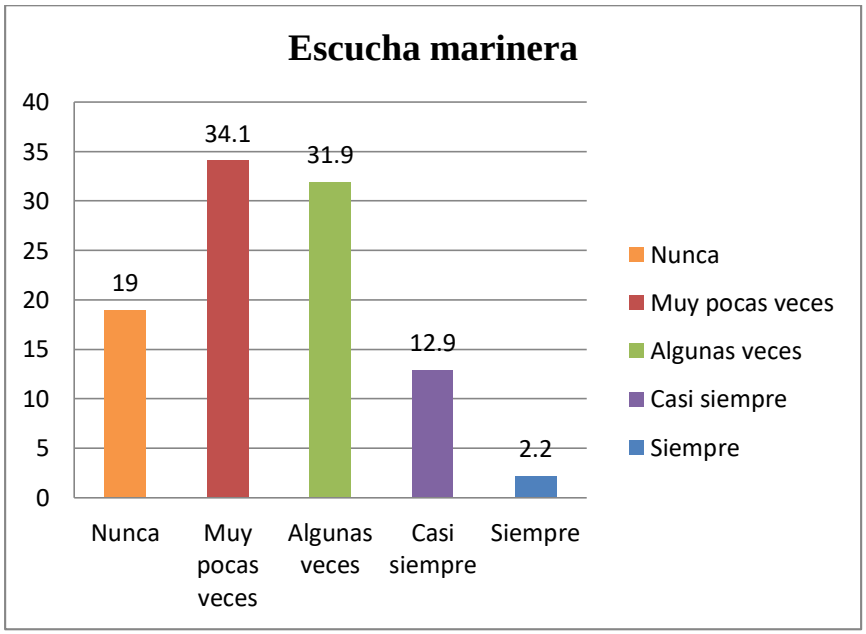
De acuerdo a la tabla 19 y figura 16, se observa que el 39,2% de estudiantes encuestados nunca escucha yaraví, el 30,6% los escucha muy pocas veces, el 22,4% lo escucha algunas, el 6,5% los escucha casi siempre y solo el 1,3% siempre escucha yaraví.

Los datos obtenidos muestran que los estudiantes muy pocas veces o nunca escuchan yaraví, esto podría tener una explicación; siendo el yaraví una canción melancólica, con letras profundas, que narran penas y nostalgias y que han sido creados en un contexto diferente al actual, resulta difícil que un joven, con un lenguaje musical diferente y una percepción del mundo diferente, lo entienda. Una particularidad del yaraví es que no se baila solo se canta, y esta característica podría sumarse al porqué de la poca atracción de este género. Cabe resaltar que el yaraví fue declarado Patrimonio Cultural en el 2009, por el Instituto Nacional de Cultura.

Tabla 19 : Escucha marinera

Escucha marinera		
	Frecuencia	**%**
Nunca	44	19
Muy pocas veces	79	34.1
Algunas veces	74	31.9
Casi siempre	30	12.9
Siempre	5	2.2
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 16 Escucha marinera

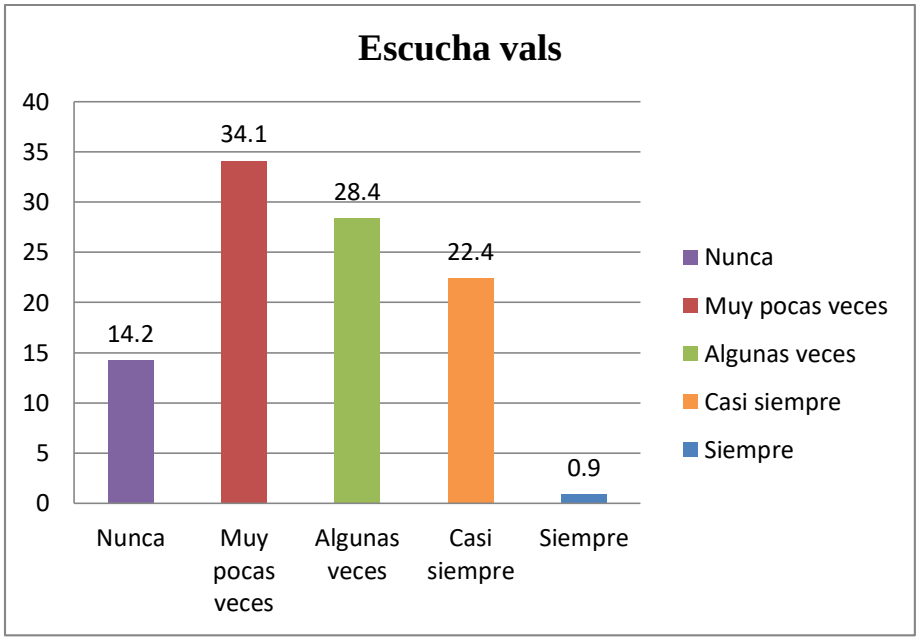
De acuerdo a la tabla 20 y figura 17 se puede observar que el 34,1% de estudiantes encuestados muy pocas veces escucha marinera, el 31,9% menciona que algunas veces lo escucha, el 19% nunca ha escuchado marinera, el 12,9% refiere que casi siempre escucha y solo un 2,2% manifiesta que siempre escucha marinera.

Con estos datos podemos inferir que los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería no suelen escuchar marineras, talvez las fechas en que escuchan marineras, son específicamente fechas próximas al aniversario de una ciudad, (Lima, Arequipa, etc.).

Tabla 20 : Escucha vals

Escucha vals		
	Frecuencia	**%**
Nunca	33	14.2
Muy pocas veces	79	34.1
Algunas veces	66	28.4
Casi siempre	52	22.4
Siempre	2	0.9
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 17 Escucha vals

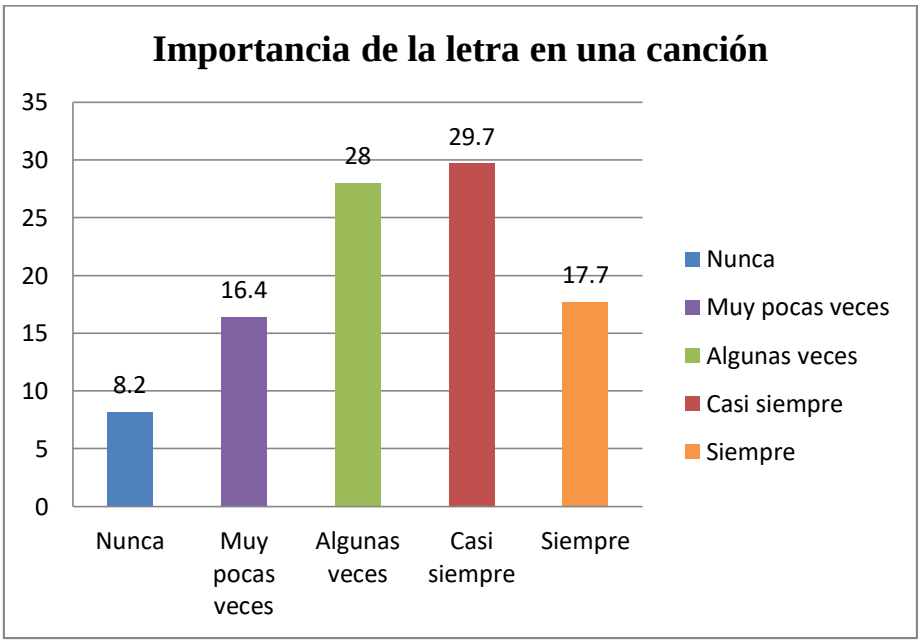
En la tabla 21 y figura 18 se puede observar que el 34,1% de estudiantes muy pocas veces ha escuchado vals, el 28,4% menciona que algunas veces lo ha escuchado, el 22% manifiesta que casi siempre lo escucha, el 14,2% nunca ha escuchado marineras y el 0,9% menciona que siempre escucha marinera.

Con estos datos se puede inferir que el vals es muy poco escuchado por los estudiantes, sin embargo, existen un porcentaje del 22.4% que si lo hace, talvez esto se deba a que el vals es parte de la música criolla; música muy difundida en el país.

Tabla 21 : Importancia de la letra en una canción

Importancia de la letra en una canción		
	Frecuencia	**%**
Nunca	19	8.2
Muy pocas veces	38	16.4
Algunas veces	65	28
Casi siempre	69	29.7
Siempre	41	17.7
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 18 Importancia de la letra en una canción

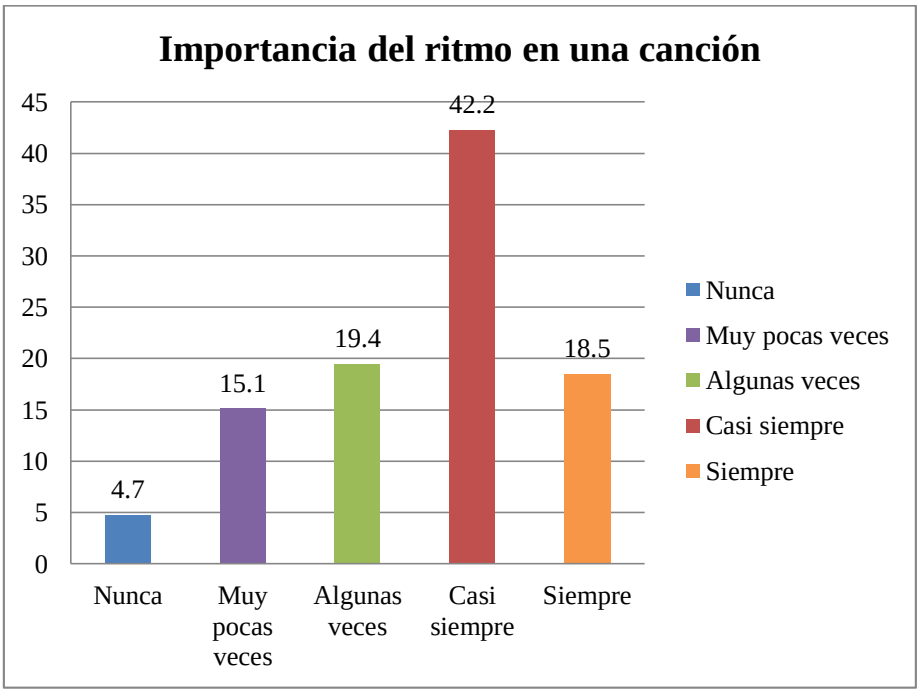
Según la tabla 22 y la figura 19, el 29,7% de estudiantes cuando escucha una canción le da importancia a la letra de dicha canción, el 28% manifiesta que algunas veces le da importancia a la letra de la canción, el 17,7% manifiesta que siempre le da importancia a la canción, el 16,4% menciona que siempre le da importancia muy pocas veces y el 8,2% manifiesta nunca darle importancia a la letra cuando escucha una canción.

Teniendo en cuenta que una canción es la suma de elementos como; la letra, la armonía, el ritmo y la melodía, con los porcentaje obtenidos se puede concluir que la mitad de los estudiantes si le prestan atención a la letra de una canción. Una de las características de la música tradicional es que en sus letras reposan parte de las costumbres, tradiciones y valores de toda una comunidad.

Tabla 22 : Importancia del ritmo en una canción

Importancia del ritmo en una canción		
	Frecuencia	**%**
Nunca	11	4.7
Muy pocas veces	35	15.1
Algunas veces	45	19.4
Casi siempre	98	42.2
Siempre	43	18.5
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 19 Importancia del ritmo en una canción

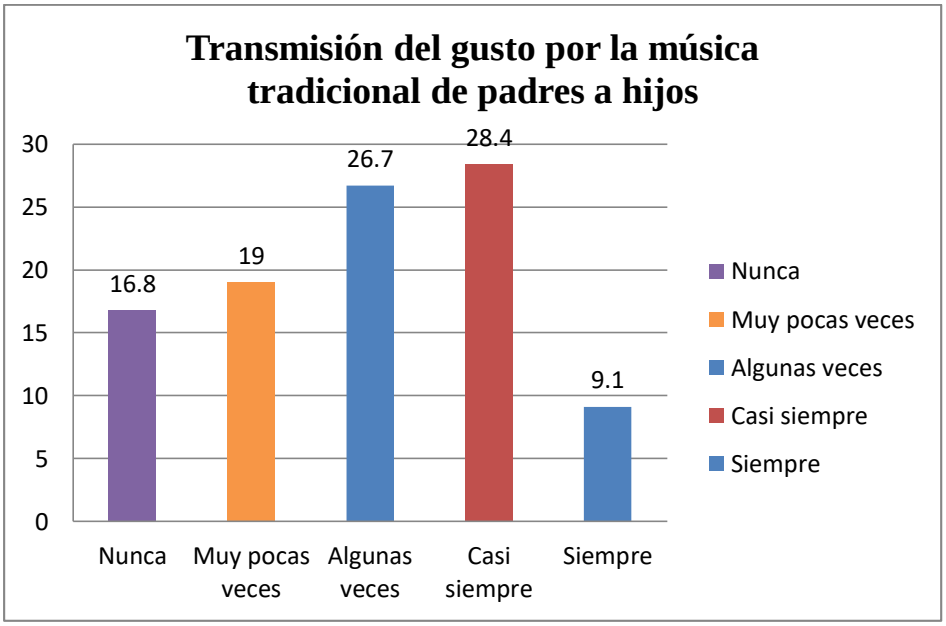
De acuerdo a la tabla 23 figura 20, se observa que el 42,2% de los estudiantes casi siempre le dan importancia al ritmo de una canción, el 19,4% manifiesta que algunas veces le dan importancia al ritmo de una canción, el 18,5% menciona que siempre le dan importancia al ritmo, el 15,1% manifiesta que muy pocas veces le da importancia al ritmo y son un 4,7% nunca le presta atención al ritmo.

Según estos porcentajes podemos inferir que más de la mitad de estudiantes encuestados sí le presta importancia al ritmo de la canción, esto podría deberse a que el ritmo se puede reconocer fácilmente en una canción (aún si la persona no tiene oído musical). El ritmo es la base de una canción y si este es rápido y bailable, va a tener mayor atractivo.

Tabla 23 : Transmisión del gusto por la música tradicional de padres a hijos

Transmisión del gusto por la música tradicional de padres a hijos		
	Frecuencia	**%**
Nunca	39	16.8
Muy pocas veces	44	19
Algunas veces	62	26.7
Casi siempre	66	28.4
Siempre	21	9.1
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 20 Transmisión del gusto por la música tradicional de padres a hijos

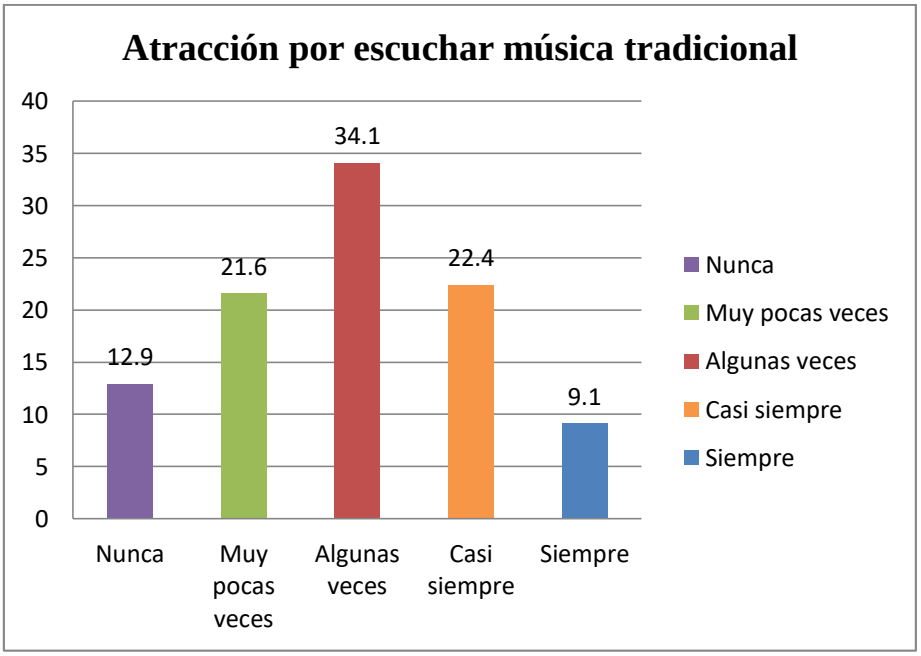
En la tabla 24 y la figura 21 se puede observar que el 28,4% de estudiantes mencionan que casi siempre sus padres le transmitieron el gusto por la música tradicional, el 26,7% menciona que algunas veces sus padres le transmitieron el gusto por la música tradicional, el 19% manifiesta muy pocas veces, el 16,8% considera que nunca sus padres le transmitieron el gusto y solo un 9,1% menciona que sus padres siempre le transmitieron el gusto por la música tradicional.

Con los datos obtenidos se puede concluir que si existe una influencia significativa de los padres a los hijos por el gusto musical; es decir, si los padres sienten una atracción por cierto tipo de música, ese gusto va a ser transmitido a sus hijos.

Tabla 24 : Atracción por escuchar música tradicional

Atracción por escuchar música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	30	12.9
Muy pocas veces	50	21.6
Algunas veces	79	34.1
Casi siempre	52	22.4
Siempre	21	9.1
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 21 Atracción por escuchar música tradicional

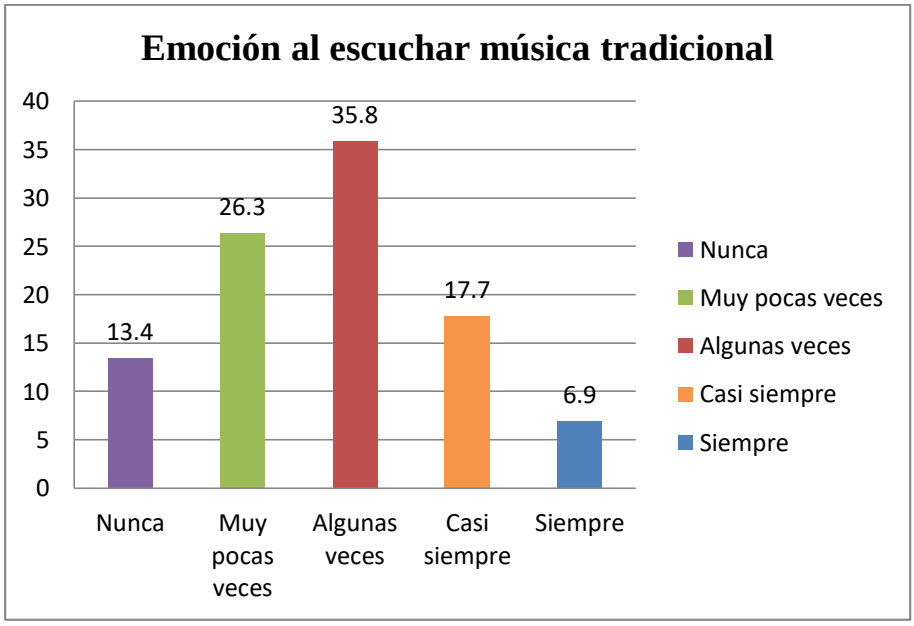
Según la tabla 25 y figura 22, el 34,1% de los estudiantes manifiesta tener atracción por la música tradicional, el 22,4% menciona que casi siempre tiene atracción por ese tipo de música, el 21,6% manifiesta que muy pocas veces siente atracción, el 12,9% de estudiantes nunca ha tenido atracción por ese tipo de música y un 9,1% manifiesta que la música tradicional siempre les ha parecido atractivas.

Según los datos expuestos podemos inferir que el gusto por la música tradicional por parte de los estudiantes es relativo, solo algunas veces se sienten atraídos por este tipo de música y otras veces no. Talvez la preferencia por este tipo de música se incline más en las fechas próximas a una festividad, aniversarios de ciudades, etc., y en otras temporadas los estudiantes prefieran otro tipo de música.

Tabla 25 : Emoción positiva al escuchar música tradicional

Emoción positiva al escuchar música tradicional		
	Frecuencia	**%**
Nunca	31	13.4
Muy pocas veces	61	26.3
Algunas veces	83	35.8
Casi siempre	41	17.7
Siempre	16	6.9
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 22 Emoción al escuchar música tradicional

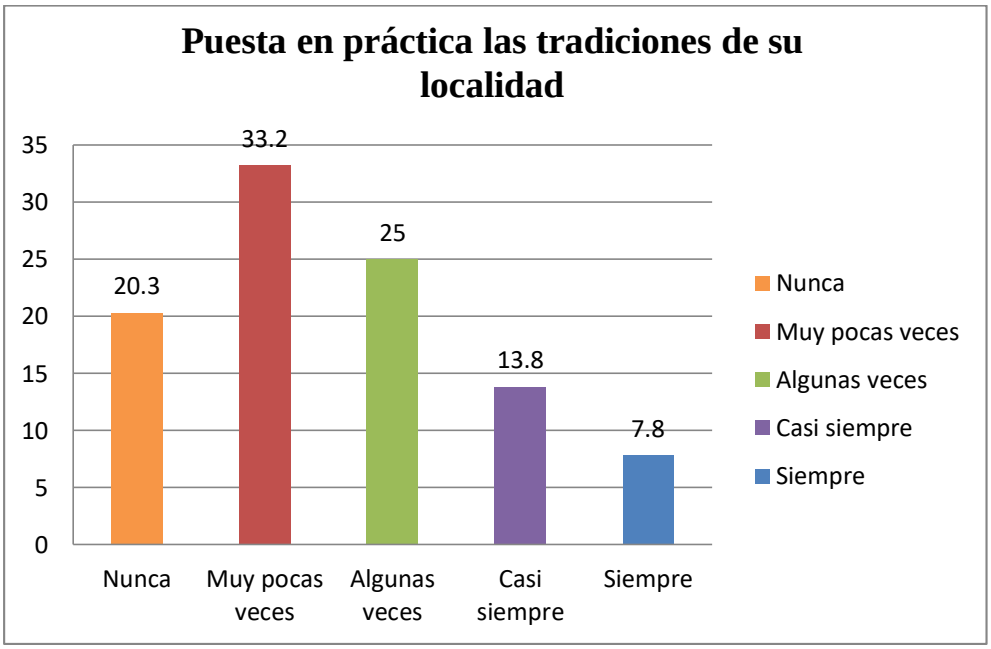
Según la tabla 26 y la figura se observa que 35,8% de estudiantes algunas se han emocionado al escuchar música tradicional, un 26,3% menciona que muy pocas veces siente una emoción por escuchar este tipo de música, un 17,7% manifiesta casis siempre emocionarse, el 13,4% nunca se ha emocionado, y el 6,9% manifiesta siempre emocionarse cuando escucha este tipo de música.

Teniendo en cuenta que la emoción al ser una reacción psicofisiológica, altera nuestro ánimo, ya sea para bien o para mal; ya sea de alegría o tristeza. Con los porcentajes obtenidos se puede inferir que los estudiantes solo algunas veces sienten alguna emoción positiva al escuchar música tradicional, esto se podría deber a que, los estudiantes no conocen este tipo de música, no le dan una valoración y por lo tanto no se identifican.

Tabla 26 : Puesta en práctica las tradiciones de su localidad

Puesta en práctica las tradiciones de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	47	20.3
Muy pocas veces	77	33.2
Algunas veces	58	25
Casi siempre	32	13.8
Siempre	18	7.8
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 23 Puesta en práctica las tradiciones de su localidad

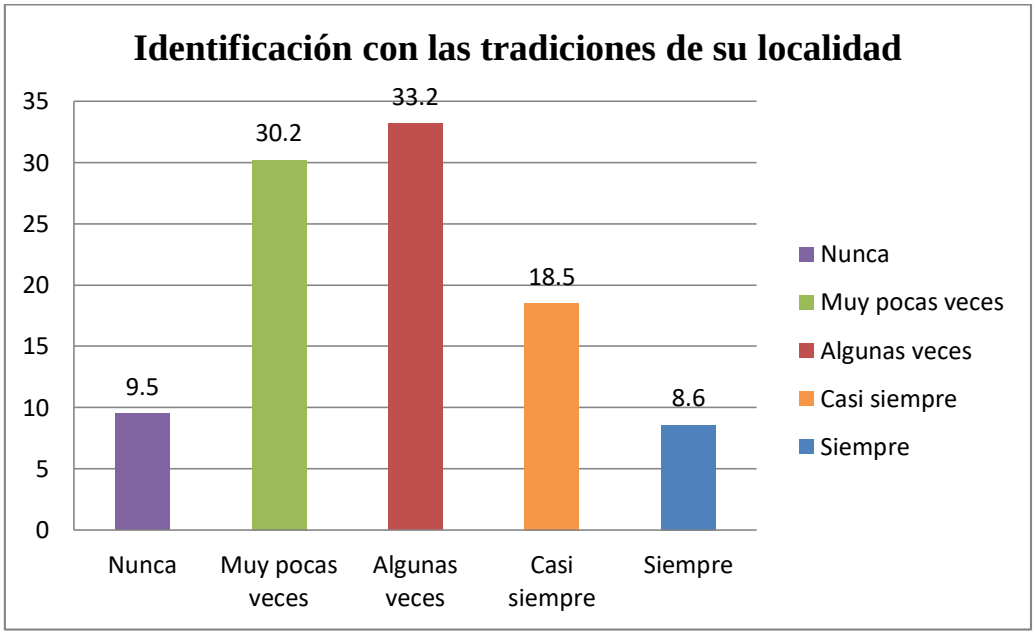
Según la tabla 27 y figura 24 se puede apreciar que muy pocas veces el encuestado pone en práctica las tradiciones de la localidad con el 33,2%, seguidamente un 25% lo hace algunas veces, el 20,3% nunca lo hace, el 13,8% manifiesta casi siempre poner en práctica las tradiciones y solo el 7,8% siempre lo pone en práctica.

Según los datos se concluye que los estudiantes algunas veces ponen en prácticas las tradiciones de su localidad y otras veces no; esto podría deberse a que los estudiantes son vulnerables y se adaptan a los nuevos tiempos; en donde los que imponen valores y actitudes son personajes de televisión; entonces el estudiante se embellece e imita lo que ve y algunos minimizan o en el peor de los casos, olvidan sus raíces.

Tabla 27 : Identificación con las tradiciones de su localidad

Identificación con las tradiciones de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	22	9.5
Muy pocas veces	70	30.2
Algunas veces	77	33.2
Casi siempre	43	18.5
Siempre	20	8.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 24 Identificación con las tradiciones de su localidad

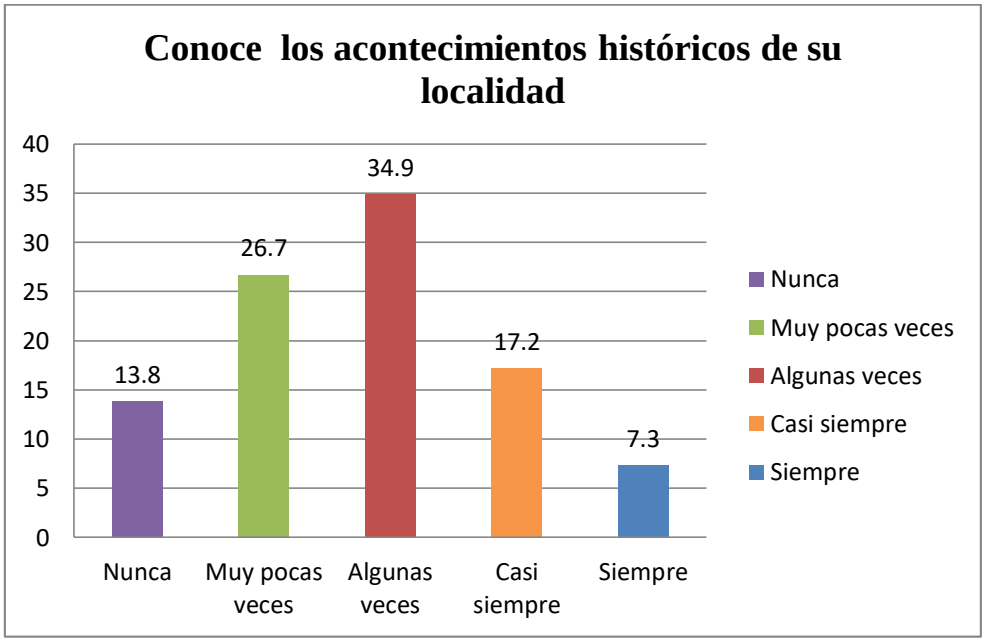
Según la tabla 28 y la figura 25 se observa que el 33,2% de encuestado algunas veces se identifica con las tradiciones de la localidad, un 30,2% lo hace muy pocas veces, el 18,5% manifiesta que casi siempre se identifica, el 9,5% nunca se ha sentido identificado y solo el 8,6% siempre se identifica con las tradiciones de su localidad.

Se puede concluir que la población estudiantil algunas veces se identifica con las tradiciones de su localidad. Esto se debe a que los estudiantes muy pocas ponen en práctica las tradiciones de su localidad, según la tabla 26.

Tabla 28 : Conoce los acontecimientos históricos de su localidad

Conoce los acontecimientos históricos de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	32	13.8
Muy pocas veces	62	26.7
Algunas veces	81	34.9
Casi siempre	40	17.2
Siempre	17	7.3
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 25 Conoce los acontecimientos históricos de su localidad

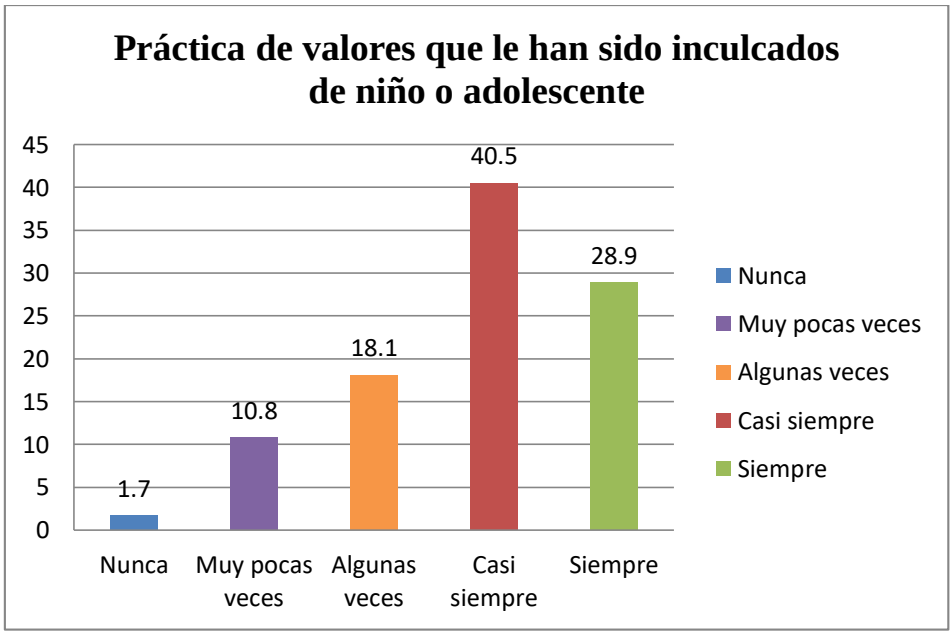
Según la tabla 29 y la figura 26, se puede observar que el 34,9% de los encuestados algunas veces conoce y valora los acontecimientos históricos de su localidad, un 26,7% lo conoce y valora, un 17,2% casi siempre lo conoce y valora, un 13,8% nunca ha conocido y no valora y solo un 7,3% conoce y siempre valora los acontecimientos históricos de su localidad.

Se puede inferir que el conocimiento y valoración de los acontecimientos históricos de la localidad por parte de los estudiantes es regular.

Tabla 29 : Práctica de valores que le han sido inculcados de niño o adolescente

Práctica de valores que le han sido inculcados de niño o adolescente		
	Frecuencia	**%**
Nunca	4	1.7
Muy pocas veces	25	10.8
Algunas veces	42	18.1
Casi siempre	94	40.5
Siempre	67	28.9
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 26 Práctica de valores que le han sido inculcados de niño o adolescente

Según la tabla 30 y figura 23, el 40,5% casi siempre ponen en práctica sus valores que le han sido inculcados desde niños, el 28,9% siempre pone en práctica sus valores, el 18,1% algunas veces pone en práctica sus valores, el 10,8% muy pocas veces pone en prácticas sus valores y solo un 1,7% nunca pone en práctica sus valores inculcados de niño.

Con los datos obtenidos se puede inferir que la población estudiantil casi siempre o siempre pone en práctica los valores que le han sido inculcados de niño.

Tabla 30 : La vestimenta es pate de su identidad

La vestimenta es pate de su identidad		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Nunca	6	2.6
Muy pocas veces	26	11.2
Algunas veces	57	24.6
Casi siempre	77	33.2
Siempre	66	28.4
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta

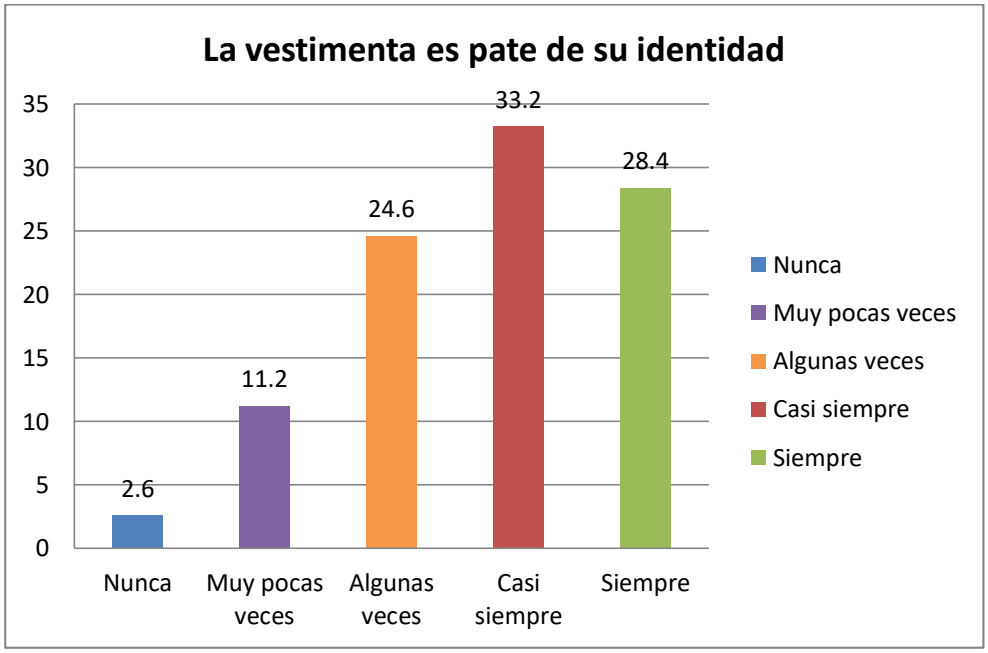


Figura 27 La vestimenta es pate de su identidad

Según la tabla 30 y figura 27, se puede apreciar el 33,2% de estudiantes mencionan que la vestimenta que utilizan es parte de su identidad, un 28,4% manifiestan que su vestimenta siempre es parte de su identidad, un 24,6% mencionan que solo algunas la vestimenta es parte de su identidad un 11.2% menciona que la vestimenta muy pocas veces forma parte de su identidad y solo un 2,6% no considera a la vestimenta como parte de su identidad.

Con estos datos se puede inferir que los estudiantes casi siempre consideran a la vestimenta como parte de su identidad, porque los identifican.

Tabla 31 : Grado de aceptación por los miembros de su entorno social

Grado de aceptación por los miembros de su entorno social		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Nunca	3	1.3
Muy pocas veces	16	6.9
Algunas veces	49	21.1
Casi siempre	107	46.1
Siempre	57	24.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta

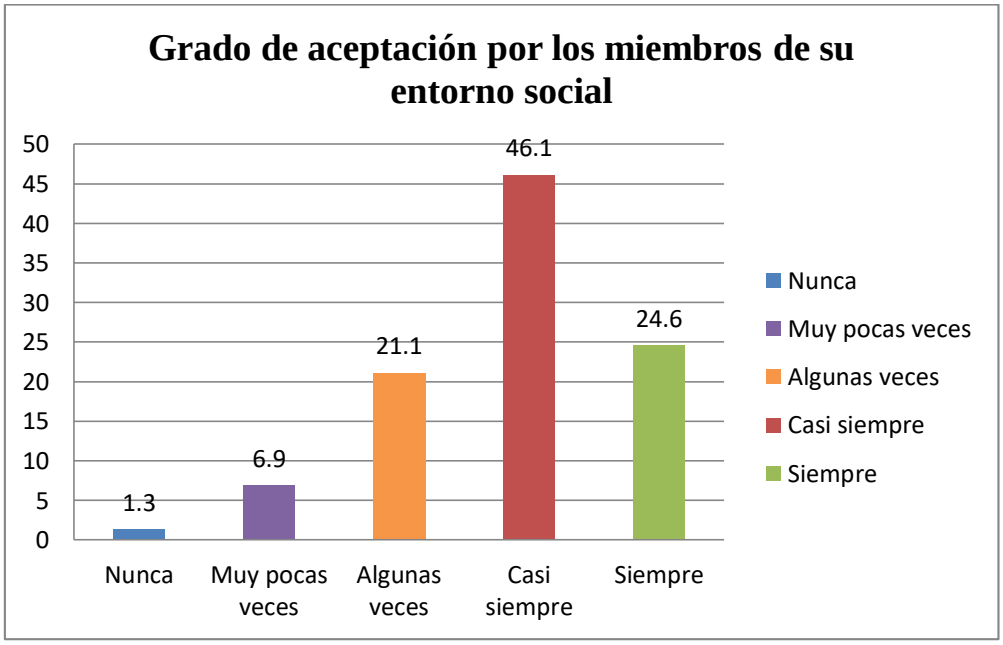


Figura 28 Grado de aceptación por los miembros de su entorno social

Según la tabla 31 y figura 28, el 46,1% de estudiantes afirman que casi siempre es aceptado por su entorno social, el 24,6% siempre es aceptado, el 21,1% algunas veces es aceptado, el 6,9% manifiesta sentirse muy pocas veces aceptado y finalmente el 1,3% considera que nunca es aceptado por su entorno social.

Con los datos se puede inferir que los estudiantes si son aceptados por los miembros de su entorno social, sin embargo existen un porcentaje mínimo que no lo son.

Tabla 32 : El género musical que escucha le genera emociones positivas

El género musical que escucha le emociones positivas		
	Frecuencia	**Porcentaje**
Muy pocas veces	5	2.2
Algunas veces	35	15.1
Casi siempre	96	41.4
Siempre	96	41.4
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta

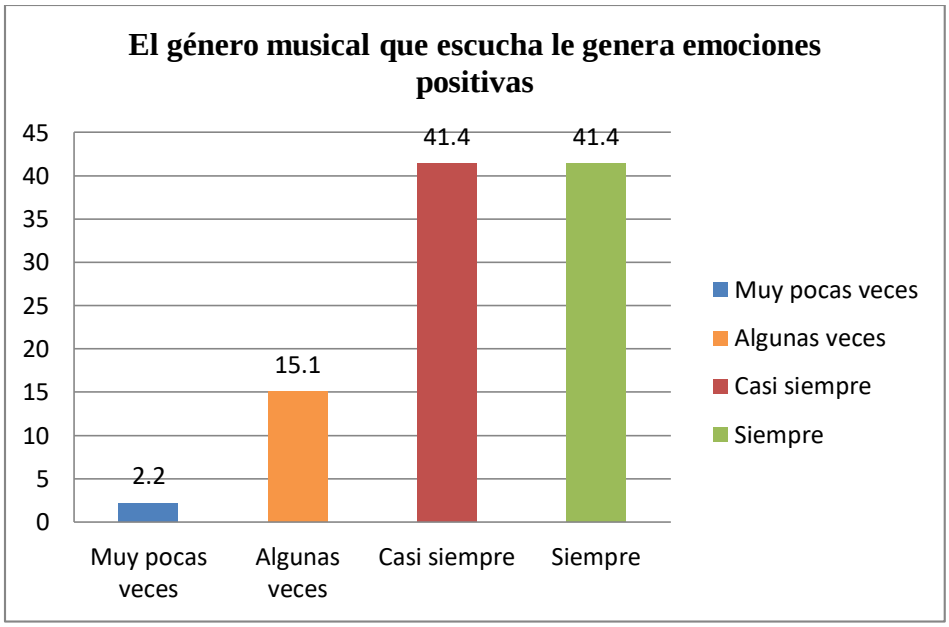


Figura 29 El género musical que escucha le genera emociones positivas

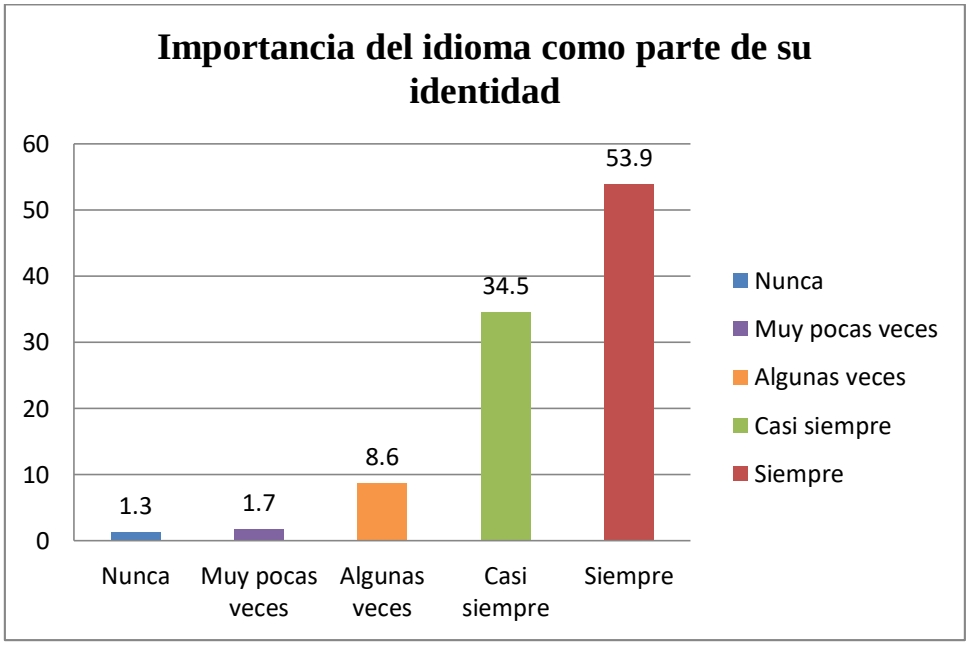
De acuerdo a la tabla 32 y la 29 el 41,4% de estudiantes encuestados manifiesta que siempre consideran que los géneros musicales que escuchan si les genera emociones positivas, 41,4% menciona que casi siempre, el 15,1% menciona que algunas veces solo y finalmente el 2,2% considera que muy pocas veces la música que escuchan les genera una emoción positiva.

Con los datos obtenidos se puede inferir que las canciones y la música en general que escuchan los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería, si les genera emociones positivas.

Tabla 33 : Importancia del idioma como parte de su identidad

Importancia del idioma como parte de su identidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	3	1.3
Muy pocas veces	4	1.7
Algunas veces	20	8.6
Casi siempre	80	34.5
Siempre	125	53.9
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 30 Importancia del idioma como parte de su identidad

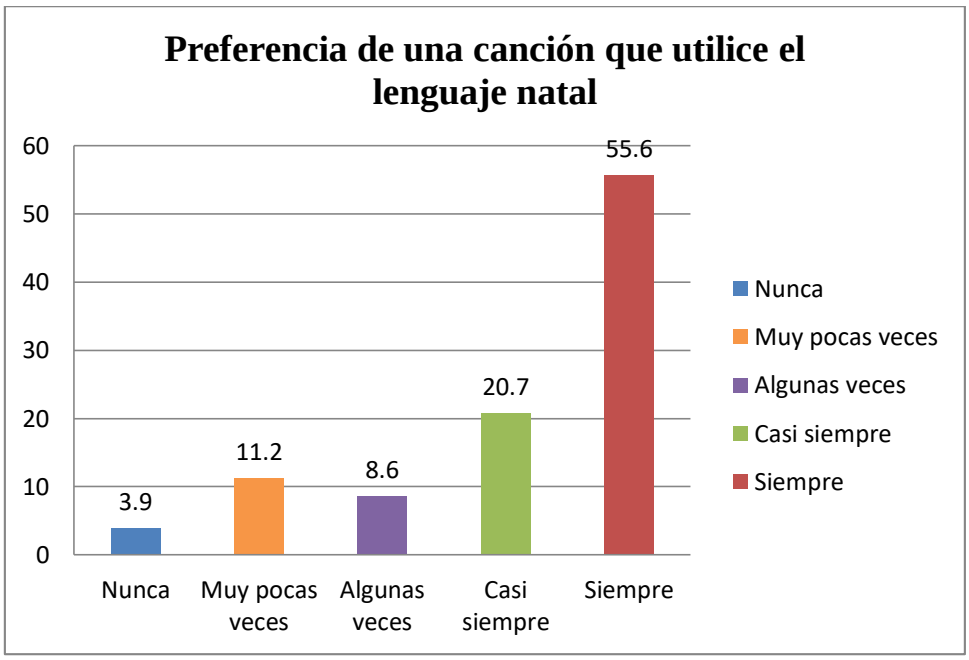
Según la tabla 33 y figura 30, el 53,9% dijo que siempre considera al idioma como parte de su identidad, el 34,5% dijo que casi siempre lo considera, el 8,6% solo lo hace algunas veces, el 1,7% menciona que muy pocas veces y solo el 1,3% no considera al idioma como parte de su identidad.

Con los datos obtenidos se puede inferir que los estudiantes si consideran al idioma como parte de su identidad.

Tabla 34: Preferencia de una canción que utilice el lenguaje natal

Preferencia de una canción que utilice el lenguaje natal		
	Frecuencia	**%**
Nunca	9	3.9
Muy pocas veces	26	11.2
Algunas veces	20	8.6
Casi siempre	48	20.7
Siempre	129	55.6
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 31 Preferencia de una canción que utilice el lenguaje natal

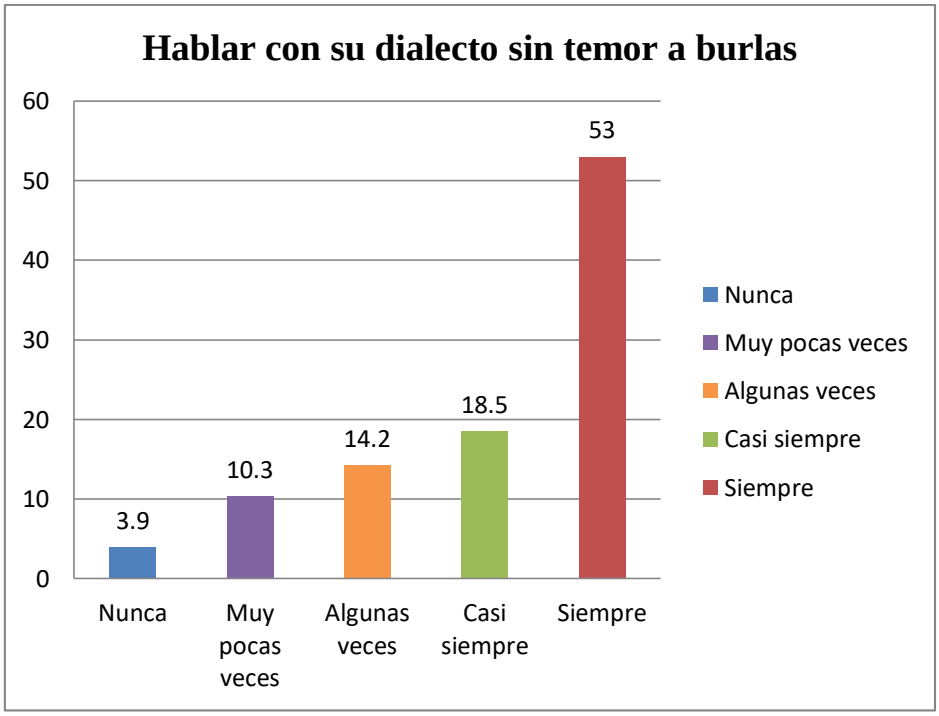
Según la tabla 34 y figura 31 se puede apreciar que el 55,6% de estudiantes encuestados prefiere las canciones que empleen su lengua de origen, un 20,7 % casi siempre la prefiere, un 11,2% la prefiere muy pocas veces, un 8.6% algunas veces la prefiere y solo un 3,9% nunca le toma importancia al lenguaje que utiliza una canción.

Estos datos indican que la gran mayoría de estudiantes siempre prefieren una canción que utilice su lenguaje natal, ya sea este castellano, quechua, aimara, entre otros. Teniendo en cuenta la tabla 4 y figura 1, donde se indica que el 76% de estudiantes son de Arequipa, entonces las canciones que los estudiantes prefieren utilizan el idioma español.

Tabla 35 : Hablar con su dialecto sin temor a burlas

Hablar con su dialecto sin temor a burlas		
	Frecuencia	**%**
Nunca	9	3.9
Muy pocas veces	24	10.3
Algunas veces	33	14.2
Casi siempre	43	18.5
Siempre	123	53
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 32 Hablar con su dialecto sin temor a burlas

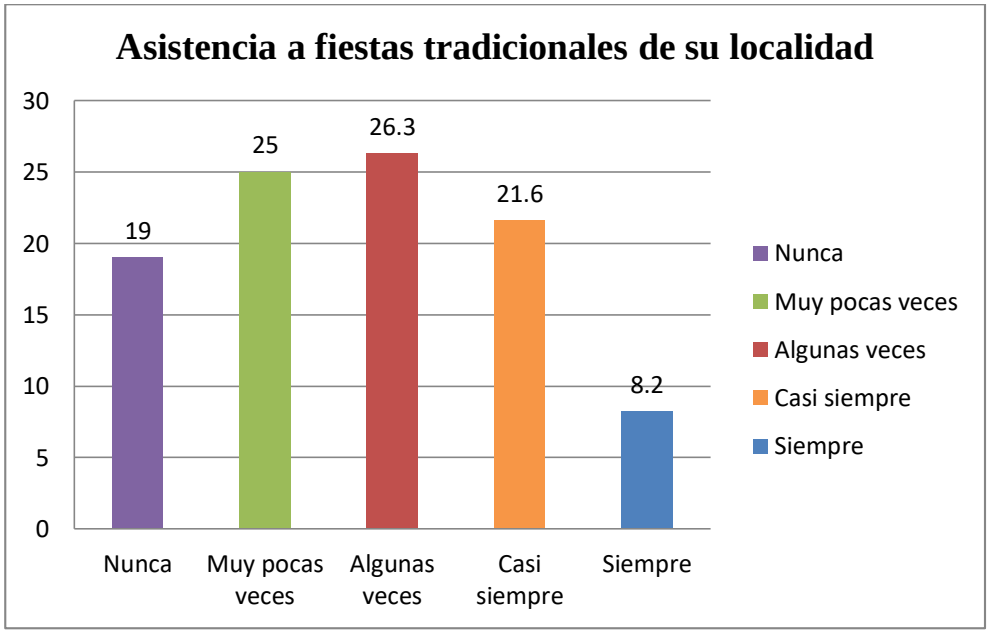
Según la tabla 35 y figura 32 indica que el 53% de estudiantes habla con su dialecto sin temor a burlas, el 18,5% casi siempre lo hace, el 14,2% menciona hacerlo algunas veces, el 10,3% muy pocas veces lo hace y solo el 3,9% manifiesta que nunca habla con su dialecto por temor a burlas.

Con estos resultados se puede inferir que la mayoría de estudiantes hablan con su dialecto sin temor a burlas, sin embargo existe un porcentaje mínimo que no lo hace por temor a posibles burlas.

Tabla 36 : Asistencia a fiestas tradicionales de su localidad

Asistencia a fiestas tradicionales de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	44	19
Muy pocas veces	58	25
Algunas veces	61	26.3
Casi siempre	50	21.6
Siempre	19	8.2
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 33 Asistencia a fiestas tradicionales de su localidad

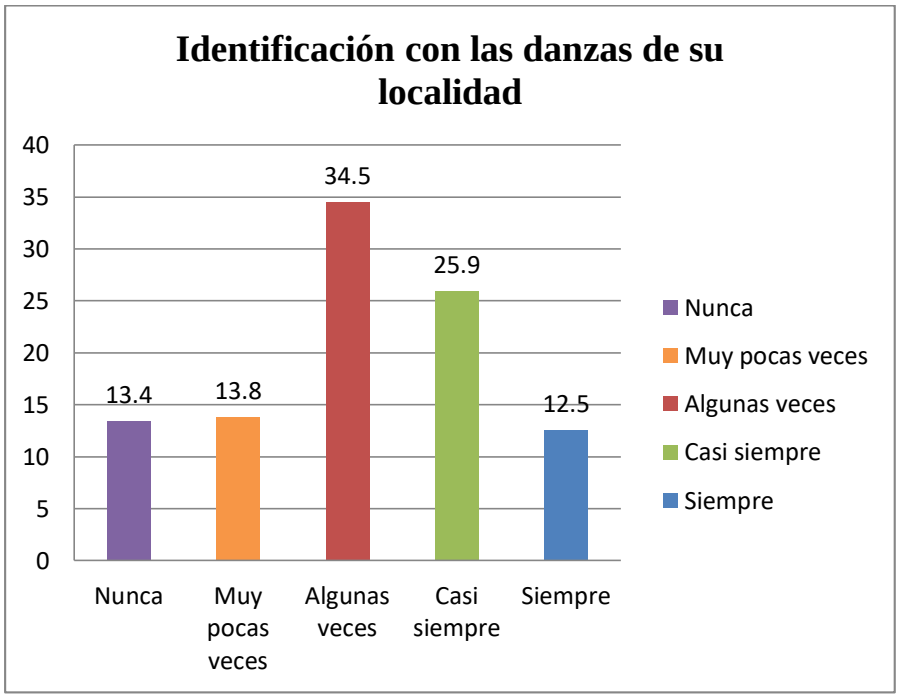
Según la tabla 36 y figura 33, se puede apreciar que el 26,3% algunas veces asiste a fiestas tradicionales de su localidad, el 25% asiste muy pocas veces, el 21,6% asiste casi siempre, el 19% nunca asiste y solo el 8,2% siempre asiste a dichos eventos.

Estos datos indican que los estudiantes solo algunas veces asisten a las fiestas tradicionales de su localidad, talvez esto se deba a que no sienten mucha atracción a este tipo de eventos, no entienden las tradiciones y porque prefieren otro tipo de eventos.

Tabla 37 : Identificación con las danzas de su localidad

Grado identifica con las danzas de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	31	13.4
Muy pocas veces	32	13.8
Algunas veces	80	34.5
Casi siempre	60	25.9
Siempre	29	12.5
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 34 Grado identifica con las danzas de su localidad

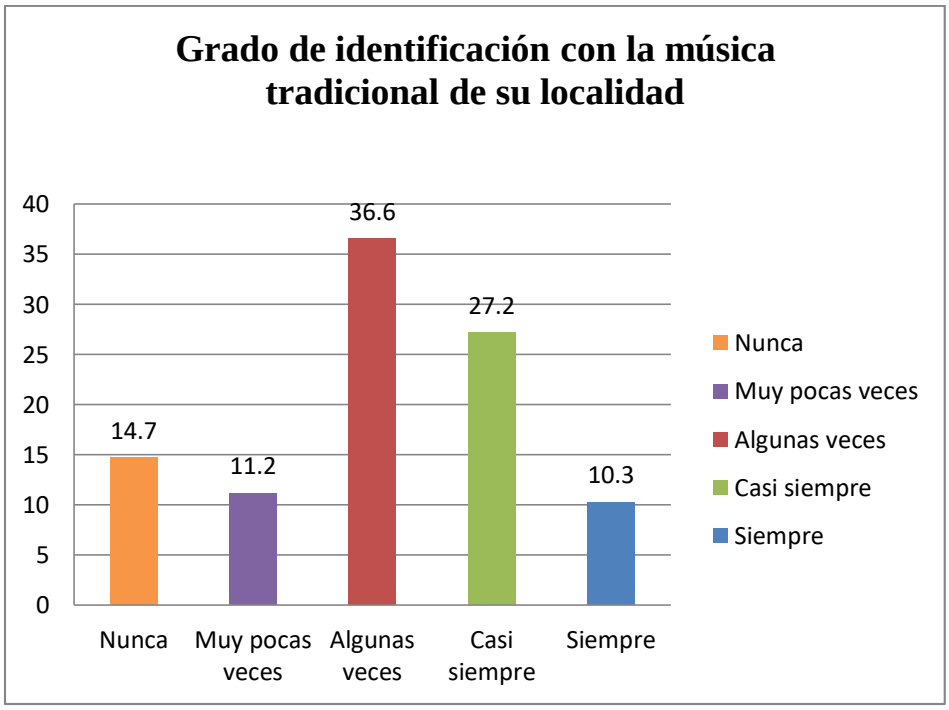
En la tabla 37 y figura 34 se puede observar que el 34,5% de estudiantes algunas veces se identifica con las danzas de su localidad, un 25,9% casi siempre se identifica, un 13,8% muy pocas veces se identifica, un 13,4% no se identifica con dichas danzas y por último el 12,5% siempre se identifica con las danzas de su localidad.

Estos datos nos indican que la mayoría de los estudiantes se identifican con las danzas, ya que esta es una de las manifestaciones más populares en nuestro país.

Tabla 38 : Grado de identificación con la música tradicional de su localidad

Grado de identificación con la música tradicional de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	34	14.7
Muy pocas veces	26	11.2
Algunas veces	85	36.6
Casi siempre	63	27.2
Siempre	24	10.3
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 35 Grado de identificación con la música tradicional de su localidad

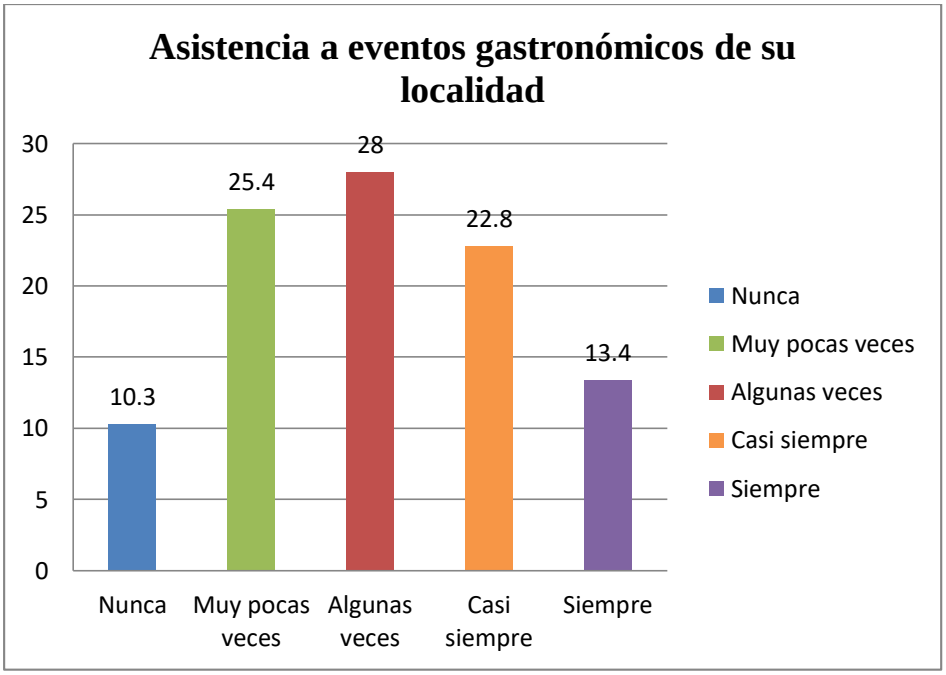
Según la tabla 38 y figura 35 se puede apreciar que el 36,6% de encuestados algunas veces se identifica con la música de su localidad, el 27,2% casi siempre se identifica, el 14,7% no se identifica con la música, el 11,2% los hace muy pocas veces, y solo el 10,3% si de identifica totalmente con la música.

Con estos datos podemos inferir que existe un porcentaje significativo de estudiantes que se identifica con la música de su localidad, considerando relativamente su atracción por este tipo de música.

Tabla 39 : Asistencia a eventos gastronómicos de su localidad

Asistencia a eventos gastronómicos de su localidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	24	10.3
Muy pocas veces	59	25.4
Algunas veces	65	28
Casi siempre	53	22.8
Siempre	31	13.4
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 36 Asistencia a eventos gastronómicos de su localidad

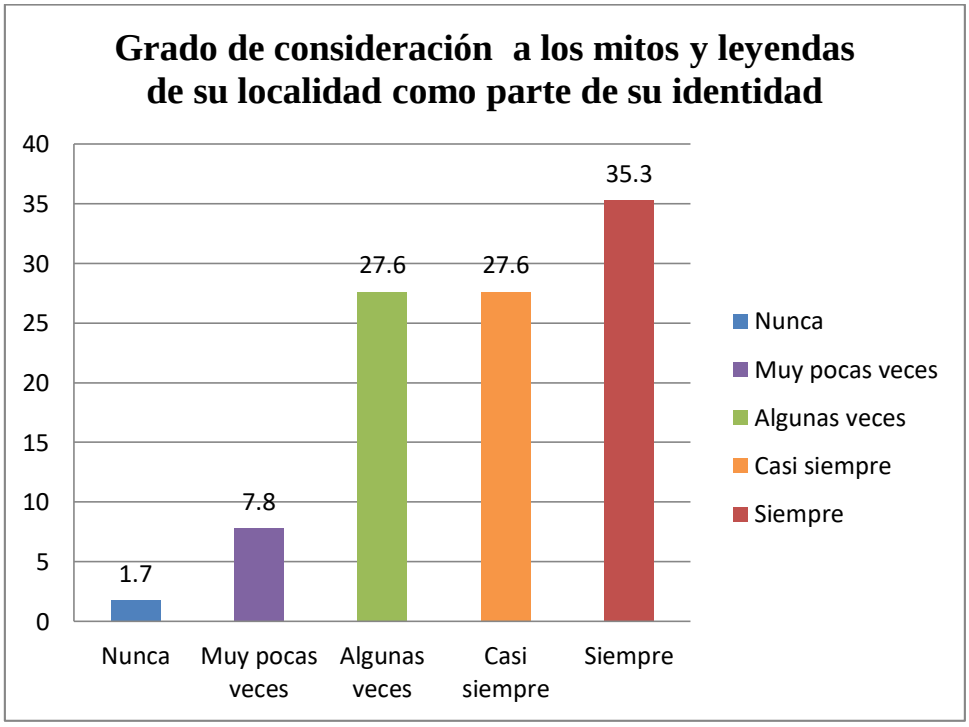
Según la tabla 39 y figura 36, se puede apreciar que el 28% algunas veces asiste a eventos gastronómicos, el 25,4% muy pocas veces asiste, el 22,8% casi siempre asiste, el 13,4% siempre asiste y solo el 10,34% nunca asiste a eventos gastronómicos en su localidad.

Podemos inferir que los estudiantes algunas veces asisten a eventos gastronómicos, es necesario considerar que estas eventos son más frecuentes en fechas próximas al aniversario de la ciudad.

Tabla 40 : Consideración a los mitos y leyendas de su localidad como parte de su identidad

Grado de consideración a los mitos y leyendas de su localidad como parte de su identidad		
	Frecuencia	**%**
Nunca	4	1.7
Muy pocas veces	18	7.8
Algunas veces	64	27.6
Casi siempre	64	27.6
Siempre	82	35.3
Total	232	100

Nota. Elaboración propia basada en encuesta



Nota. Elaboración propia

Figura 37 Grado de consideración a los mitos y leyendas de su como parte de su identidad

Según la tabla 40 y figura 37, se puede observar que el 35,3% considera a los mitos y leyendas como parte de su identidad, un 27,6% consideran casi siempre a los mitos y leyendas, con un mismo porcentaje un 27,6% mencionan que se identifican algunas veces, un 7,8% se identifica muy pocas veces y solo un 1,7% no considera a los mitos y leyendas como parte de su identidad.

Se puede inferir que los mitos y leyendas son considerados por los estudiantes como parte de su identidad cultural.

3.2. Corroboración de hipótesis

Tabla 41 : Escala de determinación de media

Escala	Calificación
1	Nunca
2	Muy pocas veces
3	Algunas veces
4	Casi siempre
5	Siempre

a) Media estadística

Tabla 42 : Media estadística música tradicional

Conocimiento música tradicional	Media
En su institución educativa (primario, secundario), ¿Recibió información sobre música tradicional?	3
¿En su escuela profesional recibió información sobre música tradicional?	2
Por su propia cuenta, ¿Ha leído algún texto, documento o libro relacionado con la música tradicional?	2
¿Existe un manejo de información acerca de la música tradicional en la Universidad Nacional San Agustín?	2
¿Considera que la televisión le brinda información sobre la música tradicional?	2
¿Usted ha escuchado música tradicional en las emisoras radiales?	3
¿Usted ha encontrado información en la internet sobre la música tradicional?	3
¿Usted ha encontrado información en la prensa escrita sobre la música tradicional?	3
¿Con qué frecuencia usted asiste a eventos sociales relacionados con la música tradicional?	2
¿Con que frecuencia usted escucha huayno?	2
¿Con que frecuencia usted escucha Yaraví?	2
¿Con que frecuencia usted escucha marinera?	2
¿Con que frecuencia usted escucha vals?	3
Cuando escucha música tradicional, ¿Le da importancia a la letra de la canción?	3
Cuando escucha música tradicional, ¿Le da importancia al ritmo de la canción?	4
¿Sus padres le transmitieron el gusto por la música tradicional?	3
¿Tiene una atracción por escuchar música tradicional?	3
Cuando escuchas música tradicional, ¿Te genera emociones positivas?	3
MEDIA TOTAL	**3**

De acuerdo a la escala de calificación podemos determinar que el nivel de conocimiento de la música tradicional está presente algunas veces en el encuestado con una media total de 3.00.

Tabla 43 : Media estadística identidad cultural

Identidad cultural	Media
¿Usted pone en práctica las tradiciones de su localidad?	3
¿Usted se identifica con las tradiciones de su localidad?	3
¿Conoce los acontecimientos históricos de su localidad?	3
¿Usted pone en práctica los valores que le han sido inculcados de niño o adolescente?	4
¿La vestimenta que utiliza es parte de su Identidad cultural?	4
¿Usted es aceptado por los miembros de su entorno social?	4
¿El género musical que escucha que escucha le genera emociones positivas	4
¿Considera que el idioma es parte de su identidad?	4
Cuando escucha una canción, ¿Prefiere que sea en su lenguaje natal?	4
En la universidad ¿Habla con su dialecto sin temor a burlas?	4
¿Asiste a fiestas tradicionales de su localidad?	3
¿Se identifica con las danzas de su localidad?	3
¿Se identifica con la música tradicional de su localidad?	3
¿Usted asiste a los eventos gastronómicos de su localidad?	3
¿Usted considera que los mitos y leyendas de su localidad son parte de su identidad?	3
MEDIA TOTAL	3

De acuerdo a la escala de calificación podemos determinar que la identidad cultural está presente algunas veces en el encuestado con una media total de 3.00.

Prueba Estadística: RHO de Spearman

N° de encuestados: 232

- Esta tabla se toma tanto en positivo como en negativo.
- La correlación esta entre – 1 (Correlación negativa e inversa) y 1(Correlación positiva y directa).
- Nivel de significancia establecido para la prueba: 0,05.

Tabla 44 : Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa (Inversa)
-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 (directa)

Nota. Internet

Hipótesis general alterna

El nivel del conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Hipótesis general nula

El nivel del conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tabla 45 : Correlación música tradicional – identidad cultural

Correlación música tradicional – identidad cultural				
			Música tradicional	Identidad cultural
Rho de Spearman	Música tradicional	Coeficiente de correlación	1,000	,524
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Identidad cultural	Coeficiente de correlación	,524	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	232	232

Nota. Elaboración propia

Análisis: Al analizar la tabla de correlación música tradicional – identidad cultural, encontramos que el sig. = 0,000 (bilateral) es menor a 0,05 (0,000<0,05), por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Así mismo, el valor de RHO, establece un nivel de correlación positiva moderada (0,524), se comprueba que hay una relación significativa y directa entre las variables, por lo tanto, a medida que el conocimiento de la música tradicional aumenta, la identidad cultural también aumenta.

Primera hipótesis especifica alterna

El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Primera hipótesis especifica nula

El conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tabla 46 : Correlación música tradicional – sentido de pertenencia

Correlación música tradicional – sentido de pertenencia				
			Música tradicional	Sentido de pertenencia
Rho de Spearman	Música tradicional	Coeficiente de correlación	1,000	,592
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Sentido de pertenencia	Coeficiente de correlación	,592	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	232	232

Nota. Elaboración propia

Análisis: Al analizar la tabla de correlación música tradicional – sentido de pertenencia, encontramos que el sig. = 0,000 (bilateral), es menor a 0,05 (0,000<0,05), por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Así mismo, el valor de RHO, establece un nivel de correlación positiva moderada (0,592), se comprueba que hay una relación significativa y directa entre las

variables, por lo tanto a medida que el conocimiento de la música tradicional aumenta, el sentido de pertenencia también aumenta.

Segunda hipótesis especifica alterna

El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Segunda hipótesis especifica nula

El conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tabla 47 : Correlación música tradicional – auto concepto

Correlación música tradicional – auto concepto				
			Música tradicional	Auto concepto
Rho de Spearman	Música tradicional	Coeficiente de correlación	1,000	,031
		Sig. (bilateral)	.	,637
	Auto concepto	Coeficiente de correlación	,031	1,000
		Sig. (bilateral)	,637	.
		N	232	232

Nota. Elaboración propia

Análisis: Al analizar la tabla de correlación música tradicional – autoconcepto, encontramos que el sig. = 0,637 (bilateral), es mayor a 0,05 (0,637>0,05) se

comprueba que no hay una relación significativa entre las variables, por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. Así mismo, el valor de RHO, establece un nivel de correlación positiva muy baja (0,031). Por consiguiente, el nivel de conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en el autoconcepto de los Estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería.

Tercera hipótesis especifica alterna

El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tercera hipótesis especifica nula

El conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tabla 48 : Correlación música tradicional – lengua

Correlación música tradicional – lengua				
			Música tradicional	Lengua
Rho de Spearman	Música tradicional	Coeficiente de correlación	1,000	,019
		Sig. (bilateral)	.	,772
	Lengua	Coeficiente de correlación	,019	1,000
		Sig. (bilateral)	,772	.
		N	232	232

Nota. Elaboración propia

Análisis: Al analizar la tabla de correlación música tradicional – lengua, encontramos que el sig. = 0,772 (bilateral), es mayor a 0,05 (0,772>0,05) se comprueba que no hay una relación significativa entre las variables, por lo tanto se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. Así mismo, el valor de RHO, establece un nivel de correlación positiva muy baja (0,019).

Cuarta hipótesis especifica alterna

El conocimiento de la música tradicional influye significativamente en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Cuarta hipótesis especifica nula

El conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tabla 49: Correlación música tradicional – manifestaciones culturales

Correlación música tradicional – manifestaciones culturales				
			Música tradicional	Manifestaciones culturales
Rho de Spearman	Música Tradicional	Coeficiente de correlación	1,000	,601
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Manifestaciones culturales	Coeficiente de Correlación	,601	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	232	232

Nota. Elaboración propia

Análisis: Al analizar la tabla de correlación música tradicional – sentido de pertenencia, encontramos que el sig. = 0,000 (bilateral), es menor a 0,05 (0,000<0,05), por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Así mismo, el valor de RHO, establece un nivel de correlación positiva moderada (0,601), se comprueba que hay una relación significativa y directa entre las variables, por lo tanto, a medida que el conocimiento de la música tradicional aumenta, las manifestaciones culturales también aumenta.

3.3. Discusión de Resultado

1. Los resultados obtenidos en la investigación, demuestran que existe correlación significativa y positiva entre el conocimiento de la música tradicional y la identidad cultural de los estudiantes de Turismo y Hotelería establecida por el estadígrafo Coeficiente de correlación de Spearman, donde el resultado del valor es (0,524) y esta correlación al ser directa, a medida que se incremente el conocimiento de la música tradicional, la identidad cultural también lo hace.
2. En las variables: Conocimiento de la música tradicional e identidad cultural se identifica que el sig. (0.000) < (0,05), y al ser menor se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna, que afirma la influencia significativa entre las variables de estudio. Es decir, que el conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín. También se puede referir que la variable: Identidad Cultural es un constructo que se puede relacionar con distintos elementos, como se puede apreciar en la tesis de Aranguren (2016), que lo relaciona con el Patrimonio Cultural.

3. Este resultado coincide con lo que refiere (Revilla, 2011), que la música juega un papel esencial en los procesos de configuración y consolidación de la identidad. Por su parte (Flores, 2009). confirma que la música, vista como un lenguaje socialmente producido genera símbolos que permiten imaginarnos, comprendernos y reconocernos como parte de una historia, de una cultura y una colectividad dada. La música, es un potente movilizador de emociones, discursos, recuerdos colectivos y un sofisticado artificio mediante el cual se construyen identidades sean nacionales, de género, culturales, personales o de otra índole.

4. Así mismo, los resultados descriptivos muestran también que los estudiantes tienen una identidad cultural media, es decir no tienen una plena identificación y práctica de sus manifestaciones culturales y expresiones verbales. (Ver tabla N° 43)

5. Los resultados muestran también la razón del porque los estudiantes tienen una identidad cultural medio. En la dimensión de conocimiento tácito de la música tradicional se formuló la siguiente interrogante: ¿Con qué frecuencia usted asiste a eventos sociales relacionados con la música tradicional? Dando como resultado que el 43,5% de estudiantes muy pocas veces asisten a ese tipo de eventos y peor aún el 33,2% nunca asistió. Para profundizar en los resultados se aplicó preguntas específicas sobre la preferencia de ciertos géneros musicales (representativos) y las emociones positivas que le generan, teniendo como resultados los siguientes: Se aprecia un nivel bajo en la calificación en ambos casos, es decir, los estudiantes no suelen escuchar estos géneros musicales y son algunas veces que al escucharlas les genera una emoción positiva, así pues, dentro de las puntuaciones (bajas), la marinera y el vals obtuvieron mejores puntuaciones que los otros dos géneros

musicales, por lo que se entiende que existe una mayor valoración de estos géneros musicales. El Huayno adquirió puntajes menores que la marinera y el vals, pero mayores que el yaraví, por su parte, el yaraví obtuvo las puntuaciones más bajas, dando a entender que es un género musical poco conocido y valorado, sin embargo, el yaraví es un género musical que en el 2009 fue declarado Patrimonio Cultural de la Nación por el Instituto Nacional de Cultura.

6. En la dimensiones de identidad cultural: Autoconcepto los resultados obtenidos en la investigación, demuestran que existe correlación positiva muy baja entre el conocimiento de la música tradicional y el autoconcepto de los estudiantes de Turismo y Hotelería establecida por el estadígrafo Coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde el resultado del valor es (0,031). Así mismo se identifica que el sig. (0.637) > (0,05), y al ser mayor se acepta la hipótesis nula, y se rechaza la hipótesis alterna, es decir, el conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.
7. En la dimensiones de identidad cultural: Lengua, los resultados obtenidos en la investigación, demuestran que existe correlación positiva muy baja entre el conocimiento de la música tradicional y la lengua de los estudiantes de Turismo y Hotelería establecida por el estadígrafo Coeficiente de correlación Rho de Spearman, donde el resultado del valor es (0,019). Así mismo se identifica que el sig. (0.772) > (0,05), y al ser mayor se acepta la hipótesis nula, y se rechaza la hipótesis alterna, es decir, el conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

CAPÍTULO IV

APORTE PROFESIONAL

4. Capitulo IV: Aporte Profesional

4.1. Título de la Propuesta

Festival de Música Tradicional Peruana, denominado **"MIFESTIMUSICA"**

4.2. Introducción

La presente propuesta es una actividad artístico-cultural y tiene como objetivo Fortalecer la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo a través de la música, desarrollando un FESTIVAL DE MÚSICA TRADICIONAL PERUANA dentro de la Universidad Nacional San Agustín, donde se exponga todos los géneros musicales tradicionales de nuestro país, acompañando esas melodías con danzas presentadas por parejas de danzarines, así mismo se instalarán stand de comidas y bebidas tradicionales. La característica principal de la realización del presente festival es dar a conocer a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería el patrimonio musical del Perú, así como también preservar este patrimonio inmaterial. Además, dentro del Festival se desarrollará un concurso de huaynos, yaravíes, marineras y valses, donde los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería podrán inscribirse como solistas o en grupo, interpretando melodías o ejecutando instrumentos musicales.

4.3. Antecedentes

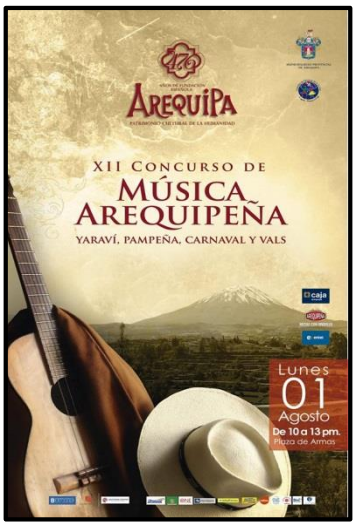
Don Mariano Carpio, un arequipeño amador de su ciudad, emigró a los Estados Unidos a principios de los años 70, sin embargo, llegaba a sus tierras arequipeñas cada año con el propósito de incentivar la vigencia del yaraví, "…tenemos que recuperar nuestra identidad, ya que Arequipa es Patrimonio Cultural y por

consiguiente la música es parte de todo eso" palabras extraídas de un entrevista que le hizo RPP a Don Mariano en junio del 2006.

Es así que Don Mariano junto con la Asociación Cultural Escuela del Yaraví organiza el Concurso de Música Arequipeña y posteriormente viendo que este evento tenía acogida y aceptación del público, se institucionaliza y se une a esta organización la Municipalidad Provincial de Arequipa a través de la Comisión de Festejos.

El Concurso se lleva a cabo todos los años en el mes de agosto, por ser aniversario de la ciudad de Arequipa y el escenario elegido es el portal de la Municipalidad Provincial de Arequipa de la Plaza de Armas. La actividad se desarrollará desde las 15:00 horas.

Se puede apreciar que el Concurso, tiene gran aceptación y cada año va aumentando la cantidad de jóvenes compositores que se congregan para demostrar a todos que el yaraví y demás géneros musicales peruanos está más vigente que nunca. El concurso se da por categorías, según géneros musicales y el ganador tiene un merecido reconocimiento.



Nota. Municipalidad Provincial de Arequipa

Figura 38 XII Concurso de Música Arequipeña

4.4. Justificación

El presente proyecto se presenta como evento de interés cultural para los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, destinado a fortalecer su identidad cultural a través de la música, como alternativa para afianzar sus expresiones culturales como el arte y crear espacios socioculturales de sana convivencia.

La realización del presente Festival, no solo mostrará el patrimonio musical del Perú a toda la población estudiantil de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, si no que los hará partícipes de forma activa a los mismos estudiantes para que ellos puedan conocer, comprender e interactuar con su cultura.

La realización del presente evento busca promover la cultura a través de la música, así mismo crear espacios de interacción social entre los estudiantes. Además, el que

un estudiante de turismo conozca su cultura enriquece sus conocimientos para después plasmarlos en las diferentes campos de su carrera.

Uno de los objetivos del presente proyecto a largo plazo es Institucionalizar el festival de música tradicional peruana y se adopte para el calendario de eventos culturales que organiza la Universidad Nacional San Agustín.

Los valores que se desea formar en la profesión del licenciado en Turismo y Hotelería es el respeto a la Persona, honestidad, libertad, sustentabilidad, responsabilidad, identidad y compromiso y con la realización de este evento se puede lograr desarrollar esos valores.

El presente Festival muestra una inversión elevada, sin embargo tiene un impacto social positivo entre su población estudiantil.

4.5. Objetivos

Objetivo general

Fortalecer la Identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería a través un Festival de música tradicional en el estacionamiento de Sociales de la Universidad Nacional San Agustín, 2019.

Objetivos específicos

- Fortalecer la Identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

- Generar un espacio de sanan convivencia donde todos los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería tengan una participación activa.

- Realización de un concurso de huaynos, yaravíes, marineras y valses a cargo de los estudiantes de la Escuela Profesional Turismo y Hotelería.

-Preservar la música tradicional peruana.

4.6. Beneficiarios

Los beneficiarios en este proyecto los podemos clasificar en dos partes:

Beneficiarios Directos:

Los beneficiarios directos en este proyecto son los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería, desde primer año hasta quinto año.

Beneficiarios Indirectos:

Dentro de los beneficiarios indirectos tenemos a los estudiantes de las demás escuelas de la Universidad Nacional San Agustín.

4.7. Características de la Propuesta

a) Logotipo o marca de la Propuesta

Nota. Elaboración propia
Figura 39 Logotipo de la Propuesta

b) Lugar y fecha a realizar el evento

Se realizará la primera semana de agosto, únicamente el día miércoles, jueves y el viernes, donde los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería podrán inscribirse como solistas o en grupo, interpretando melodías o ejecutando instrumentos musicales.

El lugar para llevarse a cabo el Festival es en el estacionamiento de Sociales de la Universidad Nacional San Agustín de 12:00 a 14:30 horas.

Fuente: Internet Google maps

Figura 40 Ubicación de la Propuesta

c) Metodología

El presente festival se divide en dos partes: En la primera parte se realizará la presentación de un programa de recitales que estará a cargo de solistas, dúos, tríos y grupos reconocidos en el campo musical que interpretarán un repertorio netamente peruano. Únicamente el día miércoles y jueves. La segunda parte tiene como fin la realización de un concurso de música tradicional peruana, que tendrá como participantes a de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería. Únicamente el día viernes. Se ha preferido realizar el presente Festival la primera

semana del mes de agosto por ser el mes del aniversario de la Ciudad de Arequipa, además, es la última semana del dictado de clases porque posterior a esta fecha son las vacaciones de medio año. El horario está establecido de 12:00 a 14:30, por un tema estratégico, ya que es un horario accesible a todos los estudiantes de la UNSA, ya sea del turno de la mañana o de la tarde.

I parte del festival

El festival se llevará a cabo en la primera semana de agosto, los días de la presentación de los espectáculos serán miércoles, jueves y viernes de 12:00 a 14:30.

- ✓ **Participantes en el Festival:** Se ha puesto muchísima atención para la selección de los participantes en el Festival. Puesto que deben ser realmente conocedores, expositores e intérpretes de la música tradicional peruana, además de tener una vasta trayectoria y reconocimiento en el campo musical.
    - Orquesta Sinfónica de Arequipa
    - Coro Municipal de Arequipa
    - Nelson Azpilcueta (Hnos Dávalos)
    - Lufa Trillo
    - María Antonieta Dávalos
    - Victor Marín
    - Los Montoneros de Cayma
    - Rosita Vento

Tabla 50 : Programa de Actividades

PROGRAMA DE ACTIVIDADES			
HORARIO	**DÍA 1**	**DÍA 2**	**DÍA 3**
12:00	Ceremonia de Inauguración	Palabras de inicio del Festival	Ceremonia de Inauguración del Concurso de Música tradicional
	Presentaciones musicales	**Presentaciones musicales**	**Presentaciones musicales**
12:15	María Antonieta Dávalos	Victor Marín y Los montoneros de Cayma	Presentaciones de participantes del género huayno, yaravíes, marineras y valses.
	Nelson Azpilcueta	Lufa Trillo	
13:00	Coro Municipal de Arequipa	Rosita Vento	
13:45	Filarmónica de la Escuela de Artes de la UNS A	Orquesta Sinfónica de Arequipa	
14:30	Finalización del Festival hasta el día siguiente	Finalización del Festival hasta el día siguiente	Selección de los ganadores y la entrega de los respectivos premios.
14:45			Palabras de agradecimiento por el Coordinador General y Clausura del Festival

Nota. Elaboración propia.

- **II parte del festival**

La segunda parte tiene como fin la realización de un concurso de interpretación musical (voz e instrumentación) que estará a cargo de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería.

✓ **Inscripción:** Para participar en el concurso, los estudiantes podrán inscribirse únicamente la última semana del mes de julio, (de lunes a viernes) en el módulo de la Comisión de concurso, situada en el

estacionamiento de Sociales de la Universidad Nacional San Agustín de 12:00 a 14:30 horas.

Se podrán presentar estudiantes matriculados en el año en curso, indistintamente del año que cursa.

Los participantes pueden ser solistas o grupos, cuyo repertorio será netamente peruano en los géneros de huaynos, yaravíes, marineras y valses.

Al momento de su inscripción se entregará el tema en un CD, en formato MP3, (no excederá los cinco minutos), así mismo se llenará una ficha con: el nombre de la canción, nombre de los participantes, fotocopias de sus respectivos DNIs, números telefónicos y correos electrónicos y los instrumentos que se utilizan para la pieza.

Pueden estar acompañados de danzantes.

Dentro de sus participantes pueden tener un invitado, que no sea estudiante de la Escuela de Turismo y Hotelería.

Tabla 51: Ficha de Inscripción para el concurso

FICHA DE INSCRIPCIÓN				
I FESTIVAL DE MÚSICA				
Nombre artístico:				
Género musical:				
Nombre de la Canción:				
Autor de la canción:				
Tiempo de duración de la canción:				
Instrumentos a utilizar:				
Nombre del invitado : **solo si es que el grupo o solista lo requiera*				
Participantes **El representante del grupo tendrá que llenar sus datos en el primer casillero.*				
Nombre y apellido	Año en curso	DNI	Correo electrónico	Teléfono
*				
Arequipa , de julio del 2019 _____ _____ Sello y firma del presidente de la Comisión de Concurso Firma del representante de los participantes				

Nota. Elaboración propia.

- ✓ **Bases del concurso**

Solo se aceptaran las inscripciones hasta la segunda semana iniciado el festival, en el módulo de la Comisión de Concurso, situada en el estacionamiento de Sociales de la Universidad Nacional San Agustín de 12:00 a 14:30 horas.

Se aceptaran únicamente estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería matriculados en el año en curso, indistintamente del año que cursa.

Solo se podrá considerar a un invitado (músico), para el acompañamiento en la ejecución instrumental ya sea a un solista o grupo. Este invitado podrá participar solo una vez con el grupo inscrito. Por ningún motivo el invitado podrá participar en más de una agrupación.

Los participantes pueden ser solistas o grupos (no hay límite), cuyo repertorio será netamente peruano en los géneros de huaynos, yaravíes, marineras y valses.

Cualquier dato falso llenado en la ficha, será motivo de descalificación. Sin motivo a reclamo.

En la canción a interpretar, se puede aceptar fusiones con ritmos contemporáneos, siempre y cuando la canción conserve la originalidad de su género

No se permitirá modificar la canción, la instrumentación ni los participantes una vez inscritos.

Todos los finalistas deberán estar presentes media hora antes del inicio del concurso, con cargo a su descalificación sin lugar a reclamo.

Sólo habrá un ganador por cada categoría.

Todos los participantes seleccionados para el concurso recibirán un Certificado de Participación al finalizar el concurso.

La entrega de los premios será al finalizar el Concurso

Cada participante es responsable de sus pertenencias así como de sus instrumentos.

La Comisión de Concurso, pondrá a la disponibilidad del concursante, amplificadores, micrófonos, parlantes, consolas y demás equipos de sonido. Más no los instrumentos musicales.

- ✓ **Del Jurado Calificador:** El jurado calificador se encargará de colocar los puntajes respectivos a cada uno de los participantes. El fallo del jurado calificador será definitivo e inapelable, puesto que tiene una vasta trayectoria en interpretación musical. Los jurados serán:
  - Dr. Juan Carpio Muñoz. Historiador y Músico
  - Maestro Nelson Azpilcueta. Músico y ex integrante del Dúo de los Hnos. Azpilcueta.
  - Maestro Enrique Victoria. Director de la Orquesta Sinfónica de Arequipa

Los criterios que utilizaran los jurados serán:

Tabla 52: Criterios de Calificación del Jurado

Criterios de Calificación	Puntaje
Interpretación	30
Música: Melodía, ritmo y armonía	30
Ejecución instrumental	25
Vestuario y performance	15
Total	100

Nota. Elaboración propia

- ✓ **De los premios:** Todos los participantes seleccionados para el concurso recibirán un Certificado de Participación al finalizar el concurso. La entrega de los premios será al finalizar el Concurso y serán los siguientes:

Tabla 53 : Cuadro de Premios

Cuadro de premios				
Categoría	**Huaynos**	**Yaravíes**	**Marineras**	**Valses**
Primer puesto	S/. 500. 00	S/. 500. 00	S/. 500. 00	S/. 500. 00
Segundo puesto	S/.250. 00	S/.250. 00	S/.250. 00	S/.250. 00
Tercer puesto	S/.100. 00	S/.100. 00	S/.100. 00	S/.100. 00

Nota. Elaboración propia.

- ✓ **Programa (Antes, durante y después del Festival)**

  Antes: El festival se hará con un mes de anticipación. Se realizará la Convocatoria del personal, evaluación de los curriculum vitae, las entrevistas y finalmente la elección del personal. Se procederá a la determinación de funciones y capacitación al personal. El respectivo

personal se tendrá que encargar de los Trámites correspondientes. Se instalará el Módulo del Centro de Operaciones y el módulo de Concurso. Compra de los recursos necesarios para implementar los módulos. Los encargados de Logística enviarán oficios de invitación para la participación de los músicos y los jurados. La Comisión de Concurso enviará oficios de invitación a la Asociación picantera para participar en el Festival, serán 10 estand de comida, cada módulo corresponderá a un restaurant-picantería.

La Comisión de Concurso enviará oficios de invitación al Ballet Folclórico y la Escuela de Artes de la Universidad Nacional San Agustín para su participación al evento.

Los encargados de Logística enviarán oficio de invitación a la Compañía de Bomberos.

La comisión de Logística se encargará de buscar auspiciadores. Contratación de los proveedores para la instalación de los toldos, el escenario, los módulos de comida y equipos de sonido, sillas y mesas, baños químicos. Contratación del Maestro de ceremonias que amenice el festival. Contratación de agentes de seguridad, agentes de limpieza y un electricista. Elaboración de la gigantrografía y los afiches. Elaboración de programa con la respectiva secuencia del evento.

- ✓ **Durante:** Todo el personal del área administrativa tendrá que llegar al evento 4 horas de anticipación. El personal encargado tendrá que verificar las instalaciones de infraestructura (módulos, escenarios, baños), así como la correcta instalación de los equipos de sonido. Llamar a los músicos para un

recordatorio del evento. El personal encargado debe tener un constante monitoreo del evento.

- ✓ **Después:** Una vez finalizado el Festival, el personal encargado debe verificar el desarmado de los módulos, escenarios, así como la desinstalación de los equipos de sonido.

- **Programa (Antes, durante del Concurso de música)**
- **De la preselección**

La preselección se llevará a cabo para seleccionar a los más destacados intérpretes para participar en el concurso. La preselección estará a cargo de la Comisión de Concurso y por el jurado Dr. Juan Carpio Muñoz.

Esta preselección se desarrollará días antes del concurso, se clasificaran a 5 participantes por cada género musical, independientemente si son solistas o grupos.

Una vez seleccionados los 5 participantes, la Comisión de Concurso tendrá que comunicarse con el representante de los solitas o grupos clasificados vía teléfono o correo electrónico.

- **Durante el concurso**

El personal del área administrativa tendrá que llegar al evento 4 horas de anticipación.

Verificar las correctas instalaciones de equipos (electrificación).

Llamar a los jurados para un recordatorio del evento.

Todos los finalistas deberán estar presentes media hora antes del inicio del concurso, con cargo a su descalificación sin lugar a reclamo.

El concurso se llevará a cabo el último día del festival, es decir, el día viernes a partir de las 12:00 horas, en el estacionamiento de Sociales de la Universidad Nacional San Agustín.

La comisión de Concurso verificará que la participación de los solistas o grupos clasificados sea tal cual fue su inscripción, sin variación en cuanto a participantes, tema o instrumentación.

El orden de la participación de los concursantes será sorteado el mismo día del concurso por la Comisión de Concurso.

Sólo habrá un ganador por cada categoría.

Todos los participantes seleccionados para el concurso recibirán un Certificado de Participación al finalizar el concurso.

- **Tiempo de duración**

Para la elaboración de este proyecto la temporalidad se detallara a continuación: El tiempo de duración para la ejecución de este proyecto es de un mes y medio y se mostrara en el siguiente cuadro:

Tabla 54 : Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	AÑO 2019																													
	Junio					Julio																				Agosto				
	1 SEMANA					2 SEMANA					3 SEMANA					4 SEMANA					5 SEMANA					6 SEMANA				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Convocatoria del personal	■	■	■																											
Evaluación de curriculum/entrevista				■																										
Determinación de funciones y capacitación al personal					■																									
Tramitar los permisos a la Universidad Nacional San Agustín						■	■	■																						
Tramitar el Certificado de Defensa Civil.							■	■	■																					
Armado de Módulo de centro de operaciones y módulo de Concurso										■																				
Compra de los recursos necesarios para implementar los módulos.										■																				
Solicitar voluntario de la Compañía de Bomberos											■																			
Mandar invitaciones a los músicos y jurado											■	■	■	■																
Enviará oficios de invitación al Ballet Folclórico y la Escuela de Artes de la UNS A.												■	■	■																
Buscar auspiciadores para el evento												■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Cotizar los precios de todos los proveedores (personal, infraestructura)													■	■	■	■	■													
Elaborar e imprimir la gigantografía y afiches														■	■	■														
Difundir el evento por medio de las redes sociales															■															
Firma de Contrato con los proveedores																■	■	■	■	■										
Distribución general de los espacios (módulos, escenario, auspiciador																			■	■	■									
Recibir inscripciones para el Concurso																					■	■	■	■	■					
Elaborar los certificado e imprimirlos para los participantes																						■	■							
Diseñar el programa																								■						
Realizar la preselección del concurso																									■					
Realización de la Conferencia de Prensa																										■	■			
1 día festival																												■		
2 día del festival																													■	
Día del concurso																														■

4.8. Recursos necesarios

a) **Recursos humanos:** Para la realización de Festival de música peruana se ha asignado dos áreas: Comisión Organizacional y la Comisión de Concurso.

- **Comité organizacional:** El comité organizacional estará encargado del desarrollo y ejecución del festival. Todos los que integren esta comisión deben contar con el conocimiento y experiencia suficiente en procesos de desarrollo de espectáculos, gestión, seguridad y administración. El comité organizacional estará conformado por 01 Coordinador General, 01 Tesorero y 01 Logística.

- **Funciones**

  Coordinador General: Es el responsable directo de toda la realización del Festival, así mismo es responsable de que todas las actividades se realicen en el tiempo exacto y con los recursos disponibles.

  - ✓ Realizar los permisos respectivos a la Universidad Nacional San Agustín.
  - ✓ Tramitar la Licencia de Defensa Civil.
  - ✓ Constante monitoreo del evento.
  - ✓ Promocionar el lanzamiento del Festival a través de una conferencia de Prensa.
  - ✓ Presentación del festival, palabras de honor al inicio y al final del evento.
  - ✓ Otorgar el certificado de participación.

- ✓ Monitoreo, análisis y evaluación para la planificación del próximo Festival.

Tesorero:

- ✓ Manejo del presupuesto general del Festival.
- ✓ Llevar el control de los gastos de todas las comisiones en base a facturas.
- ✓ Pagar a los proveedores sus respectivos honorarios.
- ✓ Invitar a instituciones y empresas públicas como privadas a participar como auspiciadores del Festival.
- ✓ Elaborar un listado de las instituciones y empresas que decidieron participar en el Festival.
- ✓ Elaborar un listado de los aportes de los auspiciadores. (dinero o bienes)
- ✓ Un informe final de los gastos totales del Festival.

Logística:

- ✓ Contactarse con los proveedores de los toldos, sillas y mesas, baños químicos, armado de módulo de concurso, módulos de comida.
- ✓ Contactarse con los proveedores del armado de escenario (estrado), equipos de sonido y verificar su correcta instalación.
- ✓ Verificar la correcta instalación del suministro eléctrico.
- ✓ Solicitar voluntario de la Compañía de Bomberos.

- ✓ Contratar el servicio de agentes de seguridad, agentes de limpieza y un electricista.
- ✓ Enviar oficios de invitación a los músicos y jurados para su participación al evento.
- ✓ Enviar oficio de invitación al Ballet Folclórico de la Universidad Nacional San Agustín para su participación al evento.
- ✓ Enviar oficio de invitación a la Escuela de Artes de la Universidad Nacional San Agustín para su participación al evento.
- ✓ Enviar oficios de invitación a la Asociación picantera.
- ✓ Distribución general de los espacios y diseño del festival.
- ✓ Designar los módulos de comida a cada restaurant-picantería.
- ✓ Designar un espacio respectivo a los auspiciadores para la colocación de su publicidad.
- ✓ Coordinar la seguridad y señalización.
- ✓ Colocación de depósitos para residuos.
- ✓ Ambientación y decoración del Festival.
- ✓ Elaborar e imprimir los afiches y gigantografía.
- ✓ Difundir el evento por medio de redes sociales.
- ✓ Diseñar el programa.

- **Comisión de Concurso:** En esta comisión estará encargada del desarrollo y ejecución de todo el concurso. Todos los que integren esta comisión deben contar con el conocimiento y experiencia suficiente en procesos de desarrollo de espectáculos, gestión, seguridad y administración, así como deseo de trabajo en

equipo y conocimiento en música. Esta comisión estará a cargo de 01 Coordinador Concurso y 01 asistente auxiliar.

Funciones:

- ✓ Monitoreo total del concurso.
- ✓ Contratar un maestro de ceremonia.
- ✓ Verificar la correcta instalación del escenario y los equipos de sonido.
- ✓ Recibir las inscripciones para el concurso.
- ✓ Realizar la preselección junto al Jurado respectivo.
- ✓ Después de la preselección, contactarse con los representantes de los grupos concursantes para comunicarles su participación en el Concurso.
- ✓ Mandar oficio de invitación a los músicos para su participación al evento.
- ✓ Contactarse con los músicos y su respectiva confirmación para su participación como jurado del evento.
- ✓ Verificar los datos de los concursantes, el día del concurso no puede haber ningún cambio, ni de canción, ni intérpretes, ni instrumentos.
- ✓ Diseñar el certificado de participación.

- **Personal de trabajo**

- ✓ Contratación de Maestro de ceremonias que amenice el festival
- ✓ Contratación de 02 agentes de seguridad
- ✓ Contratación de 02 agentes de limpieza
- ✓ Contratación de 01 electricista

b) Recursos materiales: Para la realización de Festival de música peruana los recursos materiales son los siguientes:

Tabla 55 : Recursos Materiales

	Recursos Materiales
Módulo de Concurso y Centro de Operaciones (prefabricados drywall)	
Computadora	
Mesa para equipo de trabajo	

Sillas para equipo de trabajo	
Carpas para stands de comida	
Escenario (Tarima y carpa)	

Equipos de sonido	
Mesas y sillas	
Sillas para el jurado	

Baños químicos	
Cableado industrial	
Credenciales	

Útiles de escritorio	
Botiquín	
Artículos de limpieza	
Depósitos de Basura	

Nota. Elaboración propia.

4.9. Presupuesto

Tabla 56 : Presupuesto Área administrativa

ÁREA ADMINISTRATIVA				
CONCEPTO	**UM**	**CANTIDAD**	**P.U.**	**P. TOTAL**
Coordinador General	Persona	1	1800.00	**1 800.00**
Tesorero	Persona	1	1300.00	**1 300.00**
Logística	Persona	1	1300.00	**1 300.00**
Coordinador Concurso	Persona	1	1500.00	**1 500.00**
Asistente auxiliar	Persona	1	950.00	**950.00**
TOTAL		**5**		**6 850.00**

Nota. Elaboración propia.

Tabla 57 : Presupuesto Recursos materiales

RECURSOS MATERIALES				
CONCEPTO	**UM**	**CANTIDAD**	**P.U.**	**P. TOTAL**
Instalación del módulo de Concurso y Centro de Operaciones		1	1800.00	**1 800.00**
Computadora			1250.00	**1 250.00**
Mesa para equipo de trabajo		2	120.00	**240.00**
Sillas para equipo de trabajo		5	78.00	**390.00**
Carpas para stand de comida		10	230.00	**2 300.00**
Instalación del escenario		1	2000.00	**2 000.00**
Alquiler de equipos de sonido y su respectiva instalación			1400.00	**1 400.00**
Alquiler de mesas		20	19.00	**380.00**
Alquiler de sillas		80	5.00	**400.00**
Alquiler de sillas para el jurado		3	20.00	**60.00**

Instalación de baños químicos		2	400.00	**800.00**
Cableado industrial		1	420.00	**420.00**
Gigantografía		1	140.00	**140.00**
Afiches	medio millar		175.00	**175.00**
Elaboración de programa	1 millar		100.00	**100.00**
Credenciales a cada uno de la comisión		6	5.00	**30.00**
Certificados a los participantes		2	3.00	**60.00**
Útiles de escritorio			45.00	**45.00**
Llamadas telefónicas			160.00	**160.00**
Movilidad			100.00	**100.00**
Botiquín		1	25.00	**25.00**
Artículos de limpieza				**45.00**
Depósitos de basura		4	35.00	**140.00**
Imprevistos			500.00	**500.00**
TOTAL				**12960.00**

Nota. Elaboración propia.

Tabla 58 : Presupuesto del personal de trabajo

PERSONAL DE TRABAJO				
CONCEPTO	**UM**	**CANTIDAD**	**P.U.**	**P. TOTAL**
Músicos	Persona	10	100.00	**1 000.00**
Maestro de ceremonias	Persona	1	250.00	**250.00**
Agentes de seguridad	Persona	2	160.00	**320.00**
Agentes de limpieza	Persona	2	150.00	**300.00**
Electricista	Persona	1	120.00	**120.00**
TOTAL		**6**		**1 990.00**

Nota. Elaboración propia.

Tabla 59 : Presupuesto de premios

PREMIOS					
CONCEPTO	**HUAYNO**	**YARAVÍES**	**MARINERAS**	**VALSES**	**TOTAL**
Primer puesto	500.00	500.00	500.00	500.00	**2000.00**
Segundo puesto	250.00	250.00	250.00	250.00	**1000.00**
Tercer puesto	100.00	100.00	100.00	100.00	**400.00**
TOTAL	**850.00**	**850.00**	**850.00**	**850.00**	**3400.00**

Nota. Elaboración propia.

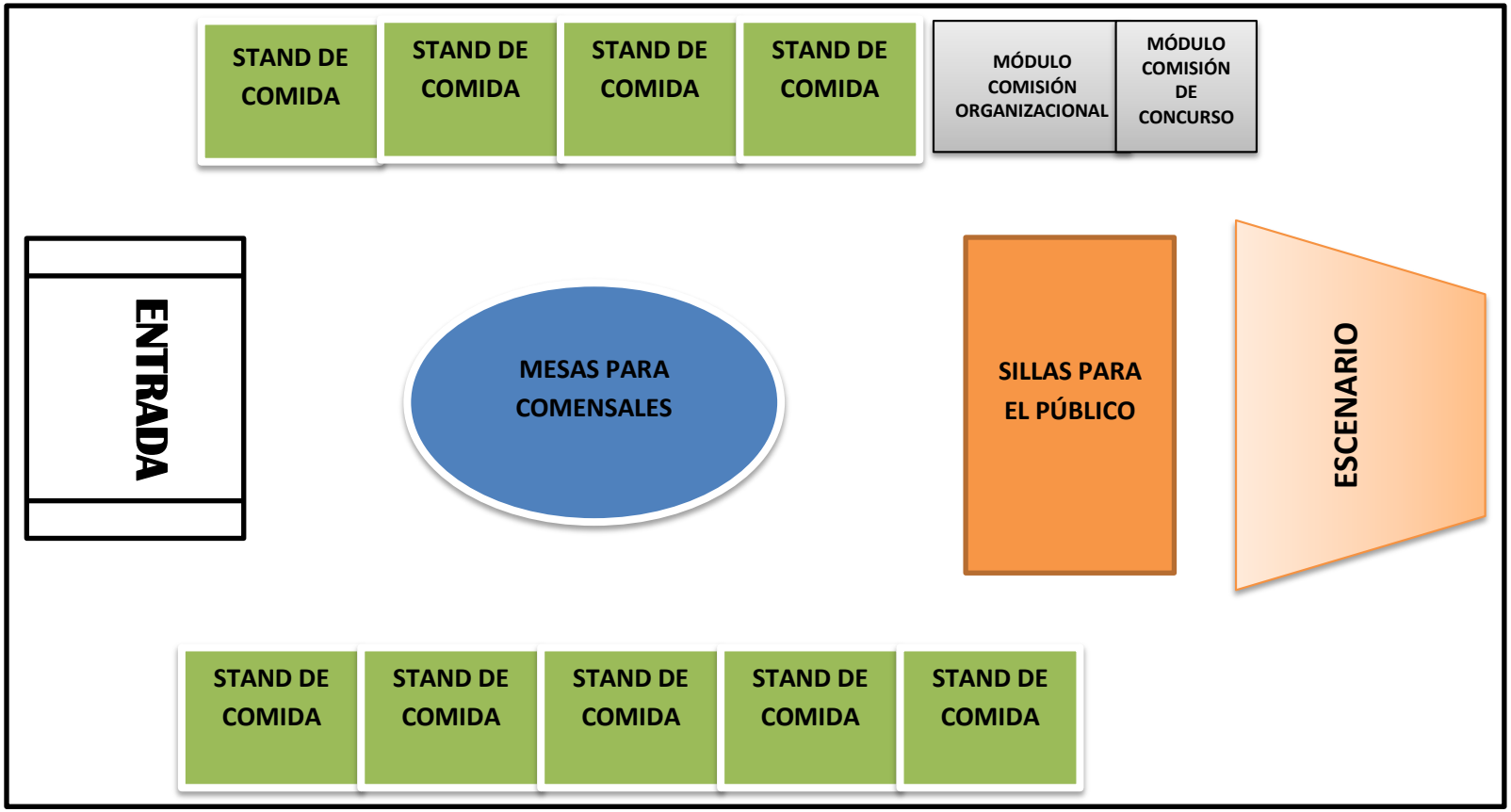
Tabla 60 : Resumen de Gastos

RESUMEN COSTO TOTAL	
CONCEPTO	S/.
Recursos humanos. Área administrativa	**6 850.00**
Personal de trabajo	**1 990.00**
Recursos materiales	**12 960.00**
Premios otorgados	**3 400.00**
TOTAL	**25 200.00**

Nota. Elaboración propia.

Financiamiento: Siendo un proyecto de carácter académico y cultural, la financiación de este proyecto estará a cargo de la Universidad Nacional San Agustín, gestionado por la Escuela Profesional de Turismo.

Tabla 61 : Croquis del evento



Nota. Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Primera.- El Nivel de Conocimiento de la música tradicional por parte de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería es medio, se puede entender que esta información recae en la distancia que existe entre la música y los estudiantes, pues han recibido poca información, su limitada asistencia a eventos culturales y poco atractivo por escuchar géneros musicales tradicionales. Por otro lado, la identidad cultural que presentan los estudiantes de Turismo y Hotelería es media, porque tienen una parcial identificación y valoración a las expresiones culturales. Así mismo el coeficiente de correlación de Spearman es de 0,524, lo que indica que existe una correlación positiva y directa entre estas dos variables, es decir, si el nivel de conocimiento de la música en los estudiantes aumenta, su identidad cultural también lo hace. Por consiguiente el nivel del conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Segunda.- El sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería a sus expresiones culturales es media, esta información recae en la limitada práctica, valoración e identificación que tienen los mismos estudiantes con sus tradiciones, acontecimientos históricos y valores. Así mismo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,592 indica que existe una correlación positiva y directa entre estas dos variables, es decir, si el nivel de conocimiento de la música aumenta en los estudiantes, su sentido de pertenencia a sus expresiones culturales también lo hace. Por consiguiente el nivel de conocimiento de la música tradicional influye significativamente en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Tercera.- El autoconcepto de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería es alto, es decir, los estudiantes tienen un autoconcepto positivo de sí mismo, al margen de su conocimiento sobre alguna expresión cultural. Así mismo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,031 indica que existe una relación muy baja entre las dos variables. Por consiguiente el nivel de conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Cuarta.- Las expresiones verbales de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería es alta, es decir los estudiantes aceptan, practican y valoran sus expresiones como la lengua, el idioma y dialecto. Así mismo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,019 indica que existe una relación muy baja entre las variables. Por consiguiente el nivel de conocimiento de la música tradicional no influye significativamente en la lengua de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

Quinta.- El sentido de pertenencia a las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería es media, esta información recae en la limitada práctica, valoración e identificación que tienen los mismos estudiantes con las fiestas tradicionales, danzas folclóricas, gastronomía, mitos y leyendas. Así mismo el coeficiente de correlación de Spearman de 0,601 indica que existe una correlación positiva y directa entre estas dos variables, es decir, si el nivel de conocimiento de la música tradicional aumenta en los estudiantes, su sentido de pertenencia también lo hace. Por consiguiente el nivel de conocimiento de la música tradicional influye significativamente en las manifestaciones culturales de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín.

RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda que las instituciones educativas, otorguen información a los estudiantes sobre la música tradicional, pero sobre todo crear espacios sociales donde los jóvenes puedan interactuar con el arte en general.

2.- Se recomienda a la Universidad Nacional San Agustín, dar espacios sociales para realizar festivales, recitales de música, y demás eventos con la finalidad que las nuevas generaciones conozcan las manifestaciones musicales del Perú.

3.- Se recomienda que las instituciones públicas o privadas (Municipios, Gobiernos Regionales y otros) diseñar e implementar proyectos o actividades durante todo el año que incentiven la difusión de géneros musicales tradicionales.

4.- Se recomienda a las instituciones privadas como nacionales apoyar a los músicos de las nuevas generaciones que en su afán de preservar la música, realizan fusiones de géneros musicales tradicionales con estilos y formas modernas.

5.- Se recomienda la creación de un Museo y Centro Cultural Artístico para la difusión de la cultura tradicional, especialmente de su música, donde se realice un centro de difusión de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, R. A. (2013). La música y su rol en la formación del ser humano.

Aranguren, G. (2016). *Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural de Arequipa y la Identidad Cultural en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María, Arequipa 2016".* Tesis de Licenciatura recuperado de http://renati.sunedu.gob.pe

Arbonies, Á., & Calzada, I. (2004). *El poder del conocimiento tácito. por encima del aprendizaje organizacional.*

Arguedas, J. M. (1977). *Nuestra música popular y sus intérpretes.* Lima.

Arias, D. (2014). *¿Cómo redactar una tesis y el artículo científico según estilo?* Lima.

Baby, Y. (2015). Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* .

Baldelomar, I. (2013). *Identidad cultural, imagen turística y la Danza de la Diablada en la ciudad de Oruro".* Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia. Tesis recuperado de http://.repositorio.umsa.bo/handle

Benites, M., Maque, O., Altuna, H., Prado, L., & Tejada, S. (2018). *Proyecto Curricularde la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería 2017-2021.*

Bentolila, H. (2011). Conocimiento científico, interpretación y experiencia. *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 73-82.

Carpio, J. (2014). *El Pendón Musical de Arequipa.* Lima: Adrus D&L Editores S.A.C.

Cipaguata, D., & Roa, L., (2016). *Estrategia Didáctica para Contribuir a la Identidad Cultural Desde La Música Llanera A Través De Encuentros De Saberes Con Estudiantes De Distintas Culturas Urbanas.* Tesis recuperado de http://.docplayer.es/47664963

COLITUR. (2018). *Colegio de Licenciados de Turismo del Perú* .

Córdova, I. (2014). *El informe de investigación Cuantitativa.* Lima: San Marcos.

Cornejo, M. (2012). *Música popular tradicional del Valle del Chili.* Lima: Theia.

Deiavenay, É. (1974). *Por el libro* . Paris: UNESCO.

Delgado, R. (2001). Comida y cultura: identidad y significado en el mundo Contemporáneo. *Estudios de Asia y África*, 83-108.

Diaz, G. (2015). *El entorno social, un factor de influencia en la identidad cultural de los estudiantes migrantes de la Universidad Peruana Unión.* Universidad Peruana Unión, Lima.

Domínguez, L., Muñoz, L., & Castro, A. (2006). *Sentido y significado de la música en adolescentes varones de un establecimiento de enseñanza.* Chile.

Echevarría, J. (2011). La educación en valores de la identidad nacional y cultural en el contexto actual. *Varona*, 18-24.

Eustaquio, R., & Vadez, E. (2015). *Influencia de la música folklórica en el fortalecimiento de la Identidad Cultural en los niños de 5 años de la I.E. N° 1564 "Radiantes Capullitos Urb. Chimú-Trujillo - 2015"*. Tesis recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe

Flores, G. (2009). *"Nuestro Sonido Tradicional lo estamos distorsionando". Pasado y presente de la música tradicional y las Bandas de viento en Tingambato, Michoacán*. Relaciones. Estudios de historia y sociedad, 267-296.

Fuller, N. (2008). *Turismo y cutlura: Entre el entusiasmo y el recelo.* Lima: Pontifica Universidad Católica del Perú. .

Hechavarría, ,. R., & Piclín, J. (2010). El desarrollo de la identidad cultural mediante el estudio del patrimonio histórico y su vínculo con la historia local. *Edusol*, 77-87.

Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2006). *Metodología de la investigación.* México.

Hormigos, J., & Cabello, A. (2004). *La construcción de la identidad juvenil a través de la música.* Universidad Rey Juan Carlos.

Lebrún, A. M. (2015). *La educación formal, no formal e informal: una tarea pendiente en los museos del Perú.* Universidad Femenina del Sagrado Corazón. , Lima.

Megías, I., & Rodríguez, E. (2001). *La identidad juvenil desde las afinidades musicales.*

Mercado, A., & Hernández, A. (2009). *El proceso de construcción de la identidad colectiva.*

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 69-84.

Moret, C. (2008). Actitudes de los adolescentes hacia la realidad multicultural en el Principado de Andorra. *Tesis.* Universidad de Murcia, Murcia.

Naranjo, M. L. (2007). *Autoestima: Un factor relevante en la vida de la persona y tema esencial del proceso educativo.* Cost Rica.

Nonaka, I., & Takeuchi, H., (1995) *La organización creadora de conocimiento*. México.

Pacheco, M. (2015). *Influencia de géneros musicales con contenidos andinos en los componentes de la Identidad Nacional Peruana, 2015.* Tesis recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe

Pareja, L. (2013). *Arequipa y su Música: 100 años de Discografía Musical.* Arequipa.

Peluffo, M. (2010). *Gestión del conocimiento tácito: buenas prácticas y lecciones aprendidas en la internacionalización.* México.

Petrozzi, C. (2009. *La música orquestal peruana de 1945 a 2005 Identidades en la diversidad.* Universidad de Helsinki Instituto de investigación de las artes, Helsinki .

Pineau, F. (2011). La (re)construcción de las identidades en la música popular andina en Perú: un campo de disputa y negociación cultural. *Revista Ensayos Pedagógicos*.

Ponjuán, G. (2011). *La gestión de información y sus modelos representativos. Valoraciones.* Instituto de Información Científica y Tecnológica, La Habana.

Ramírez, A. (2009). *La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual.* Universidad Nacional Mayor de San Marcos., Lima.

Ramírez, J. (2006). Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social. *Sociológica*.

Revilla, S. (2011). *Música e identidad: adaptación de un modelo teórico.*

Rojas de Rojas, M. (2004). *Identidad y cultura.* Mérida: Educere.

Rosental, M., & Iudin, P. (1973). *Diccionario filosófico marxista.* Montevideo.: Pueblos Unidos.

Suarez, A. (2010). C*onstrucción de memoria colectiva a través de la musica la experiencia del movimiento de las madres de plaza de mayo.* Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

UNESCO, (2005). *Líneas Generales. Cultura.*

UNESCO, (2008). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural.*

UNESCO, (2010). *Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.*

Vara, H. A. (2010). *Manual breve para los tesistas de Administracion, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing.* Lima: Universidad San Martin de Porres.

Varallanos, J. (1989). *El Harawi y el Yaraví. Dos canciones populares.* Lima.

Vega, H. *La música tradicional mexicana: entre el folclore, la tradición y la world music.* Universidad Autónoma de México, México.

Vera, A. (2008). *El vals arequipeño escrito en pentagrama.* Arequipa.

Vizcarra, T. (1972). *Arequipa en ni recuerdo.* Arequipa.

Zambrano, W. (2009). *La lengua: Espejo de la identidad.*

APÉNDICE A

Encuesta aplicada a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería

MODELO DE ENCUESTAS A REALIZAR EN LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

No.

El presente cuestionario tiene como finalidad aportar en un proyecto de investigación vinculado a la Música tradicional y la identidad de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería. Sírvase dar respuesta al siguiente cuestionario, marque con (x) las alternativas que considere conveniente. Las encuestas son anónimas.

1. Datos Generales:

1.1. Ciudad de origen: _____

1.2. Edad: (17 – 20) (21-24) (25-28) (29 a más)

1.3. Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

1.4. Año en curso: _____

Conocimiento de la música tradicional: Conocimiento explícito:

ITEMS	NUNCA	MUY POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
2.1. En su institución educativa (primario, secundario), ¿Recibió información sobre la música tradicional?	1	2	3	4	5
2.2. ¿En su escuela profesional recibió información sobre la música tradicional?	1	2	3	4	5
2.3. Por su propia cuenta, ¿Ha leído algún texto, documento o libro relacionado con la música tradicional?	1	2	3	4	5
2.4. ¿Existe un manejo de información acerca de la música tradicional en su escuela profesional?	1	2	3	4	5
2.5 ¿Considera que la televisión le brinda información sobre la música tradicional?	1	2	3	4	5
2.6. ¿Usted ha escuchado música tradicional en las emisoras radiales?	1	2	3	4	5
2.7. ¿Usted ha encontrado información en la internet sobre la música tradicional?	1	2	3	4	5
2.8. ¿Usted ha encontrado información en la prensa escrita (periódico, revista) sobre la música tradicional?	1	2	3	4	5

3. Conocimiento tácito:

3.1. ¿Con qué frecuencia usted asiste a eventos sociales relacionados con la música tradicional?	1	2	3	4	5
3.2. ¿Con qué frecuencia usted escucha huayno?	1	2	3	4	5
3.3. ¿Con qué frecuencia usted escucha yaraví?	1	2	3	4	5
3.4. ¿Con qué frecuencia usted escucha marinera?	1	2	3	4	5
3.5. ¿Con qué frecuencia usted escucha vals?	1	2	3	4	5
3.6. Cuando escucha música tradicional, ¿Le da importancia a la letra de la canción?	1	2	3	4	5
3.7. Cuando escucha música tradicional, ¿Le da importancia al ritmo de la canción?	1	2	3	4	5
3.8. ¿Sus padres le transmitieron el gusto por la música tradicional?	1	2	3	4	5
3.9. ¿Tiene una atracción por escuchar música tradicional?	1	2	3	4	5
3.10. Cuando escuchas música tradicional ¿Te genera emociones positivas?	1	2	3	4	5

4. Identidad cultural: Sentido de pertenencia:

4.1. ¿Usted pone en práctica las tradiciones de su localidad?	1	2	3	4	5
4.2. ¿Usted se identifica con las tradiciones de su localidad?	1	2	3	4	5
4.3. ¿Usted conoce los acontecimientos históricos de su localidad?	1	2	3	4	5
4.4. ¿Usted pone en práctica los valores que le han sido inculcados de niño o adolescente?	1	2	3	4	5

5. Autoconcepto:

5.1. ¿La vestimenta que utiliza es parte de su Identidad Cultural?	1	2	3	4	5
5.2. ¿Usted es aceptado por los miembros de su entorno social?	1	2	3	4	5
5.3. ¿El género musical que escucha le genera emociones positivas?	1	2	3	4	5

6. Lengua:

6.1. ¿Considera que el idioma es parte de su identidad?	1	2	3	4	5
6.2. ¿Cuándo escucha una canción, prefiere que sea en su lenguaje natal?	1	2	3	4	5
6.3. En la universidad ¿Habla con su dialecto sin temor a burlas?	1	2	3	4	5

7. Manifestaciones culturales:

7.1. ¿Asiste a las fiestas tradicionales de su localidad?	1	2	3	4	5
7.2. ¿Se identifica con las danzas de su localidad?	1	2	3	4	5
7.3. ¿Se identifica con la música tradicional de su localidad?	1	2	3	4	5
7.4. ¿Usted asiste a los eventos gastronómicos de su localidad?	1	2	3	4	5
7.5. ¿Usted considera que los mitos y leyendas de su localidad son parte de su identidad?	1	2	3	4	5

GRACIAS POR SU AYUDA.

APÉNDICE B

Ficha de Validación de instrumento

SOLICITUD DE VALIDACIÓN DIRIGIDA A EXPERTOS EN:

Turismo y música.

Lic.
Presente

Reciba un cordial saludo

Motivado a su reconocida formación profesional, me complace dirigirme a usted en solicitud de su valiosa colaboración para la validación del cuestionario que anexo, el mismo servirá para recolectar información relativa a la investigación denominada: Influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, 2018, que será presentado para optar al grado de Licenciada en Turismo y Hotelería.

Asimismo, anexo un pequeño resumen de la presente investigación para una rápida comprensión y validación del instrumento.

Agradeciendo su valiosa colaboración en el desarrollo e impulso de la investigación, me suscribo.

Muy Cordialmente,

Arequipa, 22 de abril de 2018

Edith Ccasa Cabrera

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Cuestionario I

APRECIACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	**Excelente**	**Bueno**	**Regular**	**Deficiente**
Presentación del Instrumento				
Claridad en la redacción de los ítems				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de la aplicación				

Observaciones:

Validado por:

Profesión:

Lugar de Trabajo:

Cargo que desempeña:

Lugar y fecha de validación:

Firma:

APÉNDICE C

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Se ha utilizado la correlación de Spearman, porque las variables no siguen una distribución normal y se ha utilizado la Escala de Lickert en el cuestionario.

Para poder aceptar o rechazar la hipótesis nula, se ha tomado en cuenta el siguiente criterio basado en Córdova (2017), en su libro de "El Informe de Investigación Cuantitativa". Para decidir en aceptar o rechazar la hipotesis nula H_0, el valor de "p" es comparado con el nivel de significación "a".

Donde: p= es un parámetro que se obtiene con el programa estadístico (SPSS version 23) para la relación significativa entre el Nivel de conocimiento de la música tradicional y la Identidad Cultural.

CONDICIÓN	DECISIÓN
Si p<a	Se rechaza la hipótesis nula
Si p>a	Se acepta la hipótesis nula

Fuente: El informe de investigación cuantitativa de Córdova (2014)

CONDICIÓN	DECISIÓN
Si p<0,05	Se rechaza la hipótesis nula
Si p>0,05	Se acepta la hipótesis nula

Fuente: El informe de investigación cuantitativa de Córdova (2014)