



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Influencia de la transculturación de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II Semestre del año 2017

Trabajo de Seminario de Graduación

para optar

al grado de

Licenciado en Ciencias de la Educación con mención en

Ciencias Sociales

Autores

Erika del Carmen Velásquez Zamora

Marlon José Rugama Centeno

Libet Tórrez Hernández

Tutora

Lic. Gioconda Ordóñez Hernández

Estelí, 13 de enero de 2018



TEMA

Influencia de la transculturación de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes del casco urbano y 3 comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017.

Agradecimiento

Agradecemos especialmente a Dios, Ser Supremo dador de la vida que nos ha dado sabiduría y entendimiento en nuestro diario caminar, para superar todas las brechas que se nos han presentado durante estos cinco años de lucha incansable.

A nuestros padres y familiares que han estado de la mano para brindarnos su apoyo incondicional, motor que nos ha impulsado a seguir adelante para culminar nuestra carrera.

A nuestra Alma Mater, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua-FAREM-Estelí, por la oportunidad que nos regaló para cumplir y hacer realidad nuestros sueños en la formación profesional y humanística.

A nuestros maestros, por ser luz y ejemplo a seguir, además, por su dedicación y entrega a su labor docente en cada una de las disciplinas impartidas y por su empeño en la formación de profesionales emprendedores y capaces de continuar con la misión educativa.

Resumen

Esta investigación surge debido a la situación reiteradamente observada en los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, la cual es la transculturación de la identidad cultural, en donde primeramente se observó en los jóvenes, que posteriormente fueron sujetos de investigación, actitudes inclinadas al proceso de cambio de cultura

La vida social de los y las jóvenes del municipio sigue siendo influenciada por transculturación; por ejemplo, las redes sociales, elemento que se adentra a diario en distintos lugares y de diversas maneras en la población; por lo tanto, es importante realizar este trabajo investigativo, ya que la mayoría de influenciados son jóvenes, los que dedican tiempo para interactuar con otras personas con fines no culturales. A partir de ello surge la preocupación de analizar las influencias de la transculturación en la identidad cultural de los jóvenes.

Esta investigación tiene como tema “Influencia de la transculturación en la identidad cultural de los jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo Semestre del año 2017”.

Para realizar la investigación con los jóvenes fue necesario recolectar información, mediante la aplicación de entrevistas, grupo focal y Escala Likert.

Entre los resultados obtenidos es evidente que los jóvenes manifiestan actitudes transculturales; ellos/ellas presentan poco conocimiento y entusiasmo acerca de la cultura nacional, consolidando su preferencia por el comercio y productos llamativos ofrecidos por diferentes transnacionales, también la publicidad desarrolla en los jóvenes un nivel de pensamiento altamente consumista, por lo que los jóvenes sienten la necesidad de estar estrechamente relacionados con el mundo tecnológico, el cual genera desconocimiento de su contexto nacional.

Es necesario que se fomente en la juventud actual el interés de conocer y practicar la cultura nicaragüense, a la vez infundir en los mismos valores patrióticos que les permitan enriquecer sus conocimientos y así lograr una amplitud en sus actitudes y aptitudes, las cuales brinden espacios a la preservación de la identidad cultural, para luego transmitirla a las generaciones venideras.

INDICE

| | |
|---|----|
| I. Introducción..... | 7 |
| 1.1.-Antecedentes..... | 9 |
| 1.2 Descripción del problema..... | 15 |
| II.- Objetivos..... | 18 |
| 2.1.- Objetivo General | 18 |
| 2.2.- Objetivos Específicos | 18 |
| III. Marco Teórico..... | 19 |
| Capítulo 1: Identidad | 19 |
| 1.1 Conceptualización de identidad | 19 |
| 1.2 Identidad Nacional | 21 |
| 1.3 Identidad Cultural | 23 |
| 1.3 Conceptualización de cultura | 24 |
| 1.4 Valores como esencia cultural | 27 |
| 1.5 Patrimonio cultural | 29 |
| Capítulo 2. Transculturación | 31 |
| 2.1 Conceptualización de transculturación | 31 |
| 2.3 Factores que inciden en la transculturación | 33 |
| 2.4 Consecuencias de la transculturación en los jóvenes. | 41 |
| Capítulo 3. Marco Legal de la Cultura | 44 |
| 3.1 Leyes que rigen la conservación de la cultura | 44 |
| IV.- Diseño Metodológico..... | 51 |
| 4.1) Tipo de investigación: El | 51 |
| 4.2) Tipo de estudio: | 51 |
| 4.3) Método de la investigación: | 51 |
| 4.4) Área de estudio: | 51 |
| 4.4.1) Área Geográfica: | 51 |
| 4.4.2) Área del conocimiento: | 51 |
| 4.5) Sujetos de investigación: | 52 |
| 4.7) Métodos e Instrumentos utilizados: | 52 |
| 4.8) Análisis de los datos | 53 |
| V. Análisis y discusión de Resultados..... | 67 |

| | |
|--|-----------|
| 5.1 Aspectos transculturales y situación actual de la identidad Cultural en los jóvenes. | 67 |
| 5.2 Factores que inciden en la Transculturación de la identidad cultural | 71 |
| 5.3 Consecuencias de la Transculturación de la Identidad Cultural..... | 73 |
| 5.4.-Acciones propuestas para promoción de la Identidad Cultural..... | 75 |
| VI. Conclusiones | 77 |
| VII. Recomendaciones..... | 79 |
| VII Bibliografía..... | 80 |
| VII Anexos..... | 82 |

I. Introducción

La presente investigación lleva por título “Influencia de la transculturación en la Identidad Cultural en los jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas, según (Samuel Huntington 1997) “Las personas definen su identidad por lo que no son; a medida que el incremento de las comunicaciones, el comercio y los viajes multiplican las interacciones” Huntington (1997).

En esta época con regularidad encontramos transculturación en los jóvenes, siendo un problema que está influido por una serie de circunstancias políticas, sociales, económicas, culturales y familiares.

En el presente trabajo, se aborda la temática que tiene gran relevancia e impacto social en la población juvenil del municipio de San Sebastián de Yalí ya que ha devastado la riqueza de la identidad cultural. La transculturación es un problema social que perjudica el desarrollo cultural de los pueblos; también afecta la formación de autoestima y la organización personal.

De aquí surge este tema de investigación a raíz de lo que se evidencia en la sociedad y como principales protagonistas de estas modificaciones de la cultura sobresalen los jóvenes que son los primeros en practicar costumbres y tradiciones de otros lugares.

La familia desempeña un papel muy importante para lograr la formación integral de los jóvenes con actitudes y aptitudes que le permitan enfrentarse a diferentes circunstancias y retos socioculturales que se le presentan en el entorno donde convive y se desenvuelve.

Cabe destacar que los principales propósitos que se destacan en esta investigación son: describir la situación actual de la identidad cultural en los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí; Identificar aspectos transculturales en las actitudes de los jóvenes; Especificar los factores que influyen en la transculturación de la identidad cultural en los jóvenes y explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los jóvenes.

Se abordan aspectos importantes que inciden en la transculturación y que son de vital importancia, en donde se vivencian día a día en los jóvenes en la actualidad, por lo tanto, será de gran importancia para despertar el interés en los jóvenes por su propia cultura.

Los jóvenes son los principales modificadores de la identidad cultural por lo tanto son los aportadores de información verídica para la investigación, recolectándose mediante estrategias

e instrumentos como: entrevistas a jóvenes universitarios, haciendo visitas de manera directa a sus centros de formación superior, aplicación de escala Likert a jóvenes con bajo nivel académico residentes dentro del espacio de estudio donde se aborda la temática planteada.

Se agrupó a jóvenes estudiantes de secundaria con quienes se compartió el tema de investigación, mediante grupo focal permitiendo obtener conocimientos previos que los jóvenes poseen acerca del tema y visualizar actitudes que se transmiten mediante la transculturación en los jóvenes que brindaron información al respecto.

Posteriormente se procesó la información a través de matrices y tablas que facilitaron el análisis y triangulación de resultados, proveniente de los datos que los estudiantes expusieron ante la situación presentada. Los datos procesados y analizados permitieron identificar los principales hallazgos; los jóvenes tienen conocimientos sobre otras culturas, pero desconocen la identidad cultural de su país.

Finalizada la investigación se concluyó que sí existe transculturación en los jóvenes en el municipio de San Sebastián de Yalí, lo cual afecta la cultura nacional, dando oportunidad a la transición de nuevas costumbres y tradiciones.

Por lo tanto, se recomienda a docentes, líderes comunales y padres de familia compartir la importancia que tiene la conservación de la cultura que se posee de tiempos antiguos mediante la lectura e interpretación que contiene esta investigación.

1.1.-Antecedentes

La Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua presenta un trabajo sobre rasgos identitarios de la cultura popular nicaragüense presentes en las letras de la Cuneta Son Machín, en el año 2015, Siendo los autores Bra.: Jaoska Rossana Ordóñez Aguilar y Bra.: Darling Jazmín Pérez Vallecillo.

La tesis tuvo como objetivo conocer el aporte que el grupo musical “La Cuneta Son Machín” brinda a la identidad nicaragüense por medio de sus canciones y estas fueron sus conclusiones:

A) Se analizan las canciones que son de autoría del grupo para demostrar el aporte a la identidad nicaragüense, ya sea de forma explícita o implícita en sus letras.

B) Se realizó un análisis semántico de las seis melodías del grupo. En ellas, se infiere lo nicaragüense, los usos lingüísticos, la gastronomía, las creencias, costumbres y tradiciones. Uno de los puntos observados, es el aspecto social al que aluden. En la canción la Caponera, describen la situación del transporte en nuestro país, donde se destaca la importancia que tiene la caponera y cómo estas son capaces de llegar a lugares recónditos, urbanos y rurales. El transporte sigue siendo un problema social muy sentido por la población.

C) Se reafirma que La Cuneta son Machín emplea un léxico popular en sus canciones, sirve de soporte a la identidad, sea esta gastronómica, ideológica o lingüística.

D) En las seis composiciones musicales de La Cuneta Son Machín analizadas predomina el uso de las figuras retóricas como la metáfora, anáfora, alusión, personificación, hipérbole, hipérbaton, símil o comparación, reiteración, además de la adjetivación, metonimia y sobre todo hay un predominio de las imágenes visuales, olfativas y gustativas, entre otras. En cinco de ellas, abordan el tema de la mujer, desde diferentes perspectivas, destacan lo trabajadora, ambiciosa y/o traicionera que puede ser, pero de estos rasgos el que más predomina es el de la mujer trabajadora.

E) Se constató la presencia de intertextos en las canciones, con lo cual concluimos que retoman cantautores, lógicamente desde otra perspectiva, ellos ponen su rasgo original y creativo en sus composiciones. En la canción El Patebolsa encontramos elementos supersticiosos, se hace referencia a uno de los hechizos realizados, tanto por hombres como por mujeres, como es “la sopa de calzón”; por otro lado, se alude a los Pueblos Blancos, que es el lugar donde se lleva a

cabo este tipo de trabajo que se menciona en la canción. Así mismo se puede notar que El Patebolsa expone a la sociedad la infidelidad femenina, pero ignora la masculina. La sociedad recrimina a la mujer infiel y se condele del hombre abandonado y engañado por su mujer. Esta composición evidencia claramente la vigencia de estos comportamientos sociales.

F) La gastronomía está reflejada en la canción Amor Fritanguero, donde hacen la incorporación de la fritanga dentro de la música. Destacan que al nicaragüense le gusta la comida recargada de grasa, como la enchilada, el maduro frito con queso, la torta de papa, el cerdo frito, el gallo pinto, entre otros, y este tipo de comida la podemos encontrar en estos puestos de fritangas. Otro rasgo de identidad lo encontramos en la Gigantona y el Enano Cabezón pudieron ver cómo estos personajes han ido cambiando con el tiempo, ya no son sus coplas llenas de rima e ingenio, sino que son burlescas y denigrantes, a veces muy hirientes.

La devoción Mariana, también la encontramos en la producción de La Cuneta, rasgo que retoman de lo cotidiano de nuestra sociedad. En cuanto al Son Nica hay una clara presencia de él. Aunque ellos fusionan los elementos con la marimba. También pudieron constatar que hay un interés por estereotipar al nicaragüense por su forma de vestir, de pensar y de ser, algo que se vuelve complejo, porque los nicaragüenses difícilmente adoptan una forma única. Respecto al habla popular recogen los vicios de los usuarios, es decir elementos que caracterizan a la población nicaragüense en especial a los de las zonas rurales quienes hacen uso excesivo del yeísmo.

G) La Cuneta Son Machín aporta con su música a la identidad nicaragüense. Abordan problemáticas culturales y sociales, así mismo promueven el gusto por lo nuestro y la integración social. Ordoñez (2015)

Señalan que a todo lo planteado es necesario darle seguimiento, porque la situación actual de los jóvenes nicaragüenses es un tema de interés social al cual no se le ha brindado su debida importancia.

Otro antecedente presentado por la Universidad Autónoma de Nicaragua, UNAN- Managua en la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM- Estelí, es la tesis “Juegos de Ronda Nicaragüenses, una propuesta que desarrolla la identidad cultural en niños y niñas de 3 a 6 años del preescolar Hogar Vida y Esperanza del barrio Oscar Turcios, Estelí (II semestre 2014), sus autores fueron Yessenia Solís Soza, María José Cordonero Rugama y Francis Marilec Mairena.

Los objetivos que se plantearon fueron:

Dimensionar el juego de ronda como expresión cultural y recurso didáctico en el aprendizaje de niños y niñas del preescolar Hogar Vida y Esperanza.

Identificar contribuciones del juego de ronda como estrategia didáctica en la educación de niños(as) del preescolar Hogar Vida y Esperanza.

Describir beneficios que proporciona el juego de ronda a la formación de la identidad cultural de niños y niñas de 3-6 años del preescolar Hogar Vida y Esperanza.

La principal conclusión fue que los juegos de rondas tradicionales se utilizan como estrategia metodológica para desarrollar temáticas que se imparten y viven diariamente los niños de preescolar Hogar Vida y Esperanza.

Otro antecedente de relevancia para esta investigación es la que se realizó en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua, FAREM-Estelí, titulado “Influencia de la globalización en la identidad lingüística cultural de los estudiantes de secundaria en el II semestre del turno vespertino del colegio Inmaculada Concepción Fe y Alegría en la ciudad de Ocotal en el año 2007”, siendo los autores Yerlin del Carmen Vílchez Vílchez, Gledis del Socorro Vílchez Vílchez, Nahama Saraí Vílchez Vílchez, siendo su objetivo general, valorar la influencia de la globalización en la identidad lingüística cultural de los estudiantes en el II semestre del turno vespertino del Colegio Inmaculada Concepción Fe y Alegría en la ciudad de Ocotal, proponiéndose como objetivos específicos identificar las expresiones lingüísticas producto de la globalización que inciden en la identidad cultural, describir la utilización de expresiones lingüísticas que caracterizan a los estudiantes, determinar las expresiones por los estudiantes en el ámbito personal, político, tecnológico a causa de la globalización y comparar las expresiones lingüísticas entre la identidad local y la identidad global.

Como conclusiones expusieron que este trabajo dejó grandes lecciones que en un futuro serán objeto de otros estudios con la finalidad de reforzar los elementos de identidad, influencia dada por la globalización lingüística cultural aspecto que abordaron y que les permitió valorar la influencia de la misma. En la identidad de las expresiones lingüísticas encontramos anglicismos empleados como préstamos, algunos ya hispanizados, otros no, porque tienen su analogía en español.

La lengua es el primer factor de identidad cultural y el más afectado por el contacto por los pueblos. Las lenguas no viven aisladas y tarde o temprano una comunidad lingüística entra en

contacto con otras que hablan idiomas diferentes y de ese contacto obtendremos muchas voces y se producen una mezcla de cultura.

El extranjerismo y el neologismo no son, en sí, un mal para el idioma; pero debe estudiarse el empleo para evitar voces que no sean la necesidad “otra razón muy obvia para el préstamo cual es el caso de las voces técnicas”. La cultura actual está determinada más que por las humanidades, por el tecnicismo y aun el mecanismo, es decir por los avances de la ciencia y la tecnología general.

La ciencia y la tecnología imponen nuevas voces lo que obliga a hacer un estudio más profundo al léxico que se va originando de los fenómenos políticos y económicos que se desarrollan en el ámbito global.

Los maestros y maestras deben transformarse en agentes críticos frente al proceso de globalización que imponen una nueva cultura, corrigiendo inmediatamente a los estudiantes cuando estos empleen voces de otros idiomas de forma innecesaria o vocabulario mal empleado. Para lograr esto es necesario hacer un trabajo como educadores, asumir responsablemente lo que somos y tener el coraje de revestirse nuevamente frente a la misión que se ha encomendado: La de formar personalidades y conciencias. Vilchez (2007)

Como tercer antecedente se presenta un trabajo investigativo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua FAREM Estelí titulado Estudio del cambio significativo en la identidad lingüística oral de los estudiantes de undécimo grado C de Instituto Nacional Francisco Luis Espinoza (INFLE) del turno matutino en el municipio de Estelí del año lectivo 2006, teniendo como autoras a Blanca Cecilia Tinoco Casco, Saida Elena Tercero Sevilla y Gioconda Del Socorro Castillo Tercero, proponiéndose como objetivo general determinar el cambio de significante en el habla de las y los estudiantes de undécimo grado “C” del INFLE turno matutino, del municipio de Estelí, durante el año lectivo 2006.

Sus objetivos específicos fueron identificar las expresiones más comunes sujetas a los cambios de significantes en el habla de los y las estudiantes del undécimo grado “C” del INFLE, describir la utilización de expresiones lingüísticas en los estudiantes de undécimo grado “C” del INFLE, determinar los campos semánticos de las expresiones lingüísticas más utilizadas por los estudiantes del undécimo grado “C” del INFLE.

En sus conclusiones resaltaron que el trabajo investigativo les permitió llegar a una recapitulación sobre el problema del cambio del significante en la identidad lingüística oral;

afirman que el habla es el uso individual que cada hablante hace al sistema de la lengua, la manera muy particular de decir las cosas con palabras y vocablos que le parecen más expresivos y adecuados para hacerse entender. Cada país posee una realidad singular y distinta que se ve expresada a través del habla popular y que muchas veces desafía las normas establecidas por desplazarse con ímpetu en los labios de los hablantes, caracterizando la realidad que lo envuelve.

Nuestra comunidad nicaragüense es afectada en el lenguaje oral.

El habla es una convergencia de culturas, de razas y lenguas que se asocian para producir un acto lingüístico individual de voluntad e inteligencia que se manifiestan en diferentes maneras de expresión oral, que todo ser humano posee para comunicarse con los demás y que se extienden al incorporar voces extranjeras como producto de la transculturación lingüística, fenómeno que se ha dado desde tiempos remotos hasta la actualidad.

Los estudiantes le dan realce expresivo a lo que dicen y es por ello que hacen uso de figuras literarias en la que se destaca la metáfora, hipérbole y la burla. Ejemplo: me duele la colita por decir me duele la columna.

- Tapas de mofle
- Frente de camión
- Chele pinta

Por lo tanto, podemos decir que la adecuación no nos ha proporcionado una cultura integral, sino fraccionada, dando paso a la transculturación y que una identidad cultural como tal no existe, sino más bien se dan diversos proyectos imaginarios que se van acomodando de acuerdo al medio social en que se desenvuelven y que se vuelven colectivos, compiten y luchan por defender su hegemonía. Tinoco(2006)

A nivel internacional se presentan algunos trabajos como antecedentes, uno de los cuales lleva como título Factores que determinan el comportamiento, la capacidad y la cultura de uno de uno de los países con más alto desarrollo tecnológico: Japón, así como las condiciones y alimentos que benefician a las personas de este país, siendo elaborado por Ali C Pineda Sánchez en el centro de Bachillerato Tecnológico de Servicio número 103, en la ciudad Madero Tamaulipas 01 de junio del 2009, siendo su objetivo general estudiar ¿En qué consiste su alimentación y cómo les beneficia para tratar de adoptarla para la mejora de nuestro organismo?.

Como objetivos específicos se propuso el autor investigar cómo ha ido avanzando la tecnología y en qué ha beneficiado a la humanidad o algunas mejoras a la naturaleza, analizar detalladamente cómo influye su cultura en las personas japonesas desde los primeros años de vida y qué factores ayudan a realizar las actividades de mejora en las personas, analizar detalladamente cómo influye su cultura en las personas japonesas desde los primeros años de vida y qué factores ayudan a realizar las actividades de mejora en las personas, definir sus tradiciones y el estudiar si realmente estas influyen en el comportamiento de las personas, precisar el legado que les dejaron los antepasados a este pequeño pero poderoso país, y los ideales o pensamientos que dejaron establecidos, realizar y dar a conocer la gran historia japonesa desde su comienzo, las etapas o periodos por los que ha pasado, así como las dificultades y catástrofes que enfrentó o tiene que enfrentar hoy en día.

En este trabajo el autor llegó a la conclusión de que la transculturación es un factor que influye en el comportamiento de las personas mediante la práctica de culturas ajenas a la de su país o lugar de origen, por lo que desde temprana edad ha sido educado de acuerdo a las normas y tradiciones japonesas, por lo que existe una adaptación a las costumbres y tradiciones desde muy temprana edad con normas y reglas estrictas y que sean personas cultas dedicadas, organizadas y que sepan trabajar en equipo.

También se concluye que en la cultura japonesa se vive bajo reglas y como la cultura cambia de un lugar a otro, por ello poseen una cultura diferente a los que les rodean. Pineda (2009)

1.2 Descripción del problema

La cultura es algo que diferencia a una sociedad de otra; incluye el conocimiento que se aprende desde la familia y se va germinando con el transcurso del tiempo, el resultado se transmite y cada uno la vive de diferentes maneras; pero se trasmite de un lugar a otro, por diferentes medios, ya sean lingüísticos o gestuales.

Es por eso que existe una gran preocupación para la conservación de la cultura, ya que la juventud no muestra interés por la cultura propia, como es el caso de los adolescentes y jóvenes del Municipio de San Sebastián de Yalí, que están siendo influenciado por culturas de otros lugares, y que según ellos son de gran beneficio en la actualidad.

Cada día que pasa la cultura se va modificando de acuerdo al contexto y lugar donde se vive, pero los jóvenes atraen aspectos que les modifican la cultura y no se interesan por actividades en beneficio de la conservación de la misma. Al mezclar estas actitudes se dice que existe el proceso de transculturación.

Cabe destacar que existe una gran necesidad de rescatar valores culturales que han sido obviados hacia otras perspectivas; según los jóvenes ya no tiene relevancia la práctica de ellos y que día a día se tienen que ir “modernizando” de acuerdo que transcurre el tiempo.

Ante la necesidad de fortalecer y rescatar la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes las ciencias y tecnologías influyen en su diario vivir, trayendo consigo la práctica de culturas ajenas a las propias transmitidas o heredadas por los antepasados, por lo que es una gran amenaza en el país y en el municipio.

Se generan grupos de adolescentes y jóvenes de acuerdo a su edad y sexo especialmente en la zona urbana y en ciertos casos en el área rural, lo cual es propicio para la generación de nuevas culturas y su fácil propagación hacia otros sujetos que no se encuentran insertados en estos grupos.

1.2.2. Formulación del problema

¿Es la transculturación un proceso que influye en la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del casco urbano y comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el año 2017?

1.2.3. Preguntas generadoras

¿Cuál es la situación actual de la identidad cultural de los adolescentes y jóvenes?

¿Cómo influye la transculturación de la identidad cultural en la vida de los adolescentes y jóvenes?

¿Qué consecuencias deja la transculturación en la identidad cultural de los adolescentes y jóvenes?

¿Cuáles son las acciones que permiten fortalecer la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes?

1.3.- Justificación

El tema de la transculturación de la identidad nacional es de gran importancia investigativa porque los jóvenes en la actualidad no demuestran interés en el legado cultural del país. Muchos jóvenes desconocen la historia nacional y el origen de sus costumbres y tradiciones, pero conocen y practican elementos culturales de otros países.

Es una realidad nacional la transculturación como proceso que consume la identidad de los nicaragienses, a ello se le agrega el poco entusiasmo de la juventud por practicar la cultura como herencia de nuestros ancestros.

El trabajo investigativo sienta sus bases en el análisis de los factores que inciden en la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, considerando la necesidad de despertar el interés social de cuidar y enriquecer la identidad cultural, porque los jóvenes presentan actitudes encaminadas a la desvalorización y desinterés de la misma; por lo que se mantienen aislados de los problemas nacionales, actitud heredada del neoliberalismo y la globalización, por lo tanto el tema es de gran necesidad investigativa.

La cultura de un pueblo es cambiante de acuerdo a los procesos evolutivos que se van produciendo; sin embargo, es visible que los jóvenes se deslumbran y se identifican con culturas exteriores desconociendo el origen de las mismas.

A cada momento la sociedad evoluciona; en ese intervalo de tiempo se va degradando la identidad cultural, por lo que es necesario tomar en cuenta este suceso como problema social.

II.- Objetivos

2.1.- Objetivo General

Analizar la influencia de la transculturación de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017.

2.2.- Objetivos Específicos

- Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017.
- Especificar como influye la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017.
- Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017.
- Proponer acciones que aporten al fortalecimiento de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí.

III. Marco Teórico

Capítulo 1: Identidad

1.1 Conceptualización de identidad

Desde que el niño nace se encuentra inmerso en un mundo social lleno de significados que le exigen continuos esfuerzos para apropiárselos, de tal modo que su actuación esté cada vez más de acuerdo con el medio en el que se encuentra. La manera en la que el niño incorpora estos conocimientos es explicada por distintas ciencias y principalmente por distintos enfoques teóricos.

Dentro de estos enfoques se pueden diferenciar dos posiciones: una que pone el énfasis en las influencias ambientales y otra que centra su interés en la actividad que cada sujeto debe desarrollar. En la primera se puede encontrar, por un lado, el estudio de las representaciones sociales y, por el otro, la Psicología histórico-cultural. En la segunda posición se encuentra el enfoque constructivista basado en la teoría piagetiana. Según ésta, el proceso de apropiación del conocimiento social exige del niño un trabajo personal, que supone un papel activo del sujeto en la formación de sus conocimientos, acentuando de este modo la dimensión psicológica en la construcción del conocimiento social.

La forma en que el niño se apropia de todo este acervo es lo que se conoce como proceso de construcción de la Identidad; este es un concepto que aparece en diferentes ciencias: Psicología, Antropología, Ciencias Política, entre otras y además, en la Filosofía. Además, cuando hablamos de identidad debemos establecer, en primera instancia, la diferencia entre identidad individual e identidad colectiva.

En el plano individual, la Psicología define la identidad como “la conciencia que una persona tiene de sí mismo y que la convierte en alguien distinto a los demás. Aunque muchos de los rasgos son hereditarios o innatos, el entorno ejerce una gran influencia en la conformación de la especificidad de cada sujeto” Perez (2010).

Para Caballenas (citado por Quintero), la identidad es “El conjunto de caracteres y circunstancias que constituyen a la persona, esto es, lo que nos permite comprobar que un ser humano es igual a sí mismo y distinto de todos los demás seres humanos” Quintero(2010).

El escritor Martí Castro, define identidad como “El conjunto de actitudes, pautas y rasgos físicos determinados por el sujeto y condicionados en la sociedad en la que se inserta, que los individualiza y los distingue del resto” Castro (2010).

Cada uno de los elementos mencionados por Martí interviene y se complementan en la formación de la persona a diario.

Al analizar los conceptos planteados, se encuentra que hay una gran coincidencia entre los autores que abordan el concepto, siendo lo más relevante la señalización que hacen de las grandes diferencias entre los individuos, lo que es comprobado por sus actitudes, ya que cada persona sostiene su propio comportamiento que lo caracteriza, teniendo como punto de partida la herencia y las actitudes, muchas veces obtenidas de otras personas y que se van adquiriendo a través de la convivencia diaria.

“La idea de identidad supone la idea de verdad, de autenticidad, puesto que identidad significa, sobre todo idéntico a sí mismo” Rojas (2010).

En el plano individual, la identidad está estrechamente unida a la reflexión en torno a la pregunta ¿quién soy? Las respuestas que podamos dar a esa pregunta son las que le darán sentido a la existencia de cada ser humano.

Por otro lado, existe la identidad social o colectiva, que se desarrolla en un territorio específico y 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, cambia, se transforma, guardando siempre un núcleo fundamental que permite el reconocimiento del sí mismo colectivo y del yo en el nosotros.

Todos los seres humanos somos cambiantes, somos diferentes unos de otros en diferentes aspectos físicos y actitudinales; esto puede verse en las familias, donde cada hijo se comporta diferente porque se identifica de distintas maneras.

Costa (como se citó en Rojas 2004) señala otros factores relacionados con la identidad y plantea que “su formación se da en una realidad y para identificarse hay que comunicarse, transmitir mensajes y hacerse identificar por determinados conjuntos sociales, porque el fin último “... de la noción de identidad es diferenciar” Rojas(2010).

Entonces, individual y colectivamente somos fruto de factores internos a nivel personal y factores externos que se viven en el medio social. Todos estos factores ayudan a responder a la pregunta, a definir quién soy.

Cabe destacar que cada rasgo identitario es propio de cada individuo, lo distingue de otros en la sociedad donde se desenvuelve; la fortaleza propia del individuo le permite mantener su identidad y a la vez ayuda a transferir, derivando de sí mismo, rasgos que trascienden para la conservación de la identidad social y colectiva. Esta se puede decir que es la parte esencial, donde la identidad se va formulando según el contexto donde se desenvuelve el individuo, porque la transmisión es el factor energizante para que un conocimiento se desarrolle.

En los debates contemporáneos sobre identidad, el término se ha relacionado con el hecho de “pertenecer” o, por el contrario, ser excluido de una colectividad en particular. La identidad contiene, pues, conceptos de inclusión y exclusión: para ser “nosotros” se necesita de unos “otros”. A través de esta pertenencia se tendrá su identidad.

Desde esa perspectiva más integral, rápidamente se llega a la conclusión de que en uno mismo no hay una identidad, sino múltiples y cambiantes identidades que, además, se encuentran en movimiento permanente. Y lo mismo acontece en el plano de la identidad colectiva. Podemos concluir que la identidad es dialéctica, porque es cambiante.

1.2 Identidad Nacional

Identidad: “del latín *identitas*, es el conjunto de los rasgos propios de un individuo o de una comunidad. Estos rasgos caracterizan al sujeto o a la colectividad frente a los demás. Una persona tiene derecho a conocer su pasado para defender su identidad” Pérez Julian.,Gardey, (2010).

A propósito de lo anterior, Pérez expresa que también la identidad “se refiere a las actuaciones propias de cada individuo o grupo de individuos de un determinado territorio en el cual se van transmitiendo de región en región, transmitiéndose mediante el factor de la comunicación ya sea escrita, radial o televisiva” Pérez ,Gardey (2010).

Las identidades colectivas están formadas por un determinado grupo que se reconoce a sí mismo con un pasado común, es decir, una memoria colectiva. Esta memoria colectiva va acompañada de nociones, ideas y recuerdos sobre las identidades de otras naciones, por lo que

los debates sobre las diferencias culturales caen fácilmente en el nacionalismo y la tramposa afirmación de la superioridad de un grupo sobre otro.

Según esta definición, la identidad de un pueblo está significada por dos variables principales: en primer término, el contexto y la tradición histórica en sus actos pasados y presentes, costumbres y economías mantenidas a lo largo del tiempo y, en segundo término, el contexto geográfico y social con relación a las características de su entorno físico y de sus connotaciones raciales o etnográficas. Esta es la connotación de la identidad nacional.

Martí Castro (citado en Rojas), explica que la identidad nacional “es el contenido y significación que define el carácter y el sello propio de un determinado grupo social, de una nación o de una institución, fijando rumbo de su actividad y posibilitando la cohesión de sus integrantes”. La formación de la identidad nacional conlleva a todos sus miembros a reconocer y a ser partícipes de sus costumbres, tradiciones llevando a cabo la cultura propia y a diario reflejándola en las actitudes que determinan a un grupo social” Rojas (2010).

La identidad de un pueblo consiste en reconocer sus características sociales, geográficas, culturales e ideológicas; además se debe aplicar y aceptar sus costumbres como parte inherente de su vida y de su historia.

Entonces, el concepto de identidad nacional aparece como parte inherente de la cultura de un pueblo. Siguiendo el planteamiento realizado por estos autores, se puede señalar que este significa que la identidad es el mayor vínculo que unifica la sociedad de un determinado territorio y que evoluciona según el desenvolvimiento de las personas, pero esta evolución no hace que se pierda. Es por esta razón que se puede decir que, la identidad nacional está enmarcada en la atmósfera cultural del medio social global y en una dimensión sociológica por tratarse de una construcción que emerge de las relaciones entre individuos y grupos.

Desde una perspectiva más compleja, podemos decir que el proyecto de construcción de la identidad nacional, en tanto fenómeno socio-cultural colectivo, se constituye mediante diversos códigos: a través del discurso político y teórico por medio del cual un sistema busca definirse a sí mismo y a través de los procesos de socialización y aculturación. Estos procesos son constitutivos de unidad e integración social y, por tanto, cultura y tradiciones e historia y religión son elementos fundamentales.

1.3 Identidad Cultural

Pero el concepto “identidad” también puede ser analizado en el plano cultural. Desde esta perspectiva, encontramos autores que lo señalan de manera específica. Morelba Rojas de Rojas, en su escrito “Identidad y Cultura” define identidad como “la expresión de un conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser humano de todos los demás. Así, el ser humano posee características que lo identifican y lo hacen diferente al resto de los seres vivos y, más aún, son características que lo hacen diferente individualmente, es decir, proveen al ser humano de una identidad física, psíquica, social y moral. Además, de ser poseedor de una identidad cultural. Esto quiere decir que la identidad es un constructo inherente al contexto socio histórico”.

Rojas (2004) recalca” La primera forma de identidad que practicaron los pueblos primitivos fue la identidad totémica. El tótem era el ente genésico, 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” (Rojas 2010).

La identidad cultural es el modo de establecer la identidad humana en cada grupo social, de manera que no cabe la identificación como ser humano al margen de la propia identidad que se establece en cada cultura. La identidad cultural es lo mismo que la identidad de la «sociedad» o del «pueblo» y el conflicto cultural es lo mismo que el conflicto entre sociedades o pueblos. Vilas (1994).

Por otra parte, la cultura puede ser definida desde diferentes perspectivas, una de las cuales es muy simple: es aquello que es comparable con un “kit de herramientas” en el que distintos símbolos, historias, rituales y formas de ver el mundo ayudan a los individuos a resolver problemas concretos. Joppke (2000).

Desde esta óptica, “la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad, determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura” Perez (2010).

La “Identidad cultural es una clave, para entender los cambios sociales que se viven constantemente” Izamar (2015).

También Malano, define Identidad cultural como “Conjunto de valores, tradiciones, símbolos creencias y modos de comportamientos que funcionan como elemento dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad.” Malano (2013).

Esto significa que la cultura de un grupo social dentro de un espacio terrestre, permite el sentimiento de identificación, mediante el desenvolvimiento y sus prácticas culturales. La identidad cultural comprende aspectos diversos en la lengua, los valores, creencias, los ritos, costumbres o comportamientos de una comunidad.

Como un ejemplo se hace evidente el más grande y valiente, General Augusto C. Sandino (Augusto Nicolás Calderón Sandino), quien fue un instrumento de justicia con la misión de redimir al pueblo nicaragüense de la opresión extranjera y rescatar su dignidad. Aunque marginado de toda asistencia estatal, no escapaba a los estragos de la violenta cultura política engendrada por las oligarquías liberales y conservadoras.

Sandino tímido, sencillo y callado reflejaba la psicología del hombre hecho para el pensamiento y para demostrar su identidad; el General de Hombres Libres se preocupó por defender la Patria sin importarle ninguna ideología política, dirigido por el amor y lealtad.

Msc: Eduardo López en el artículo Ponencia sobre Sandino hace el siguiente análisis: ¿Y el verbo, el logos, la palabra en Sandino? Es hablar de su lucha, de su pensamiento, de su legado, es hablar de una concepción teórica y de una praxis que encierra conceptos que tuvieron y hoy siguen teniendo vigencia, es también el logos, la palabra, hechas realidad en conceptos como antiimperialismo, justicia social, cooperativismo, identidad, integración, patria, oligarcas, libertad, etc . López,(2013)

Sandino (citado por Eduardo López) “Mi espada defenderá el decoro nacional” expresa sus sentimientos e ideales nacionalistas con los cuales demuestra su identidad, la ratifica y consolida mediante su lucha incansable, con la que logró ser el ilustre hijo de Nicaragua” López, (2013).

1.3 Conceptualización de cultura

“El termino cultura, proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de facultades intelectuales del hombre” Perez J(2010).

La palabra cultura es utilizada en Antropología con tres significados principales: *i)* en rigurosa correspondencia con la noción de «sociedad», la cultura es el entero complejo de modos de pensamiento, representación y acción de un pueblo particular; *ii)* la cultura comprende sólo los aspectos «subjetivos» de la vida social: el saber, las creencias, la moral, las leyes, las costumbres y hábitos de una sociedad; *iii)* la cultura comprende el conjunto variable y peculiar de los «modos» de regular normativamente la conducta social en una sociedad. En todas estas acepciones está implicado un énfasis discriminatorio, quiere decirse, siempre que se habla de una cultura es para diferenciarla de otra u otras culturas. Finalmente, *iv)* Malinowski (citado por Vilas Nogueira, 1994), como ejemplo extremo de este énfasis, lo explicita: cultura es lo que diferencia a unas sociedades de otras. Vilas(1994)

La cultura se demuestra desde la familia y se va germinando día a día en la misma, el resultado se transmite y se demuestra en el entorno social donde el individuo se desenvuelve, lo que también lo identifica como perteneciente a una cultura de un lugar establecido.

“Cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por los hombres no solo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es” UNESCO(2009).

Para la UNESCO la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo; a través de ello el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones, es decir que cada aspecto cultural tiene gran validez para el individuo si lo interpreta y lo valora como propio. Es clave que los individuos, entre mayor socialización propicien mayor conocimiento y actitudes culturales obtendrá, y desarrolla habilidades para compartir.

La UNESCO clasifica la cultura de diversas maneras como “la cultura tónica (incluye una lista de categorías), histórica (la cultura como herencia social), mental (complejo de ideas y hábitos), estructural (símbolos pautados e interrelacionados) y simbólica (significados asignados en forma arbitraria que son compartidos por una sociedad) UNESCO(2009).

La cultura también puede diferenciarse según su grado de desarrollo: primitiva (aquellas culturas con escaso desarrollo técnico y que no tienden a la innovación), civilizada (se actualiza mediante la producción de nuevos elementos), prealfabeta (no ha incorporado la escritura) y alfabeta (utiliza tanto el lenguaje escrito como oral) UNESCO(2009).

Esto quiere decir que la cultura tiene una raíz ancestral, lo que se ha venido transmitiendo y evolucionando día a día dando giros en la transformación social.

“La cultura también se define en las Ciencias Sociales como un conjunto de ideas, comportamientos, símbolos y prácticas sociales aprendidos de generación a través de la vida en sociedad UNESCO(2009).

A una comunidad le corresponde una determinada cultura, que a su vez determinaría la identidad de sus integrantes. De la idea obvia de que a una comunidad le pertenece un conjunto de múltiples actividades culturales, se pasa a la tesis, o al sobrentendido, de que a cada comunidad le corresponde una única y bien determinada cultura, es decir, se da por sentado que las actividades culturales de la comunidad pueden ser identificadas de manera unitaria, de modo que sus integrantes pudieran ser considerados como pertenecientes a una comunidad, y con ello mismo, a una cultura.

Taylor en 1871, realizó una de las definiciones más clásicas de cultura “La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad concreta” Joppke (2000).

Esto significa que la cultura está compuesta de normas, creencias y valores, es decir la cultura incluye lo tangible e intangible en palabras sencillas lo material e inmaterial.

En la sociedad existen valores; estos intervienen como modelos culturales, mediante los procesos sociales se realizan evaluaciones de los hechos y fenómenos culturales. Los valores tienen una importancia extraordinaria, son la guía de los comportamientos individuales y colectivos y por eso resultan indispensables en la vida cotidiana. En general la cultura abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada entre las ya mencionadas, costumbres, practicas, los la forma de hacer los rituales, los tipos de vestimentas y las normas de comportamiento.

Clasificación de la cultura

El término cultura posee varios significados, según el contexto donde se emplea la palabra;

A) Cultura física: “Es el conjunto de rutinas de cuidados personales como el deporte, ejercitación física, tratamientos entre otras que buscan el bienestar del cuerpo y del alma.

B) Cultura política: Es el conjunto de actos de poder y autoridad de las cuales se forma la estructura de la vida política.

C) Cultura organizacional: Es el grupo de normas políticas, costumbres y valores, que comparten una institución y logra una mejor interacción entre el grupo que la compone.

D) Cultura clásica: Tiene como finalidad facilitar o proveer los conceptos de la cultura greco romana desde el punto de vista político, social artístico, religioso, literatura entre otros tópicos UNAN Managua(2017).

Características de la cultura

La cultura puede ir más allá de la frontera, donde se puede compartir una misma cultura en diferentes países y diferentes culturas en un mismo país.

Es necesario mencionar las características de la cultura:

1. Toda cultura tiene historias.
2. Toda cultura es compleja.
3. Todas las culturas son dinámicas.
4. Ninguna cultura está exenta de contradicciones.
5. Todas las culturas son heterogéneas.
6. Cada cultura está sometida a influencias internas y externas.
7. La cultura en contacto se influyen mutuamente.

“La cultura en una sociedad es el sistema que contiene, conductas, valores, creencias, costumbres y materiales que se comparten mediante la interacción de la misma y se transmite de generación en generación” UNAN Managua(2017).

1.4 Valores como esencia cultural

Jiménez (citado por Rendón ,20014) “Los valores son los principios que permiten orientar el comportamiento de la conducta que realizamos nosotros mismos. Son hechos fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir algunas cosas sobre los demás, o el comportamiento en lugar. También son una fuente de satisfacción y realización”. Rendón (2014)

Según Rendón (2014) los valores se clasifican en:

a) Valores Familiares

Se refieren a lo que la familia cree que está bien y lo que está mal. Tienen que ver con los valores personales de los padres, aquellos con los que educan a sus hijos, a medida que crecen, puede aportar a su familia. Los valores familiares son los primeros en conocer a nuestro hijo y deben saber cómo enseñar con paciencia, amor y cuidado, puede ser una buena base sobre la que apoyar, aceptar o rechazar otras experiencias, para que no tengan ningún problema en toda su vida.

b) Valores Socioculturales

Son los valores que dominan a la sociedad. Estos valores han ido cambiando a lo largo de la historia y pueden no coincidir con los valores familiares. Puede ser que la familia comparta los valores que se consideran socialmente correctos, o no compartir y educar a sus hijos según otros valores.

c) Valores Personales

Los valores personales son aquellos que se consideran esenciales, que se basa en la vida y en las relaciones con la sociedad. Es una combinación de los valores familiares y valores socioculturales, lo que cada persona contribuye de acuerdo a su experiencia personal, su encuentro con otras personas u otras culturas en valores diferentes a los tuyos que prevalece, el individuo encuentra actitudes y comportamientos que considera valioso e incorpora sus valores más preciados.

d) Valores Espirituales

Para muchas personas la religión es un valor fundamental e importante, así como su práctica. Del mismo modo, su creencia es un valor fundamental para la conexión de la vida de muchas personas. Este valor puede ser social, familiar o personal y no tienen nada que ver con el tipo de religión, sino con el sentimiento que alimenta esa creencia.

e) Valores Materiales

Son los que nos permiten sobrevivir. Tienen que ver con nuestras necesidades básicas como seres humanos, como la comida o un paño para que nos proteja de la intemperie. Ellos son parte de la estructura compleja que se forma la relación entre los valores familiares personales y socioculturales. Cuando se exageran, los valores materiales entran en conflicto con lo espiritual.

f) Valores Éticos y Morales

Son las actitudes y conductas que una determinada sociedad considera esenciales para la convivencia, el orden y el bienestar general.

La responsabilidad de los padres para promover los valores a nuestros hijos es muy importante. Los valores se aprenden a través de ejemplos prácticos, el comportamiento de los padres en sus vidas diarias.

“Los valores son principios que permiten orientar nuestro comportamiento en función de lo que realizamos como persona, la práctica de valores es indispensable en una cultura para consolidar su esencia misma, viendo su significación cultural como la base que sustenta, el cultivo y la conservación de la misma en un pueblo” Rendón (2014)

Los valores insertados en un ambiente, de construcción y fortalecimiento cultural, se puede expresar como el más grande y significativo elemento presente en la cultura.

1.5 Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se refiere a la “herencia propia del pasado de una comunidad, mantenida hasta la actualidad y transferida a las generaciones presentes y futuras considerando que todos los pueblos contribuyen a la diversidad y riqueza de las civilizaciones y culturas, que contribuyen el patrimonio común de la humanidad” UNAN Managua(2017).

Cuando se habla de patrimonio cultural, se puede decir que se divide en dos según su manifestación, siendo este el resultado de un proceso histórico y la reproducción de ideas, que identifican y diferencian un país o región.

El patrimonio material o tangible son todas las representaciones materiales que la humanidad ha realizado o sigue realizando y que tienen una especial trascendencia para los grupos, culturas y poblaciones de determinada región geográfica o cultural, se señalan edificios, casas, monumentos, conjuntos arquitectónicos, plazas, parques, objetos artísticos arqueológicos, históricos, piezas de arte, piezas religiosas. UNESCO (2003)

Según la UNESCO (citado por UNAN Managua) explica que el patrimonio cultural inmaterial señala como ámbitos integrantes de este concepto a las siguientes expresiones: “Tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos

relacionados con la naturaleza y el universo y técnicas artesanales tradicionales. UNAN Managua.(2017)

“Este concepto alude a las capacidades de los pueblos y comunidades a expresar sus distintas manifestaciones dentro de un marco de interrelaciones, hacia dentro y hacia fuera de los grupos mismos, reconoce la diversidad como un elemento inherente a las manifestaciones de los pueblos” UNESCO (2003).

Según la Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial, se entiende por “patrimonio cultural inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. UNESCO (2003)

Se puede decir que el patrimonio cultural se refiere al conjunto de conocimientos, tradiciones y costumbres que son elemento sustancial de la cultura.

a) Costumbre

Las costumbres permiten que un pueblo o grupo de personas se identifiquen con la misma, siendo ellas aspectos totalmente propios de un territorio.

Julián Pérez (2010) hace referencia al término costumbre, quien lo define de la siguiente manera “es una característica propia de la sociedad, por lo general se trata de una situación repetitiva, haciendo de la continuidad de esta una tradición o costumbre” Perez(2010).

Las costumbres a gran escala son tradiciones de fuerza cultural, las cuales están protegidas por los diferentes organismos a los que se le asigna la tarea de preservarlo. La población participa de las costumbres como símbolo de aceptación y devoción a ellas, es muy importante para un grupo social o étnico, cuidar y mantener vivas las costumbres, ya que la identidad de los pueblos se basa precisamente en estas.

Nuevamente Julián Pérez (2010) refiriéndose a costumbres expresa que “Existen costumbres a largo plazo como las fiestas patronales, que son eventos en los que la ciudad o un pueblo se unen en una gran celebración para conmemorar alguna fecha patria o el natalicio de un personaje de renombre” Pérez (2010).

b) Tradición

Tradición “es el conjunto de bienes culturales que se transmiten de generación, dentro de una comunidad, se trata de aquellas costumbres y manifestaciones, que cada sociedad considera valiosas y las mantiene para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como parte indispensable del legado cultural” Pérez (2010).

La tradición, por tanto, es algo que se hereda y que forma parte de la identidad, así como la gastronomía, la música, las danzas, los cuentos forman parte de la misma.

El folklore y lo que se considera como parte de la sabiduría popular, también pertenecen al campo de la tradición, se asocia a una visión conservadora, ya que implica mantener intactos ciertos valores a lo largo del tiempo. En este sentido, las creencias de quienes no se interesan por las tradiciones de su tierra o que intentan cambiarlas son vistas como rupturistas.

Los sociólogos advierten, sin embargo, que la tradición debe ser capaz de renovarse y actualizarse para mantener su valor y utilidad. Esto quiere decir que una tradición puede adquirir nuevas expresiones sin perder su esencia.

Capítulo 2. Transculturación

2.1 Conceptualización de transculturación

En reiteradas ocasiones en los capítulos anteriores se abordó, que la cultura es cambiante e influenciada por otras culturas; para hacer un análisis más concreto del proceso de la transculturación, se especifica su concepto.

Fernando Ortiz (citado por Rodríguez), emplea por primera vez el término transculturación en su obra “Contrapunteo Cubano del tabaco y el azúcar”, definiéndolo “trans, significa de un lado a otro, cultura proviene del latín culture y a la vez viene del cultus de donde deviene cultismo” Rodríguez (2004).

Transculturación se refiere al proceso por el cual pasa una sociedad, al momento de apropiarse de las culturas y costumbres de otra sociedad y de esta manera lo que hace es sustituir sus propias costumbres, dejando a un lado su esencia.

‘Transculturación, asimilación de un grupo social o un pueblo de rasgos culturales ajenos’
Rodríguez(2004)

José Rodríguez, también define transculturación como “proceso de transición por el cual una cultura va adoptando rasgos culturales de otra (este proceso pasa por diferentes fases, desde la desaparición de la cultura tradicional hasta la adquisición de la nueva cultura)”. (Rodríguez Diez, 2004)

La transculturación se da normalmente en una sociedad menos desarrollada, ya que los países desarrollados tienen mayor influencia, sociocultural, económica y política sobre los subdesarrollados, en este caso Latinoamérica. La transculturación es el proceso en que una sociedad adquiere de forma gradual gran parte de una cultura y la asimila como propia, dejando a un lado la cultura y costumbres que lo habían caracterizado tradicionalmente.

2.2 Situación actual de la transculturación

Se puede decir que en la actualidad la transculturación ha ingerido y sigue ingiriendo por cuatro vías:

1. Colonización: Desde la llegada de los españoles, impusieron su cultura sobre los pueblos indígenas sin importar lo que significara. Eduardo Galeano en su libro *Las Venas Abiertas de América Latina*, expresa “los efectos de la conquista y todo el largo tiempo de humillación posterior, rompieron en pedazos la identidad cultural y social que los indígenas habían alcanzado” Galeano(1971).

Esto significa que desde la llegada de los mismos se inició un choque cultural, siendo unos superiores a otros.

2. Renacimiento: Se refiere al retorno de formas culturales previas que en determinados momentos se interpretan como mejores o un modelo a seguir. Samuel Huntington, en su obra *El choque de Civilizaciones* refiere;

“Las personas definen su identidad por lo que no son; a medida que el incremento de las comunicaciones y el comercio y los viajes multiplican las interacciones entre civilizaciones, la gente va concediendo, la importancia a su identidad desde el punto de vista civilización” Huntington(1997).

3. Inmigración: La llegada de personajes importantes a un país, se puede ejemplificar con los grandes inversionistas en nuestro país. “La llegada del hombre blanco continúa siendo, para el indígena el contacto con la muerte” Galeano, 1971.

El admirar como personas importantes a otros, provoca minimizar lo nuestro, desprestigiar y olvidar la práctica de la cultura que siempre debe identificar.

4. Recepción a distancia: En este caso una cultura más avanzada mediante los intercambios económicos y culturales va asentándose en otras, que entiende como positivos las costumbres y valores ajenos, por lo cual se lo podría llamar imitación” Rodriguez (2004).

“El mero transporte de la tecnología de los países adelantados no sólo implica la subordinación cultural y en definitivo también la subordinación económica, sino, además, después de cuatro siglos y medio de experiencia en la multiplicación de los oasis de modernismo, importado en medio de los atrasos e ignorancia” Galeano(1971).

El avance diario de los países desarrollados, tanto en cultura como en economía no significa que sea un beneficio para los países subdesarrollado.

La juventud se ve inmersa en este proceso social, cultural llamado transculturación que absorbe la cultura e identidad nacional de los jóvenes, por lo que se consideran un sinnúmero de factores, a los cuales se atribuye este proceso.

2.3 Factores que inciden en la transculturación

Factores externos

A) Redes sociales

De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su

lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Estas autoras han desarrollado un artículo en el cual se detalla la historia de las redes sociales, desde la aparición del primer sitio reconocido de red social en 1997, denominado SixDegrees.com hasta la apertura de Facebook (everyone) en el 2006. En este artículo, también se incluyen referencias de investigaciones sobre el tema de la privacidad en las redes sociales relacionadas con la seguridad, las amenazas potenciales para los más jóvenes, entre otras. Rodriguez(2009)

Son espacios de interconexión entre la sociedad que la utiliza como medio de comunicación y que incide en ellas de acuerdo al uso que le dé cada individuo y puede ser de ayuda o de perjuicio, pero se dá en gran medida para deteriorar la cultura de la población por lo que con facilidad se transmiten los aspectos transculturales de un lugar hacia otro.

Las redes sociales son utilizadas por diferentes personas y para diversos fines, tales como relaciones interpersonales, laborales, promoción política y otras. Incluso las universidades las utilizan para fomentar la gestión del conocimiento (entendida como la transferencia de conocimiento y experiencia que pueda ser utilizada como un recurso disponible para otras organizaciones.

Sin embargo, estas no traen aportes muy eficaces en los conocimientos de las personas, sino que influyen de manera negativa, ya que a través de las publicaciones se aprenden culturas de diversos lugares ajenas a las nativas del país, por lo que los individuos lo reciben con mucho entusiasmo y se dejan influenciar por otras culturas a través de las redes sociales.

B) Publicidad

También la publicidad hoy en día marca con gran firmeza el cambio cultural de las personas, según la definición de Iván Thompson (2005) “la publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo” Thompson(2005).

Existe otra definición de Publicidad, según expertos en la Materia como, O’Guinn, Allen y Semenik, autores del libro “Publicidad” (citado por Thompson, 2005); definen la publicidad de la siguiente manera: “La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir”Thompson(2005).

Stanton, Walker y Itzel (citado por Thompson) autores del libro "Fundamentos de Marketing", opinan que la publicidad es "una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet" ". Thompson(2005).

Según la American Marketing Association, (citado por Thompson 2005) la publicidad consiste en "la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualesquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas" Thompson(2005)

También se refleja el concepto del diccionario de Marketing de Cultural S.A (citado por Thompson), define a la publicidad como "una comunicación no personal, realizada a través de un patrocinador identificado, relativa a su organización, producto, servicio o idea" Thompson(2005).

En relación a estas definiciones, todos los autores coinciden que el objetivo es persuadir y promover sus productos a través de ideas. Estas ideas infunden en la población deseo de conseguir y comprar el producto que tenga mayor popularidad, convirtiéndose en un espacio de interacción publicitaria especialmente con la juventud; a continuación, se describe la publicidad como factor de transculturación en la juventud.

Alfonso Méndez (2005) opina que, desde su nacimiento, la publicidad moderna ha sufrido una doble actitud por parte de intelectuales y pedagogos. Empresarios, políticos y comunicólogos han elogiado sus virtudes y su potencialidad como instrumento de comunicación." También expresa que "los padres, educadores y sociólogos, por el contrario, han ejercido habitualmente el papel de críticos feroces" Méndez(2005).

Comulgando con la teoría planteada por Méndez, este es un factor transcultural que se presenta y se inserta en los jóvenes, interponiéndose como elemento sustancial en la sociedad actual. Los jóvenes se dedican a darle realce a través de diferentes medios; en la actualidad los que tienen mayor auge son el internet y sus aplicaciones.

También expresa que” los padres, educadores y sociólogos, por el contrario, han ejercido habitualmente el papel de críticos feroces” Méndez(2005).

Méndez (2005) enuncia “la publicidad ha ejercido una notable influencia en las mentes adolescentes. Y los jóvenes parecen disfrutar con ella: les encantan sus mensajes breves, claros, efectivos. Les encanta la música pegadiza, el jingle, la experimentación formal y expresiva que a menudo ofrecen a nuestra sociedad audiovisual” Méndez(2005).

La publicidad es una campaña dirigida a los jóvenes, tanto desde el punto de vista económico, como desde el punto de vista del consumo y de pérdida de los valores, por lo que se puede decir que la juventud tiene cada vez más una mayor disponibilidad económica y una mayor autonomía en lo que se refiere a sus decisiones de compra.

Méndez considera que “todos los ejecutivos publicitarios coinciden en señalar el tarjet juvenil como el más prometedor actualmente para las marcas consolidadas; no sólo son un público vulnerable, sensible a mensajes emotivos y escasamente racionales, sino que además desarrolla fácilmente mecanismos de identificación con las marcas (el conocido fenómeno del mariquismo), lo que le lleva una creciente dependencia de aquellas en lo que se refiere al consumo y a los estilos de vida” Méndez(2005).

Parece muy atrevido mencionar que la juventud tiene adicción por los productos con mayor publicidad, pero es una realidad en la sociedad actual, en la cual se internan ideas de superioridad económica.

C) Transnacionales.

Pueden definirse como las “empresas que acumulan o reproducen su capital, en un espacio compuesto por varios países. Aseguran mediante flujo de inversión extranjera directa, el control sobre las unidades reproductivas situadas en el exterior derivando de ellas un flujo estable de ganancias” Trajtenberg(1999).

Por otro lado, Robbins y Stobaugh (citado por Trajtenberg ,1999) precisan que “el término abarca cualquier empresa que tenga ataduras en el extranjero, el tamaño y la amplitud de las operaciones en el exterior. Esta empresa determinará las tácticas empleadas para buscar beneficios de la transnacionalidad” Trajtenberg (1999).

Un punto importante de señalar en los jóvenes es que son influenciados por las transnacionales, especialmente por las que transportan equipos tecnológicos, las transnacionales envían tecnología que ya están en desfase y ya no tienen un valor real en su país de creación, por lo que estos equipos vienen a nuestro país y presentando características tecnológicas de primera clase; por lo que la juventud se desespera en adquirir este tipo de tecnología, dando oportunidad a la creación y al crecimiento de las empresas, además, al desarrollo de la transculturación en el país donde se establecen.

D) El comercio social

Este factor afecta las ideas juveniles, influenciado también por las antes mencionadas publicidad y transnacionales.

El comercio social es un fenómeno nuevo que ha llegado al comercio electrónico como un vendaval; a diferencia de las mayorías de las tecnologías, que han ido surgiendo a lo largo de los años, ha tenido una adopción rápida. Hace algunos años Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn, no eran palabras habituales en nuestros vocabularios; pocas personas hubieran podido predecir el grado de persuasión que las tecnologías sociales han conseguido, no únicamente online, sino también en la vida diaria. Chetuparambil(2009)

E) Globalización

La globalización neoliberal, por un lado, generó una paradójica tensión entre las supuestas tendencias hacia la homogeneización y el incremento de las desigualdades sociales y, por otro, introdujo nuevas formas de organización del trabajo que no sólo modificaron el ámbito laboral, sino que también trastocaron otras esferas de la vida social, creando nuevos estilos de vida que han reconfigurado los procesos de construcción de identidades y ciudadanías. En particular, los jóvenes buscan otros referentes de sentido y espacio, ya no necesariamente los tradicionales centrados en la familia, la escuela, el deporte y el trabajo, como portadores de significados; sino más bien, en los vinculados al “no trabajo”, dada las condiciones de inseguridad laboral prevalecientes. El contexto de desempleo estructural y

precariedad laboral “rutinizada” determina, particularmente en los jóvenes, nuevas trayectorias de vida. Joppke(2000)

A simple vista se puede observar que en la actualidad los jóvenes presentan actitudes totalmente diferentes, con referencia a las que de manera muy ordenada se habían llevado durante años. Entre estas poco entusiasmo por la formación de hogar y el trabajo. Eduardo Galeano en una de sus frases expresa su opinión sobre la globalización como factor que transculturiza la mente de la juventud.

“Una escalera mecánica es la revelación del paraíso, pero el deslumbramiento no se come: la ciudad aun hace más pobres a los pobres, porque cruelmente les exhibe espejismos, de riqueza a las que nunca tendrán acceso” Galeano (1971).

Rosa Eugenia Fuentes, aborda el tema de la globalización desde su óptica define que “es un proceso universal que se experimenta de forma uniforme en todo el planeta”. Fuentes (2010)

Ulrich Beck (citado por Fuentes) expresa que es “la concepción en la cual el mercado mundial desaloja o sustituye el quehacer político; es decir la ideología del dominio de mercado mundial o la ideología del liberalismo, esta procede de manera mono causal y economicista y reduce la pluridimensionalidad de la globalización a una sola dimensión, la económica, dimensión que considera así mismo de manera lineal y pone sobre el tapete (cuando, y si es que lo hace) todas las demás dimensiones, las globalizaciones ecológicas, cultural, política y social, sólo para destacar el presunto predominio de sistema de mercado mundial. Fuentes (2010)

Ulrich Beck (citado por Fuentes) opina que la globalización incluye grandes redes de interdependencia, organizadas en bases transnacionales; además afirma que hace ya bastante tiempo que vivimos en una sociedad mundial, de manera que la tesis de los espacios cerrados es ficticia. No hay ningún país ni grupo que pueda vivir al margen de los demás. Es decir, que las distintas formas económicas, culturales y políticas no dejan de entremezclarse. Fuentes (2010)

En efecto, ningún país puede desarrollarse sin mantener una relación estrecha con otros países, las relaciones diplomáticas han pasado a un primer plano obligadas por las relaciones de mercado.

En opinión de John H. Goldthorpe (citado por Fuentes) los conceptos de globalización pueden ser divididos, en aquellos que de forma estrecha la representan como un fenómeno principalmente económico; y aquellos que además lo consideran como un fenómeno político social y cultural ,el avance de la globalización se muestra en varios indicadores sobre el grado de integración entre naciones y entre regiones de los mercados de capital, trabajo, bienes y servicios. Sin embargo, para la mayoría de los estudiosos de la política, la globalización significara también un proceso por medio del que, en parte como una respuesta a la globalización de la actividad económica, aparecen nuevas formas de gobierno de carácter internacional o transnacional, dándole apoyo político y económico mundial Fuentes (2010).

Consideramos que el libre comercio o mercado mundial es una justificación y disfraz de las grandes potencias, para imponer un régimen de cambios culturales, políticos y sociales en los países en subdesarrollo, lo que significa que afecta factores netamente ideológicos, que estructuran el pensamiento de las personas, especialmente de la juventud.

El maestro Eduardo López hace una descripción muy veraz y contextual sobre la identidad de las personas nicaragüenses, bajo el título” El conocimiento de Nuestra Historia” expresa:

Los nicaragüenses tenemos la obligación de conocer nuestra historia, conocer cuáles son nuestras raíces, cómo ha sido nuestro desarrollo como nación, para analizar desde el presente el pasado histórico, como también visualizar el futuro, nuestras perspectivas como nación frente a un siglo XXI caracterizado por la globalización, por la sociedad del conocimiento y por las incertidumbres racionales. López (2013)

En la medida en que desconocemos nuestra historia, nuestra realidad, es en esa medida que nos sentimos menos identificados con nuestro país, con nuestra Patria, incluso maldecimos nuestro país. La falta de valores, de sentido nación, de los referentes patrióticos, nos lleva incluso a hablar diferente, por ejemplo: Vamos a Costa Rica unas semanas y venimos hablando como ticos, ya no se diga si nos vamos a Estados Unidos y por más tiempo.

La identidad de los individuos de un pueblo debe ser relevante y sólida por lo que agrega,

Conocer e interpretar nuestra historia nos permite fortalecer nuestros valores culturales y nacionales, su conocimiento e interpretación pasa lógicamente por conocer nuestro pasado histórico, sus primeros pobladores, de dónde llegaron, dónde se asentaron, que desarrollo habían alcanzado, también tener claro el porqué de la presencia española y otras formas de injerencia extranjera, nuestra vida independiente, la Revolución Liberal de Zelaya, la gesta de

Sandino, la dictadura somocista, la Revolución Sandinista y los últimos años caracterizados por el modelo neoliberal y la llegada nuevamente del Sandinismo al poder López (2013).

Nos parece que la opinión del maestro es de gran peso, ya que son realidades contextualizadas, es decir; es lo que se visualiza en la juventud actual.

Es de gran relevancia los términos en que se expresa la vice presidenta Rosario Murillo (citado en Liderazgo de Gestión Educativa,2017) refiriéndose a la globalización como factor planetario que ha sumergido a la humanidad, para emerger de la misma con grandes ganancias a su favor.

Nicaragua, inmersa en la globalidad cultural, política, social y económica de un planeta y sociedad en crisis, violentamente sacudidas por todo tipo de conflictos debemos saber priorizar nuestros haberes y continuar dirigiéndonos hacia el futuro, nos apropiamos de nuestra fortaleza moral, de nuestros patrimonios espirituales y naturales, de nuestro legado revolucionario invicto, que nos enseña e impulsa cada día al conocimiento de lo que se prudente, posible y mejor. UNAN Managua. (2017).

La globalización, la consideramos como fenómeno de interés y potencial para los países que tienen gran producción económica y publicidad a través de diferentes medios, que luego se pluralizan y se arraigan en las mentes e ideales de las personas de los países en subdesarrollo viendo las falacias como prioridades en las familias, internándose en la globalización. También ha sido considerada como proceso histórico desde que se manifiesta la interrelación del sujeto de un territorio a otro en el ámbito cultural político social y económico,

Factores internos

Cuando se habla de factores internos, se mencionan los siguientes descritos en el módulo Liderazgo en gestión educativo de UNAN-Managua 2017.

A) Multiculturalidad: “la sociedad de acogida suele ser hegemónica y suele establecer jerarquías legales y sociales que colocan a los otros grupos en inferioridad de condiciones, lo que lleva al conflicto, al menosprecio a la creación de estereotipos y prejuicios, dificultando la convivencia social siempre en detrimento de los grupos más débiles.

B) Pluricultural o Multiculturalismo: “se refiere a la ideología o modelo de organización social que afirma la posibilidad de convivir armoniosamente en sociedad entre aquellos grupos o comunidades étnicas que sean cultural religiosa o lingüísticamente diferentes. Valora

positivamente la diversidad sociocultural y tiene como punto de partida que ningún grupo tiene porque perder su cultura o identidad propia

La diversidad existente no desaparece ni por adquisición de la cultura dominante y abandono del original ni por el surgimiento de una cultura integradora con el aporte de los preexistentes. La diversidad cultural se considera algo bueno y deseable, se fomenta la práctica de tradiciones anticulturales, buscan vías para que la gente se entienda e interactúe respetando las diferencias.

C) Interculturalidad: esta trata de reflejar de manera dinámica la interacción de diferentes culturas entre sí “la interculturalidad desde la educación se fundamenta en la consideración de la diversidad humana como oportunidad de intercambio y enriquecimiento; en la incoherencia pedagógica de la educación monocultural, en su aplicación generalizada a todo el colectivo, en el convencimiento de que ningún individuo puede llegar a instituir su propia diferencia como elemento positivo de su identidad si no es, a la vez, reconocida por los demás desde el punto de vista sociopolítico; la sociedad intercultural es un proyecto político que partiendo del pluralismo cultural ya existe en la sociedad –pluralismo que limita a la yuxtaposición de la cultura y se traduce únicamente en una revalorización de las culturas etno grupales, tiende a desarrollar una nueva síntesis cultural” UNAN Managua.(2017).

Estos elementos se manifiestan de manera específica dentro de un entorno o territorio nacional, esto significa que son factores internos que tienen lugar en los diferentes pueblos hermanos o sea son fenómenos endógenos del proceso transcultural del país.

2.4 Consecuencias de la transculturación en los jóvenes.

Para García Canclini (Balardini 2002), opina que, “más allá de la modalidad de incorporación a la globalización de cada Estado-Nación, este nuevo escenario, nos obliga a una revisión de la escena sociocultural”. Barlandini (2002)

En los puntos relevantes, de su escrito destaca las consecuencias del cambio de cultura en los jóvenes, las cuales se describen a continuación. Es preciso mencionar que a diario surgen modificaciones en la cultura de los pueblos, debido a diferentes factores donde la población los asocia y los asimila de diferentes maneras según su identidad cultural adquirida.

1) La reelaboración de lo “propio”, “debido al predominio de los bienes y mensajes procedentes de una economía y una cultura globalizadas sobre los generados en la ciudad y la nación a las que se pertenece”;

- 2) La redefinición del sentido de pertenencia e identidad, “organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores”
- 3) Las identidades modernas eran territoriales y mono lingüísticas, las identidades posmodernas serán transterritoriales y multilingüísticas.
- 4) A partir de la mayor interconexión de las redes de TV y de computadoras, y la mayor circulación de intercambios a partir de dicha conectividad creciente, nos enfrentemos a un exponencial consumo de bienes simbólicos transterritoriales.
- 5) Los intercambios, reorganizan la vida laboral, cultural y aún, social, la reconfiguración que implica, al mismo tiempo, nuevos ímpetus homogeneizadores y diferenciadores, los homogeneizadores, en la medida en que pierden densidad las diferencias propias de los espacios nacionales a favor de instancias supranacionales, las diferenciadoras, en tanto emergen con fuerza los espacios y realidades locales.
- 6) En los sesentas y setentas se visualizaba a la política como el lugar desde el cual producir los cambios que nuestra sociedad necesitaba, el sitio desde el cual generar la transformación social, en los ochentas y noventas, la relación se invirtió, quedando la política reducida al lugar de la administración, más o menos prolija, eficiente y honesta o corrupta, la política ha quedado subordinada a la economía y atrapada en las pequeñas cosas de la transformación de la realidad, a la gestión de lo dado.
- 7) En las familias, la magnitud de los cambios acontecidos en el mundo del trabajo, ha impactado con fuerza en los hogares, que representan el contexto familiar en el que los adolescentes desarrollan sus vidas, vamos a ver a la mujer, las madres y las parejas, participando cada vez más del mercado laboral y la vida familiar, en los roles, las expectativas y los intercambios, además la aparición de nuevos modelos y vínculos familiares.
- 8) Se hace más evidente un horizonte de vida independiente, aún en el caso de la presencia de hijos, sin necesidad de sostener relaciones asentadas en la dominación, la subordinación y/o el maltrato.
- 9) Como resultado de los cambios, el discurso emergente del mercado, con sus exigencias de productividad, competitividad y consumo, hegemoniza la escena, pero sucede que en el mercado no están todos, y, entre los que están, suele haber una fuerte diferenciación y

desigualdad. Por otra parte, este desplazamiento de la sociedad del trabajo y la producción hacia una sociedad del consumo (y generadora de desocupación), en la que el centro está puesto en la capacidad de consumir, lleva a que las identidades que hasta ayer se adscribían al mundo del trabajo entren en crisis, a la par que se dispone de nuevos sedimentos identitarios, desplegados ahora en torno del espacio del consumo (segmentado por sectores sociales).

10) Los medios de comunicación audiovisual, asociados con la publicidad, el estímulo al consumo, las marcas emblemáticas, tienen gran relevancia en la actualidad. Refiriéndose a la explicación del escritor, es necesario hacer un análisis profundo de las actividades y del tiempo empleado por los jóvenes a los medios, haciendo las interrogantes, ¿que ven?, ¿que aprenden?, ¿esto aporta a la cultura?

11) Una consecuencia de estas transformaciones es que la adquisición de una condición juvenil por parte de los jóvenes, ya no dependerá exclusiva o predominantemente de su circulación por la institución escolar, sino de su captación por la propaganda y las pantallas calientes de un mundo juvenilizado.

12) En este marco, con la globalización de las comunicaciones y la publicidad como respaldo, la identidad como acto de apropiación simbólica abandona en buena medida el dominio territorial, para situarse en la dimensión del consumo transespacial,

13) La TV cable e internet han contribuido significativamente a contornear esta nueva realidad, que deviene en una nueva formulación del “nosotros”, y, en consecuencia, del campo significativo de los “otros”. Lo próximo, si distinto, se transforma en distante, adviene una comunidad transnacional de consumidores jóvenes que comparte nuevos universos simbólicos Barlandini. (2002)

Estas consecuencias conllevan a la más fuerte y profunda situación sentida en la sociedad actual, donde el comercio, la publicidad, redes sociales, la influencia de las transnacionales y por ende reuniendo en toda la globalización, remarcan su injerencia en la identidad cultural.

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE 2001) expresa que este proceso sistemático permite infiltrar rasgos culturales de una sociedad con mayor nivel de cultura y evolución a otra menos desarrollada, y su contacto genera una especie de efecto de absorción, permitiendo la sustitución de la cultura original por la desnaturalizada nueva”. Barlandini (2002)

M. Seco (citado por Rodríguez Díez) hace referencia a ejemplos históricos de la transculturación “La romanización de Europa, la españolización de México, hispanización de Hispanoamérica y parcialmente, la arabización e islamización de España”. Rodríguez (2004)

Capítulo 3. Marco Legal de la Cultura

3.1 Leyes que rigen la conservación de la cultura

3.1.1 Decreto n° 427 “Ley Creadora del Instituto Nicaragüense de la Cultura”

Con su sede en la capital Managua, lo representa legalmente un Director General que nombra el Presidente de la República. Integrado por: Escuelas Nacionales de Arte y Promoción Cultural y Compañías de Arte; son adscritos: Teatro Nacional Rubén Darío, Biblioteca, Hemeroteca y Museo Nacional y Museo de Arte de las Américas.

Le compete promover el conocimiento de las manifestaciones culturales del país, velar por la calidad artística y progresivo desarrollo, incentivar la investigación del acervo cultural nacional pasado y presente, crear, producir y distribuir bienes y servicios culturales con proyección nacional e internacional, velar por la conservación del patrimonio cultural del país, proponer al Consejo Nacional de Cultura políticas generales y planes sobre el arte y la cultura, crear relaciones nacionales e Internacionales de colaboración para cumplir sus objetivos.

3.1.2 Ley n° 162 “Ley de uso oficial de las lenguas de las comunidades de la Costa Atlántica de Nicaragua”

establece programas especiales para ese fin y recursos para prohibir la discriminación por razón de la lengua; el derecho a elegir; el derecho de expresarse en sus lenguas a los organismos regionales y de resolverseles en su lengua.

Los órganos administrativos de las Regiones Autónomas deben estudiar, fomentar, desarrollar, preservar y difundir el Patrimonio Lingüístico de la Costa Atlántica conforme al Estatuto de Autonomía; crear programas para preservar, rescatar y promover las culturas de esas zonas, así como otra cultura indígena, señala que las actividades en esas comunidades deben ser en español y en sus lenguas maternas, tales como: Educación bilingüe; acceso a las leyes y la justicia, policía, etc.

3.1.3 Régimen legal de los municipios. - ley no. 40 y no. 261 “ley de municipios y sus reformas.

Gaceta No. 162 del 26 de agosto de 1997.

Entre las competencias de los gobiernos municipales se encuentra la promoción de la cultura, el deporte y la recreación, la protección del patrimonio arqueológico histórico, lingüístico y artístico de su circunscripción; debiendo para ello preservar la identidad cultural del municipio, promoviendo las artes y el folklore local por medio de museos, exposiciones, ferias, fiestas tradicionales, bandas musicales, monumentos, sitios históricos, exposiciones de arte culinario, entre otras. Así como la construcción, mantenimiento y administración de bibliotecas.

En lo que respecta a turismo municipal, los municipios tienen la tarea de procurar el mantenimiento de sus sitios culturales e históricos de su circunscripción, de manera que conservará el entorno de los paisajes para la promoción tanto del turismo nacional como internacional.

3.3.4 Ley 290 Ley de Organización, Competencias y Procedimientos del Poder Ejecutivo

Dentro de las funciones que esta ley señala a este Ministerio se encuentra la de promover la cultura y todas sus manifestaciones, procurando enfatizar el patrimonio cultural nicaragüense.

En lo concerniente al ámbito de competencia del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, mediante la entrada en vigencia de este cuerpo normativo, se reformó el Decreto No 4-27 “Creación del Instituto Nicaragüense de Cultura” de 1989, convirtiéndolo en consecuencia en un ente con carácter descentralizado, con una relación de jerarquía desde el punto de vista orgánico vinculado al Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, con autonomía funcional, técnica y administrativa, personalidad jurídica y patrimonio propio y con capacidad en materia de su competencia.

3.1.5 Decreto n° 20-2002 de Integración del Consejo de Coordinación Cultural

Establece la integración del Consejo de Coordinación Cultural, el que actuará como órgano de apoyo y asesoría del Instituto Nicaragüense de Cultura; integrado por cuatro miembros de la sociedad civil, designados por el Presidente de la República; y por el Director del Instituto Nicaragüense de Cultura.

Dicho Consejo tendrá como principal objetivo la promoción, apoyo y fortalecimiento de la cultura nacional en todas sus expresiones; así como servir de enlace entre la iniciativa privada nacional e internacional y el Instituto Nicaragüense de Cultura en lo concerniente a la promoción de la cultura nicaragüense, el cual está facultado para determinar su organización interna.

Facultad de los miembros del Consejo es presentar en las sesiones del mismo los proyectos que estimen pertinentes para el mantenimiento y mejoramiento integral de la cultura nacional, sin perjuicio de priorizar las necesidades y proyectos que impulse el Instituto Nicaragüense de Cultura.

3.1.6 Decreto N°72-97 “Creación del Centro Nicaragüense de Enseñanza Artística “Pablo Antonio Cuadra”

Mediante este decreto se crea el CENEAPAC como sucesor legal de las Escuelas de Música, Danza, Teatro, Artes Plásticas y Escuela de Circo, adscrito al Instituto Nicaragüense de Cultura y tiene por objetivo y finalidad proporcionar la formación artística, profesional en las distintas ramas del arte, conforme a programas académicos específicos y a normas pedagógicas y artísticas.

El CENEAPAC funciona como la institución del estado rectora de la enseñanza artística nacional, dicho centro está a cargo de un Consejo de Dirección Artística integrado por los Directores de las diferentes Escuelas de Artes.

Entre sus funciones está la de autorizar los centros de educación artística cultural privados, avalando sus estudios académicos e inscribiendo dichos centros en el registro de la secretaría académica.

Disposiciones Sobre Instituciones No Gubernamentales

3.1.7 Ley 147.- Ley General Sobre Personas Jurídicas sin Fines de Lucro

Esta ley establece un régimen legal destinado a regular la constitución, autorización, funcionamiento y extinción de las personas jurídicas civiles y religiosas que sin fines de lucro existan en el país y de las que en el futuro se organicen; la personería jurídica es otorgada por la Asamblea Nacional y cada una de ellas debe de inscribirse en el registro respectivo, así mismo se podrán juntar varias asociaciones con el fin de constituir federación y

confederaciones, estas asociaciones funcionan como fundaciones y organismos no gubernamentales sin fines de lucro que pueden trabajar en pro de los derechos de los Nicaragüenses, incluyendo los derechos culturales.

3.1.8 Régimen Legal Derechos de Autor y Derechos Conexos

De acuerdo a la legislación existente en esta materia, se encuentra la Ley No. 312 “Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos”, aprobada por la Asamblea Nacional en el mes de Agosto de 1999 y reglamentada con posterioridad en el mes de Mayo del año 2000. Esta Ley regula los derechos de autor sobre las obras literarias, artesanales, artísticas o científicas y los derechos conexos de los artistas, intérpretes o ejecutantes, de los productores de fonogramas y de las empresas de difusión.

Además, esta ley incluye las obras videográficas, los programas de cómputo y las bases de datos, formando parte de estos programas su documentación técnica y sus manuales de uso; las señales portadoras de signos, sonidos, imágenes o imágenes y sonidos producidas electrónicamente y que son transmitidas a través de un hilo u otro dispositivo conductor para ser recepcionadas por el público.

Están protegidas todas las creaciones originales y derivadas independientemente de su género, mérito o forma actual o futura. El derecho de autor sobre las obras corresponde al autor por el solo hecho de su creación, mismos que comprenden los derechos morales y patrimoniales; reconociendo entre los derechos morales la paternidad, integridad, divulgación, retiro y modificación de las obras y como derechos patrimoniales la exclusividad de autorizar o prohibir la explotación de su obra en cualquier forma. Así como el establecimiento de diferentes sanciones por incumplimiento a lo dispuesto en la Ley.

Otro aspecto importante es la creación de la Oficina Nacional de Derecho de Autor y derechos conexos, con facultades administrativas para tramitar solicitudes, cobrar tarifas, promover arbitrajes en casos de controversia y todo lo relativo al registro e inscripción de obras, producciones y las correspondientes a la cesión u otra forma de constitución de derechos, de acuerdo al manual de Procedimientos elaborado por esta instancia reguladora. Contempla las facultades de las sociedades de gestión colectiva en materias de representación de autores y

cobro de regalías, estando en proceso de constitución la primera sociedad de gestión en nuestro país.

3.1.10 Ley 333 “Ley para la Protección y Promoción de la obra, bienes e imagen del poeta Rubén Darío y declaratoria de patrimonio cultural artístico e histórico de la nación de su obra y bienes”

Protección de los bienes culturales muebles e inmuebles pertenecientes a Rubén Darío y que forman parte del patrimonio cultural, artístico e histórico de la nación por disposición de ley, aplicando en conjunto con la ley Dariana lo establecido en la ley de protección al patrimonio cultural de la nación. Protege el nombre e imagen del poeta Rubén Darío, crea la orden cultural Rubén Darío como máxima distinción cultural nacional; Crea la Orden de la Independencia cultural y la Orden Rubén Darío.

3.1.11 Ley de Promoción a las Expresiones Artísticas Nacionales y de Protección a los Artistas Nicaragüenses

Ley No. 215 Gaceta No. 134 del 17 de Julio de 1996.- Reglamento Ley No. 215 Decreto 62-99 del 14 de Junio de 1999. Actualmente este régimen legal garantiza el desarrollo integral de las diferentes manifestaciones culturales, siendo el objeto fundamental la promoción de las diversas expresiones del arte nacional, considerándolo patrimonio de la nación en sus diferentes manifestaciones; incentivando a través de los programas de educación primaria y secundaria las potencialidades artísticas de los estudiantes y como un medio que dé a conocer las diversas expresiones artísticas nacionales.

Contempla obligaciones a las empresas de radiodifusión, televisión, agrupaciones musicales, centros turísticos y aeropuertos; porcentajes específicos para la promoción y difusión de la música nacional las que deberán contemplarse en las programaciones diarias y de presentaciones artísticas. Regulando además todo lo relativo a la danza, teatro y artes plásticas las que deben ser promocionadas en las salas y escenarios, programas de televisión, incorporando la decoración de obras arte nacional en los edificios públicos y estatales.

En cuanto a la producción cinematográfica nacional y la creación del Fondo de Fomento Cinematográfico Nacional el que tiene por objeto impulsar actividades de fomento, desarrollo, difusión y protección del cine nacional, encaminadas al otorgamiento de subsidios para producciones, realización de festivales cinematográficos, organización de concursos y la participación en festivales de cine internacional. Como parte de los incentivos a los artistas

nacionales, contempla y regula las presentaciones comerciales de artistas extranjeros, los que deberán incluir en sus programas la participación de artistas nacionales de similar actuación los que deberán ser remunerados o como alternativa la ley establece la compensación a las asociaciones homologas con el 10% del valor del contrato y en el caso de que no se incluya a artistas nacionales, pagarán el 1% sobre ingreso neto. Este ingreso es destinado a las asociaciones homologas debidamente acreditadas para la promoción artística y para el desarrollo de los planes de seguridad y previsión social de sus asociados; distribuyendo el monto recaudado de manera equitativa entre las mismas.

En cuanto a las exoneraciones de impuestos para los artistas, se encuentra vigente la exoneración de impuestos a las remuneraciones que obtengan los artistas nacionales en la amenización de festividades patronales, de presentaciones artísticas, religiosas y deportivas.

Incentiva a la empresa privada y personas naturales a aportar material y económicamente para actividades de promoción artística sin fines de lucro, aportes que serán deducibles de la declaración de la renta neta.

El régimen legal para la promoción cultural, estableciendo además sanciones y procedimientos por medio de los cuales cualquier artista en su carácter individual o a través de las asociaciones podrá demandar el cumplimiento de lo dispuesto.

Esta Ley fue modificada en cuanto a los beneficios otorgados a los artistas, los que fueron derogados por la Ley de Equidad Fiscal. Actualmente esta Ley se encuentra en proceso de reforma en la Asamblea Nacional.

En este contexto, cabe destacar también la presencia constante de México en foros multilaterales, entre ellos el Encuentro de Ministros de Cultura y Responsables de las Políticas Culturales de América Latina y el Caribe; la Comisión Mexicana de Cooperación con Centroamérica; el Grupo de Alto Nivel de Cultura; El Grupo de los Tres (G3), conformado por México, Colombia y Venezuela; las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno; La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO); y el Comité Interamericano para la Educación, la Ciencia y la Cultural (CIECC) de la Organización de Estados Americanos (OEA).

Capítulo 4. Influencia de la Transculturación en la Identidad Cultural

Para Leticia Salazar “la palabra transculturación expresa mejor las diferentes fases del proceso de transición desde una cultura a otra, a causa de que esto no consiste meramente en la adquisición de otra cultura que es lo que indica meramente la palabra aculturación, sino que este proceso comprende también necesariamente la pérdida o el arrancar de raíz una previa cultura, lo cual sería definido como desculturación. Además de esto lleva consigo la idea de creación consiguiente de nuevos fenómenos culturales lo cual sería neoculturación.” Salazar (2001).

En la influencia cultural, se advierten los numerosos elementos indígenas, como lo son la alimentación, comunicación, vivienda y medicina que utilizaron los españoles, durante los años que duró la conquista y que al transcurrir de las épocas asimilaron como propias, hasta llegar a la actualidad, cuando ya no se hace distinción del uno o del otro.

La transculturación persiste e influye a diario con mayor énfasis en las poblaciones en subdesarrollo, remarcando su injerencia en el lenguaje, formas de vestir, actividades económicas y de desarrollo social, la comunicación, las costumbres y tradiciones de los pueblos, lo cual permite la transformación de la cultura donde se ve como prioridad lo nuevo, olvidándose del legado cultural del pueblo.

IV.- Diseño Metodológico

Para realizar el trabajo investigativo se tomaron en cuenta aspectos importantes, que brindan espacios para recopilar y consolidar la información.

4.1) Tipo de investigación: El enfoque que presenta esta investigación es cualitativo, porque trata de un fenómeno social y parte de las experiencias de los adolescentes y jóvenes, donde se describe la situación actual de la identidad cultural, aspectos transculturales, factores que influyen, así como las consecuencias de la transculturación; para analizar este proceso se busca comprender las ideas y opiniones de los participantes.

4.2) Tipo de estudio: Corresponde a la investigación aplicada a las Ciencias Sociales, porque el estudio de la investigación aprovecha los conocimientos y prácticas culturales actuales de los adolescentes. Es de tipo descriptiva y explicativa, debido a su nivel de profundidad, donde se describen desde la situación actual de la identidad cultural de los jóvenes hasta las consecuencias de la transculturación.

Pertenece al paradigma interpretativo porque se realizaron interpretaciones de la información de los instrumentos aplicados, donde luego se realizó un análisis de ello para obtener los resultados.

4.3) Método de la investigación: Es deductivo porque el tema es observacional y se obtuvieron conclusiones generales del tema de investigación. Según (Jacques Bernoulli) "El método deductivo consiste en obtener conclusiones particulares a partir de una ley universal o conclusiones generales. Se inicia con el análisis de los postulados, leyes o principios, etc. De aplicación universal y comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares"

4.4) Área de estudio: El área de estudio de la Influencia de la transculturación de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes está inmerso en el área de las Ciencias Sociales, ya que estas tienen la obligación de estudiar fenómenos sociales, políticos, económicos y culturales.

4.4.1) Área Geográfica: El estudio se realizó en el municipio de San Sebastián de Yalí en el área urbana y tres comunidades periféricas, Las Quiatas, La Bolsa y El Coyolar.

4.4.2) Área del conocimiento: El estudio de la de la influencia de la Transculturación de la Identidad Cultural en los adolescentes y jóvenes, pertenece a la línea de investigación N°2

Rescate Cultural, su objetivo es promover acciones que contribuyan al rescate cultural de nuestro país. Según normas de UNAN-MANAGUA-FAREM-Estelí.

4.5) Sujetos de investigación: Seleccionamos a setenta y cinco jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí. Los sujetos de investigación fueron jóvenes con edad promedio entre 16 y 19 años de edad, entrando en la categoría de los llamados milenicos, los cuales tienen diferentes niveles académicos.

4.6) Población y muestra: La población es de 226 jóvenes de tres comunidades periféricas y el área urbana del municipio de San Sebastián de Yalí entre las edades de 16 a 19 años; 74 jóvenes del área rural que no estudian, 82 jóvenes de undécimo grado de secundaria de la zona urbana y 70 jóvenes estudiantes universitarios del área rural y urbana de primero a tercer año.

La muestra es de 75 jóvenes es intencional y se eligió por cuotas no probabilística, como lo menciona Ernesto Sampieri “las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de investigación, más que por un criterio estadístico de generalización”. (Sampieri, 2014)

Por consiguiente, el criterio de selección fue:

A) 25 jóvenes de ambos sexos con baja escolaridad en las edades de 16 a 19 años que viven en el área rural, de los cuales 13 son mujeres, esta muestra representa el 34% de la población.

B) 25 jóvenes que en la actualidad cursan undécimo grado de secundaria que viven en el área urbana; la selección se hizo entre las edades de 16 a 19 años, de los cuales 10 pertenecen al sexo masculino y 15 del sexo femenino, siendo este un 30% de la población.

C) 25 estudiantes que cursen el primer año en la universidad, entre las edades 16 a 19 de los cuales ,12 de sexo masculino y 13 de sexo femenino, de estos 12 del área rural y 13 área urbana lo que representa el 36% de la población.

4.7) Métodos e Instrumentos utilizados: Los instrumentos utilizados fueron la entrevista, grupo focal y Escala Likert los que permitieron que se facilitara la recolección de la información para el análisis de los resultados y cumplir con los objetivos planteados.

Validación de los instrumentos:

Luego de la elaboración de instrumentos se presentaron a 5 docentes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua-FAREM Estelí expertos en diferentes

materias, 8 estudiantes de la universidad y 6 docentes de educación primaria del área rural y urbana del municipio de San Sebastián de Yalí, haciendo luego las correcciones correspondientes.

Aplicación de instrumentos:

La Escala Likert se aplicó a jóvenes que no estudian y tienen bajo nivel académico, es un instrumento que facilita el proceso de recolección de datos, ya que de manera sencilla elige una opción de las presentadas, arrojando datos netamente verídicos, con la cual se da salida al objetivo 1.

Entrevista: Fue aplicada a jóvenes estudiantes universitarios; se estructuró con preguntas abiertas de manera que ellos expresaran con sus propias palabras sus ideas y pensamientos, además tienen un nivel mayor de abstracción y conocimientos, siendo el más adecuado para los sujetos. Esta da salida al objetivo número 2.

El grupo focal se aplicó a jóvenes estudiantes de undécimo grado de secundaria en el cual fue necesario consolidar opiniones, se decidió aplicarlo a los mismos porque los centros escolares son los lugares más aptos y propicios para socializar ideas entre los informantes dando salida al objetivo 3.

4.8) Análisis de los datos

Se procedió a transcribir en una matriz de análisis donde se hizo comparación de las respuestas de cada uno de los participantes, se reflejaron las opiniones y se agruparon por categoría. Véase a continuación:

Tabla N°1 Matriz de Escala Liker

| objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|---|---------------------------|---|--|
| <p>Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017</p> | <p>Identidad Nacional</p> | <p>En el planteamiento n°1 el 88% de los jóvenes entrevistados están orgullosos de ser nicarguenses, 4% desconocen el contenido y el 8% están en desacuerdo. En la interrogante n°3 el 64% están de acuerdo que a Nicaragua se le conoce por Rubén Darío y Augusto C Sandino, el 8% no saben sobre el tema y el 28% está en desacuerdo. En el planteamiento n°22 el 44% está totalmente de acuerdo que no les interesan hechos históricos como la Revolución Popular Sandinista y la Batalla de san Jacinto mientras que el 52% consideran que si les interesan y el 4% no opinó al respecto. En el planteamiento n° 31 el 28% de los jóvenes expresan que no conocen el país de origen de Carlos Mejía pero si el de Daddy Yankee, en tanto el 32% no expreso su opinión y el 40% está en desacuerdo.</p> | <p>Los jóvenes en un 32% no presentan interés por conocer personajes, hechos históricos y sentirse orgullosos de ser nicarguenses, por tanto, un 12 % no emite opinión alguna debido al desconocimiento de los mismos, la actitud de los jóvenes no está en la línea de sentirse identificado con legados culturales que le representa a nivel nacional e internacional.</p> |
| | <p>Tradición</p> | <p>En el planteamiento n° 10 las costumbres y tradiciones tienen que ser diferentes a la de otros países, el 68% de los jóvenes expresa estar de acuerdo, mientras que el 16% no opino al respecto y otro 16% está en desacuerdo.</p> | <p>El 16% tiene preferencia por tradiciones extranjeras estando de acuerdo en que deben ser iguales las nuestras a las de los otros países, por tanto, otro 16% no se expresó referente a esta afirmación, siendo mayoritario un 68%, quienes acuerdan que la cultura nicarguense debe ser diferente.</p> |

| Categoría | Sub categoría | Escala Likert (Jóvenes no estudiantes) | Análisis |
|--|---------------|---|---|
| Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017 | Música | En el planteamiento n°5 Escuchar música de los cantantes nicaragüenses nos hace sentir emoción y amor por Nicaragua, el 76% está de acuerdo, mientras que el 4% no manifestó su opinión y el 20% está en desacuerdo. | Un 22% ven la música como aspecto transcultural ya que ,manifiestan no sentir simpatía e inspiración por la música de los años setenta y la actual nicaragüense, así mismo un 6% no emitió opinión ,siendo un 72% ,los que sí están de acuerdo. |
| | | En el planteamiento n° 23 la música nicaragüense de los años 70 inspira alegría y amor por Nicaragua, el 68% está de acuerdo, pero un 24% opina lo contrario, incluyendo un 8% que no opina. En el planteamiento n°33, Prefiero escuchar música de Maluma que la de Camilo Zapata, el 56% de los jóvenes expresa estar de acuerdo, mientras que el 36% está en desacuerdo y un 8% se abstiene en la respuesta. | |
| | Bailes | En el planteamiento N°24 le interesa conocer bailes y música nicaragüense porque es lo nuestro el 88% está de acuerdo, un 4% no está interesado y un 8% no emitió su opinión | El 88% de los jóvenes están interesados en los bailes nicaragüenses, un 8% no opino y el 4% está en desacuerdo |

| Objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|---|----------------------------|--|--|
| <p>Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017</p> | <p>Gastronomía</p> | <p>En el planteamiento n°11 los jóvenes prefiero un Sándwich y una gaseosa, a un gallo pinto con café el 32% está de acuerdo y el 68 está en desacuerdo. En el planteamiento me encanta comer pizza y beber raptor y gatorade y no frijoles con queso y pinolillo, el 76% están en desacuerdo mientras que un 24% está de acuerdo.</p> | <p>La gastronomía Nicaragüense presenta un 28% de no aceptación y prioritaria en los jóvenes, pero un 72% representa la aceptación de la juventud del municipio de san Sebastián de Yali</p> |
| | <p>Vestuario y calzado</p> | <p>En el planteamiento compro vestuario y calzado para estar a la altura un 72% están en desacuerdo, un 12% no opinó y el 16% lo ve como prioridad máxima.</p> | <p>Los jóvenes en un 72% están en desacuerdo en comprar vestuario y calzado para estar a la altura pero un 12% no opinó y el 16% lo ve como prioridad máxima.</p> |
| | <p>Lenguaje</p> | <p>En el planteamiento n°26 me gusta usar palabras nuevas que salen en telenovelas y en las redes sociales que me hacen popular con mis amigos un 52% está en desacuerdo, un 44% de acuerdo y el 4% no emitió su respuesta.</p> | <p>En cuanto al uso de lenguaje nuevo y extranjero para ser popular un 44% se siente identificado estando de acuerdo ,un 4% no manifestó su opinión y el 52% está en desacuerdo</p> |
| | <p>Moda</p> | <p>En el planteamiento hablar como los cantantes de reggaetón es estar a la moda un 52% de la juventud está en desacuerdo y el 44% está de acuerdo y el 4% no opinó al respecto.</p> | <p>El 56% de los jóvenes se interesan de manera contundente con la moda, siendo un aspecto transcultural con mayor arraigo, el 6% no opina y el 38% está en desacuerdo</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|----------|--------------|---|--|
| | | <p>En el planteamiento vestirme como los cantantes el 60% de los jóvenes están de acuerdo, el 8 % no saben responder a la pregunta y el 32% estan de acuerdo.</p> <p>En el planteamiento n°14 es tuani cortarse el pelo como los cantantes de reggaetón, el 52% de los jóvenes está de acuerdo, en cambio el 4% no opinó, el 44% está en desacuerdo</p> | |
| | Publicidad | <p>En el planteamiento n°32 Cuando publican un nuevo estilo de ropa, zapatos y celulares me intereso por comprarlo para estar a la moda el 72% está en desacuerdo, mientras que el 16% está de acuerdo y el 12% están aislados dejando neutra su respuesta</p> | <p>La publicidad tiene un 40% como aspecto transcultural debido a que los jóvenes opinaron que se debe usar lo mejor, en tecnología ya que es la base publicitaria, un 44% no está de acuerdo y el 16% no opinó, es evidente el rechazo por la cultura nacional, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida y desagradable porque son muy honesta y respetuosa, lo que hace que llame más la atención la música moderna realzan los sentimientos y es capaz de hablar por la persona, puesto que tiene más publicidad, además los jóvenes mantienen el hábito de otras culturas y consideran anticuadas las costumbres, ya que estas se transmiten de generación en generación a través de los ancestros sin ocupar de influencias de las tecnologías en su práctica diaria; además a ellos les parece muy divertido todo lo publicitario ya que</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|----------|--------------|---------------|--|
| | | | <p>están arraigados a la publicidad por lo que desean vestir y hacer lo que les parezca mejor aunque la mayoría de opiniones están a favor de la publicidad hay ciertas expresiones que manifiestan que la publicidad de culturas ajenas no permite que se practiquen las propias puesto que se adaptan a estas debido a sus publicaciones</p> |

Tabla n° 2 Matriz de Entrevista

| Objetivo | Subcategorías | Entrevista | Análisis. |
|--|----------------|--|---|
| Factores que influyen en la Transculturación | Redes sociales | <p>Las redes sociales permiten mayor conocimiento de las personas y actividades que realizan a nivel mundial. Ayudan a que haya mayor comunicación entre las personas.</p> <p>Benefician en información para hacer tareas cuando no se cuenta con libros u otros materiales.</p> <p>Las redes sociales también benefician en comunicación con los familiares que están fuera del país.</p> <p>En los colegios se reciben y se interactúan con los compañeros.</p> <p>Mayor facilidad para acceder a otra información.</p> <p>Se crean imágenes virtuales donde se pueden comunicar con muchas personas y no revelar su propia identidad.</p> <p>Las redes sociales son importantes porque facilita mantener información de deporte nacional e internacional.</p> <p>Trasmiten información de lo que acontece a nivel mundial.</p> <p>Sirve para buscar videos de interés que permiten informar a la población.</p> <p>Facilitan el envío de trabajos más rápidos y con menos tiempo.</p> <p>Ayudan a i intercambiar conocimientos porque en la actualidad se imparten clases por tutorías a través de internet.</p> <p>Permiten tener amistades con personas de diferentes índoles y conocer sobre su cultura.</p> <p>Se obtiene información sobre nuevos productos elaborados</p> | <p>Las redes sociales como aspecto en la opinión juvenil representan el apenas un 8% ,12% no opino y un 80% está en desacuerdo en priorizar las redes con sus amigos y no la familia (escala Likert ítems 27) En tanto jóvenes universitarios opinan que permiten mayor conocimiento de las personas y actividades que realizan a nivel mundial, ayudan a que haya mayor comunicación, benefician en información para hacer tareas cuando no se cuenta con libros u otro material. que las redes sociales ayudan a intercambiar conocimientos, una mayor facilidad para realizar los trabajos en menos tiempos y menos costo, también permiten tener amistades con personas de diferentes índoles lo que ayuda a conocer sobre otras culturas ,sin embargo aunque la mayoría de las opiniones se parcializan a favor de las redes sociales hay jóvenes que opinan que en las redes se les da más publicidad a las culturas d otros países del mundo como música, bailes modernos , nuevos cantantes por lo que se descuida la cultura nicaragüense dándole más realce a la cultura extranjera perjudicando la identidad cultural tanto del municipio como a nivel nacional.</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Entrevista | Análisis |
|----------|--------------|---|--|
| | Publicidad | <p>Los jóvenes expresaron que la publicidad influye de manera positiva.</p> <p>A través de ella les llama más la atención la música extranjera y moderna que la nacional.</p> <p>Les llama mucho la atención.</p> <p>Lo nacional no tiene mucho auge en los medios de comunicación nacionales.</p> <p>Están arraigados por lo que desean y hacer lo que nos hace sentir bien.</p> <p>La publicidad ajena no permite que practiquemos nuestra cultura.</p> <p>Los jóvenes prefieren las culturas ajenas porque no les gustan las nuestras. Les llama más la atención lo desconocido.</p> <p>Hay mayor demanda de calidad en el mercado.</p> <p>Los productos extranjeros tienen mayor textura y están a la moda.</p> <p>Las costumbres nuestras se consideran anticuadas porque las de otros países son más innovadoras e interesantes.</p> <p>Los jóvenes no conocen la costumbre de nuestro país y se interesan más por las ajenas porque tienen mayor publicidad.</p> <p>Los jóvenes somos consumistas y nos llama la atención lo de otros lugares, aunque sean más caros.</p> <p>La publicidad influye a través de las innovaciones presentadas en el mercado.</p> | <p>La publicidad tiene un 40% como aspecto transcultural debido a que los jóvenes opinaron que se debe usarlo mejor, en tecnología ya que es la base publicitaria, un 44% no está de acuerdo y el 16% no opinó, es evidente el rechazo por la cultura nacional, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida y desagradable porque son muy honesta y respetuosa, lo que hace que llame más la atención la música moderna realzan los sentimientos y es capaz de hablar por la persona, puesto que tiene más publicidad, además los jóvenes mantienen el hábito de otras culturas y consideran anticuadas las costumbres, ya que estas se transmiten de generación en generación a través de los ancestros sin ocupar de influencias de las tecnologías en su práctica diaria; además a ellos les parece muy divertido todo lo publicitario ya que están arraigados a la publicidad por lo que desean vestir y hacer lo que les parezca mejor aunque la mayoría de opiniones están a favor de la publicidad hay ciertas expresiones que manifiestan que la publicidad de culturas ajenas no permite que se practiquen las propias puesto que se adaptan a estas debido a sus publicaciones.</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Entrevista | Análisis |
|----------|-----------------|---|--|
| | Transnacionales | <p>Traen modas extranjeras por lo que los jóvenes optan por los nuevos estilos.</p> <p>Presenta cambios de diseños, modas y culturas</p> <p>Diseñan diferentes productos para invadir en aspectos culturales</p> <p>.</p> | <p>Las transnacionales como factor influyente de la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del municipio de san Sebastián de Yalí expresan que estas traen modas extranjeras por el cual ellos optan por el hecho de que en Nicaragua no hay muchos diseñadores innovadores, a ellos les satisface ver productos nuevos que les guste y comprarlos sin importar costo si no la presentación ,por lo que se podría decir que los adolescentes y jóvenes son el eje del mercado ,la demanda mayoritaria que expresa cambios de diseño innovadores modas y culturas ellos mismos experimentan diferentes estilos de vida y se mantiene actualizados ,además las transnacionales diseñan diferentes productos para invadir la aspectos culturales al usar cosa nuevas para estar a la altura ,teniendo preferencia modista ,ya que es la alegría de la juventud.</p> |
| | Comercio | <p>Les permite mayor interacción a los jóvenes.</p> <p>Se interesan ampliamente por los productos comerciales de moda.</p> <p>El comercio permite que prueben cosas nuevas.</p> <p>Al ofertar nuevas modas prefieren lucir ante la sociedad.</p> <p>El comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el nacional.</p> <p>Se dá con fines de lucro y cambios de pensamientos en los jóvenes.</p> | <p>Los jóvenes en la actualidad no se dan a conocer por las propias culturas entonces interviene el comercio de manera efectiva en los adolescentes y jóvenes mediante el exceso de tecnologías implementando estrategias para lograr sus objetivos con fines comerciales, el comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el nacional ,además se da con fines de lucro y cambio de pensamientos este se potencializa ya que ellos son los mayores consumistas y no permite que sean creativos e innovadores ,el ser consumistas deja desapercibidos los valores cristianos ,políticos, culturales y la educación .El comercio les permite que haya mayor integración por los jóvenes en diferentes aspectos de la vida económica se interesan ampliamente por estar a la moda y lucir ante la sociedad por lo que afecta en gran manera a la cultura nicaragüense ya que se prefiere la ajena.</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Entrevista | Análisis |
|----------|--------------|---|--|
| | | <p>Nos ayuda a insertarnos en las distintas actividades que realizan a nivel mundial.</p> <p>Garantiza mayor desarrollo económico mundial, por supuesto a construir una mejor cultura. Apoya a la buena relación de países en términos culturales sirve para apropiarse y ampliar la nuestra. La globalización es un fenómeno que influye de manera positiva en la identidad cultural de los jóvenes, permitiendo un mejor desarrollo e implementación de estrategias culturales, políticas y económicas.</p> | <p>ampliar la nuestra ,aunque algunos jóvenes expresan lo contrario de que la globalización interviene de manera negativa ,ya que trae estrategias diseñadoras que perjudican la cultura</p> |

Tabla n°3 Matriz de Grupo focal

| Tabla de grupo focal | | | |
|---|---------------|---|--|
| Objetivo | Sub categoría | Grupo focal (estudiantes) | Análisis |
| Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017. | Tradición | Ante sembraban con machetes y ahora se siembran con covines, tractores y sembradoras. Antes viajaban en coches jalados por animales y ahora viajan en vehículos. | El 16% tiene preferencia por tradiciones extranjeras estando de acuerdo en que deben ser iguales las nuestras a las de los otros países, por tanto, otro 16% no se expresó referente a esta afirmación, siendo mayoritario un 68%, quienes acuerdan que la cultura nicaragüense debe ser diferente además sentirse súper actualizados, tanto en aspectos económicos, sociales y culturales |
| | . | Los nica no han tenido ideas para para elaborarlos o talvez no tienen la facilidad. La necesidad | |

| Objetivo | Subcategoría | Instrumento | Análisis |
|----------|--------------------|---|---|
| | Pérdida de valores | <p>Se han perdido por la tecnología ha venido avanzando a través de los científicos.</p> <p>Las personas no la practican por que miran u observan otros medios que facilitan realizar las actividades más rápidas</p> | <p>Los valores no son importantes en plano de los jóvenes, ya que la tecnología y espacios de socialización actual son lo más importante, desligando las actitudes humanas culturales, contribuyendo a la pérdida de valores.</p> |

4.8.2 Procedimiento Metodológico del estudio

El estudio se realizó en cuatro fases que estructura el proceso de la investigación: Fase de planificación o preparatoria, ejecución, análisis e informe final o fase informativa.

Primera Fase

Fase de planificación o preparatoria: Se visualizó una situación negativa inicial en el medio, luego se convirtió en problema redactando una pregunta generadora ¿Cuáles son las repercusiones de la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes? A partir de la interrogante surge el tema general, el cual fue delimitado de la siguiente manera, Influencia de la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017.

Seguidamente se elaboraron los objetivos, primeramente, un general, derivando tres objetivos específicos. Estando claros de cuál es el problema, por qué y para qué se va a investigar, se realizó la justificación, luego se procedió a consultar los antecedentes, y la recopilación de los datos teóricos que sustentan el trabajo; también se elaboraron los instrumentos de acuerdo a los objetivos y categorías, trabajados en una matriz de operacionalización de objetivos (ver anexos).

Segunda fase

Fase de ejecución o trabajo de campo:

Se hizo la selección de la muestra de manera intencional por cuotas, presentando estas características diferentes en nivel académico y status sociocultural.

Ya elaborados los instrumentos basados en las categorías, subcategorías y su definición, se procedió a aplicar instrumentos a la muestra seleccionada, quienes brindaron la información necesaria para la investigación.

Tercera fase: Fase Analítica

Para el análisis de la información recopilada a través de los instrumentos (Escala Likert, entrevista y grupo focal) fue necesaria la elaboración de una tabla en Microsoft Word, la que contiene la información, donde se compararon los resultados.

Cuarta fase: Informe final o fase informativa

En la elaboración del informe final fue necesario realizar el análisis de los resultados obtenidos en los instrumentos los cuales fueron triangulados, procediendo a realizar las conclusiones y recomendaciones.

4.8.3.- Consideraciones Éticas

Consideraciones de los instrumentos utilizados:

Los instrumentos se elaboraron en base a la realidad e incluyendo algunas consideraciones teóricas; se aplicaron en la vía pública, en el parque del municipio, en los hogares y en un centro escolar. La información recopilada conserva su originalidad, la cual ésta reflejada en las tablas Microsoft Word.

Esta investigación es cualitativa por lo que fue fundamental la comunicación entre los adolescentes y jóvenes. Se realizó un contrato con los sujetos de investigación, expresándoles el objetivo de la investigación y que en ella se guardaría la confidencialidad, ya que se realizó con fines sociales. El Contrato se elaboró presentando un permiso de las autoridades del centro educativo y a través del dialogo entre los investigados.

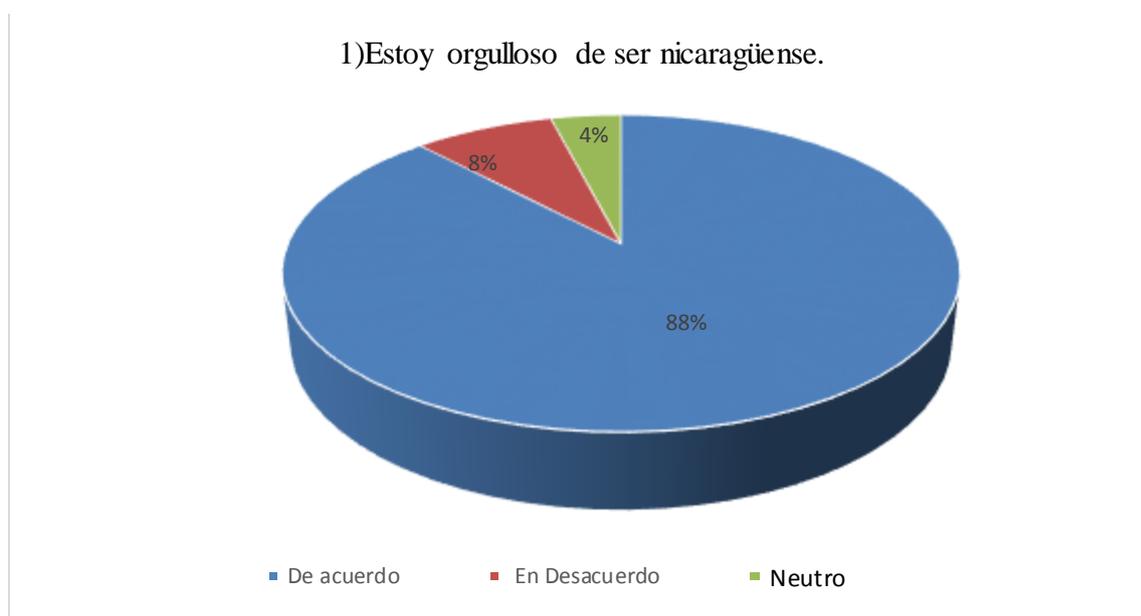
Se elaboró material para llevar a cabo los diferentes instrumentos de investigación, que se hicieron lo más claros y precisos para que no les generara dudas acerca de lo que se les estaba interrogando. Posteriormente se les reunió en lugares estratégicos como en parques, centro educativo y en los hogares para proceder a la aplicación de los instrumentos. Se interactuó de manera respetuosa con los informantes aclarándoles que los investigadores tienen ética en la información proporcionada. Seguidamente se les agradeció a los informantes por brindar tiempo para contribuir con dicha investigación.

Después se analizó y se trianguló la información mediante formatos que fueron proporcionados por docentes tutores de esta investigación.

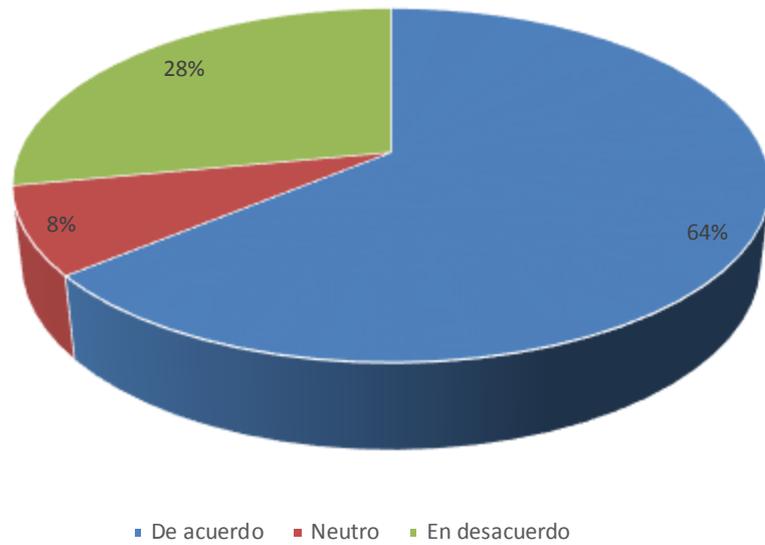
V. Análisis y discusión de Resultados

5.1 Aspectos transculturales y situación actual de la identidad Cultural en los jóvenes.

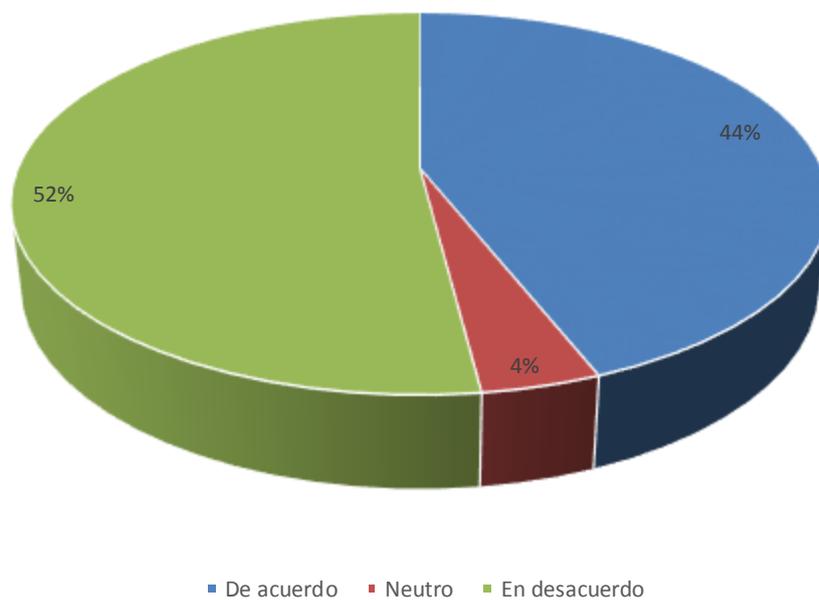
Los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, refiriéndose a la situación actual y aspectos transculturales de la identidad cultural, con relación a la identidad nacional de los jóvenes, en un 32% no presentan interés por conocer personajes, hechos históricos y sentirse orgullosos de ser Nicaragüense; un 12 % no omite opinión alguna debido al desconocimiento de los mismos. La actitud de los jóvenes no está en la línea de sentirse identificados con legados culturales que les representan a nivel nacional e internacional, esto permite que haya mayor influencia extranjera en los distintos ámbitos de vivencia. Véase ejemplo a continuación.



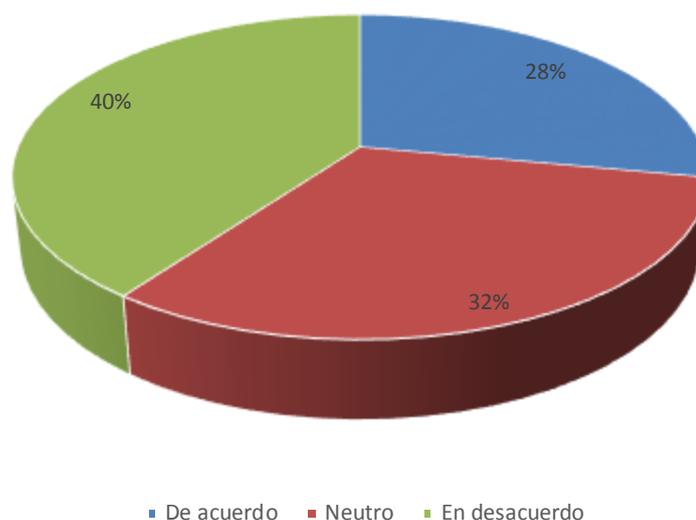
3) A Nicaragua la conocen en el mundo por Rubén Darío y Augusto C.Sandino.



22) Hechos históricos de Nicaragua, tales como la Batalla de San Jancinto y la Revolución Popular Sandinista no interesan.



31) No conosco el pais de origen de Carlos Mejia y si conosco el de Daddy Yankee.



La identidad cultural de estos jóvenes entrevistados la representa un 64%, ya que un 24% de ellos no comulgan con actividades culturales de su municipio, así como el respeto mismo a los ancianos y solidaridad con ellos, y no sienten entusiasmo por fiestas patrias, patronales, así como compartir actitudes positivas para transmitir la cultura, no importando si la cultura de un pueblo se moderniza, también 12 % de jóvenes no omite su opinión, independientemente que el porcentaje negativo sea menor, quedan espacios que no están llenos de aspectos nacionales y se debe analizar sobre ello (véase anexo n°7, planteamientos N° 7,8,10,12,13,15,16,17,18,20,28,29,30) .

El 20% de los jóvenes no están interesados en practicar valores indispensables en la familia, como el respeto a las costumbres de las demás personas, la comunicación y a las tradiciones y costumbres del municipio o país, 8% se abstiene en la opinión, siendo de gran relevancia que el 72% esté interesado en su acervo cultural. En la actualidad los jóvenes no practican grandes expresiones culturales, lo que los hace indiferentes a todo esto (véase anexo7.items 4, 10, 21)

El 16% tiene preferencia por tradiciones extranjeras, estando de acuerdo en que deben ser iguales las nuestras a las de los otros países; otro 16% no se expresó referente a esta afirmación, siendo mayoritario un 68%, quienes expresan estar de acuerdo en que la cultura nicaragüense debe ser diferente, se puede asociar a la forma de pensar y estilo de vida de los jóvenes los que viven en distintos espacios sociales (véase anexon°7, planteamiento n°10)

Un 22% ven la música como aspecto transcultural ya que, manifiestan no sentir simpatía e inspiración por la música de los años setenta y la actual nicaragüense, así mismo un 6% no emitió opinión, siendo un 72% los que sí están de acuerdo, los jóvenes desconocen la música nicaragüense lo que los hace tener miradas y tendencias internacionales (véase anexo n°7, ítems 5,23)

El 88% de los jóvenes están interesados en los bailes nicaragüenses, un 8% no opinó y el 4% está en desacuerdo, se ha evidenciado que no hay prácticas de este aspecto identitarios nacional (véase anexo n°7, planteamiento 24)

La gastronomía nicaragüense presenta un 28% de no aceptación por los jóvenes, pero un 72% representa la aceptación de la misma, la juventud del municipio de San Sebastián de Yalí, le gusta consumir, pero no todos conocen su importancia y significado (véase anexo n°7, planteamiento 11y 25).

Los jóvenes en un 72% están en desacuerdo en comprar vestuario y calzado para estar a la altura, pero un 12% no opinó y el 16% lo ve como prioridad máxima, las formas de vestir dejan ver que esto se ha convertido en una condición de la modernidad de los jóvenes (véase anexo n°7, planteamiento n°32)

En cuanto al uso de lenguaje nuevo y extranjero para ser popular, un 44% se siente identificado estando de acuerdo, un 4% no manifestó su opinión y el 52% está en desacuerdo, este porcentaje demuestra cómo fácilmente los jóvenes cambian la originalidad de la cultura (véase anexo n°7, planteamientos n°26 y 30)

El 56% de los jóvenes se interesan de manera contundente con la moda, siendo un aspecto transcultural con mayor arraigo, el 6% no opina y el 38% está en desacuerdo, también aquí se visualiza la inclinación por el marquisismo y productos populares.

5.2 Factores que inciden en la Transculturación de la identidad cultural

Los jóvenes opinan que las redes sociales ayudan a intercambiar conocimientos, a una mayor facilidad para realizar los trabajos en menos tiempos y menos costo, también permiten tener amistades con personas de diferente índole, lo que ayuda a conocer sobre otras culturas; sin embargo, aunque la mayoría de las opiniones se parcializan a favor de las redes sociales, hay jóvenes que opinan que en las redes se les da más publicidad a las culturas de otros países del mundo, como música, bailes modernos, nuevos cantantes, por lo que se descuida la cultura nicaragüense, dándole más realce a la cultura extranjera, perjudicando la identidad cultural tanto del municipio como a nivel nacional. Las redes sociales como aspecto en la opinión juvenil representan apenas un 8%, 12% no opinó y un 80% está en desacuerdo en priorizar las redes con sus amigos y no la familia (escala Likert ítems 27) En tanto, jóvenes universitarios opinan que permiten mayor conocimiento de las personas y actividades que realizan a nivel mundial. Como lo expresa José Rodríguez las redes sociales se definen como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. Rodríguez (2009).

Otro factor de la transculturación referido a la identidad cultural es la publicidad. Aquí es evidente el rechazo por la cultura nacional, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida y desagradable porque es muy honesta y respetuosa, lo que hace que llame más la atención la música moderna donde se realzan los sentimientos y es capaz de hablar por la persona, puesto que tiene más publicidad; además, los jóvenes mantienen el hábito de otras culturas y consideran anticuadas las costumbres, ya que estas se transmiten de generación en generación a través de los ancestros, sin ocupar de influencias de las tecnologías en su práctica diaria; además a ellos les parece muy divertido todo lo les parezca mejor. Aunque la mayoría de opiniones están a favor de la publicidad hay ciertas expresiones que manifiestan que la publicidad de culturas ajenas no permite que se practiquen las propias, puesto que se adaptan a estas debido a sus publicaciones. La publicidad tiene un 40% como aspecto transcultural, debido a que los jóvenes opinaron que se debe usar lo mejor en tecnología, ya que es la base publicitaria, un 44% no está de acuerdo y el 16% no opinó.

Los adolescentes y jóvenes también expresan que la publicidad parece muy importante en su vida diaria porque genera demanda en el mercado, además se presentan diferentes productos y

tradiciones. Como lo define Ivan Thompson la publicidad es un esfuerzo pagado transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir. Thompson (2005)

Los jóvenes en la actualidad no se dan a conocer por las propias culturas, entonces interviene el comercio de manera efectiva en los adolescentes y jóvenes, mediante el exceso de tecnologías implementando estrategias para lograr sus objetivos con fines comerciales, el comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el nacional, además se da con fines de lucro y cambio de pensamientos. Este se potencializa, ya que ellos son los mayores consumistas y no permite que sean creativos e innovadores; el ser consumistas deja desapercibidos los valores cristianos, políticos, culturales y la educación. El comercio les permite que haya mayor integración por los jóvenes en diferentes aspectos de la vida económica se interesan ampliamente por estar a la moda y lucir ante la sociedad por lo que afecta en gran manera a la cultura nicaragüense, ya que se prefiere la ajena, así como lo expresa el autor Madhu Chetuparambil, el comercio social es un fenómeno nuevo que ha llegado al comercio electrónico como un vendaval que ha surgido a lo largo de los años y ha tenido una adopción rápida. Chetuparambil (2009).

Con relación a las transnacionales como factor influyente en la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, expresan que estas traen modas extranjeras a las cuales ellos optan por el hecho de que en Nicaragua no hay muchos diseñadores innovadores; a ellos les satisface ver productos nuevos que les gusten y comprarlos sin importar su costo, sino la presentación, por lo que se podría decir que los adolescentes y jóvenes son el eje del mercado, además las transnacionales diseñan diferentes productos para invadir los aspectos culturales al usar cosas nuevas para estar a la altura, teniendo preferencia modista, ya que es la alegría de la juventud, según los autores Allen y Semenik definen publicidad como un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir'' Thompsom (2005).

La globalización como factor referido a la transculturación de la identidad cultural es un fenómeno que influye de manera positiva en los adolescentes y jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí; permite conocer culturas de otros países así como productos que son de beneficio para las necesidades personales, ayuda a insertarse en las distintas actividades que se realizan a nivel mundial garantizando mejor desarrollo económico y por supuesto a promover una mejor cultura; también apoya a las buenas relaciones de países en términos culturales, sirve para apropiarse y ampliar la nuestra, aunque algunos jóvenes expresan lo contrario: que la

globalización interviene de manera negativa, ya que trae estrategias diseñadoras que perjudican la cultura, como señala Fuentes la globalización es un proceso universal que se experimenta de forma uniforme en todo el planeta’’ Fuentes (2010).

5.3 Consecuencias de la Transculturación de la Identidad Cultural

Hoy en día el uso de recursos de trabajo como la piedra de moler, el machete, el espeque, hachas, coches y animales como medio de transportes ya no existen, porque las máquinas y medios de transporte a motor han suplantado estas, porque la ciencia y la tecnología avanzan, existiendo nuevos medios que facilitan la vida de los seres humanos, además consideran importantes conocer culturas ajenas para tener conocimientos de lo que acontece a nivel mundial, pasando a primer plano la modernidad cultural.

Los jóvenes tienen presentes elementos culturales de otros países porque desconocen y desvalorizan la cultura de su territorio, por lo que expresan que los nicaragüenses no tienen creatividad en tecnología, tampoco existe música que los motive ni productos que propicien el desarrollo del país; es por ello que la transculturación toma posesión en la vida de los jóvenes como lo expresa el autor Jose Rodríguez ‘Transculturación, asimilación de un grupo social o un pueblo de rasgos culturales ajenos’’ Rodríguez (2004).

| Jóvenes del área rural | Jóvenes del área urbana | Jóvenes de ambos lugares |
|--|--|--|
| Menos participación en actividades culturales e inserción en las redes sociales. | Mayor inserción en redes sociales y medios tecnológicos. | Los jóvenes desconocen muchos aspectos importantes y necesarios para conservar la cultura. |
| Conservan algunos valores culturales, como el respeto, la solidaridad y unión familiar. | Dedican mayor tiempo a navegar en las redes sociales y se interesan por la publicidad. | Se han perdido algunos valores culturales porque se le da más prioridad al avance tecnológico. |
| Desconocen sobre la historia nacional, pero hay mayor respeto a la misma. | Desconocen la historia nacional, se involucran en otras actividades ajenas. | Los jóvenes desconocen sobre la historia del país, no se le da mucha importancia. |
| Tienen preferencia por la moda y nuevos estilos por influencias extranjeras. | Tienen preferencia por la moda y nuevos estilos por influencias extranjeras se interesan mucho en nuevos estilos y marcas. | Fácilmente se dejan llevar por la publicidad y el comercio. |
| No se evidencia la práctica de bailes y música de cantantes nicaragüenses como Carlos Mejía Godoy. | No se evidencia la práctica de bailes y música de cantantes | Los adolescentes y jóvenes no practican bailes ni música |

| | | |
|--|---|---|
| | nicaragüenses, porque practican de otros lugares. | nicaragüense, tienen preferencia por las extranjeras. |
|--|---|---|

Los jóvenes a diario comparten las novedades de la sociedad tecnológica, la cual resulta llamativa e innovadora, se vuelve necesaria en sus vidas diarias para sentirse actualizados en aspectos económicos sociales y culturales.

En tanto se hace un análisis total de la transculturación de la identidad cultural según el área geográfica del estudio, Malano, define Identidad cultural como “Conjunto de valores, tradiciones, símbolos creencias y modos de comportamientos que funcionan como elemento dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad” Malano (2013).

Comparación de la información analizada en el área rural y urbana. Tabla n°2

Análisis de la identidad cultural de los jóvenes universitarios.

Jóvenes universitarios del municipio de San Sebastián de Yalí.

Existen ideas transculturizadas respecto a la identidad cultural ya que sus opiniones apuntan a la importancia del comercio, la publicidad, las redes sociales, productos llamativos de las transnacionales la cual se comprueba por sus actitudes.

El Factor transcultural más fuerte como es la globalización, es desconocido en su término y su efecto.

No están convencidos de la identidad cultural y su práctica por su desconocimiento.

Los jóvenes no tienen una formación sólida en la identidad cultural.

Tabla n°3. Identidad Cultural de Jóvenes universitarios

5.4.-Acciones propuestas para promoción de la Identidad Cultural

| Que Hacer | Como Hacerlo | Quien debe hacerlo |
|--|---|---|
| MINED | | |
| Dar mayor énfasis a la cultura nacional en la educación de los niños desde el hogar y llevar una transición lógica desde el preescolar, primaria, secundaria y la universidad. | Incluir temas de Identidad Cultural en las sesiones con madres y padres, orientándoles cómo enseñarles a sus hijos la cultura e identidad. | Cuerpo de docentes |
| Promover la Identidad Nacional de manera dinámica y motivadora | Realizar acciones alcanzables en base al contexto Involucrar a la comunidad Educativa incluyendo líderes y lideresas, madres y padres de familia, otras instituciones | MINED |
| Otras Instituciones | | |
| Divulgar los resultados de la investigación y las recomendaciones necesarias a diferentes actores | Mediante actividades de participación Masiva - Realizando actividades enfocadas en el rescate de la Identidad Nacional - Realizar actividades de rescate de la Identidad Nacional en base al contexto | INTUR, MEFCA, Alcaldía MINED |
| Brindar estrategias innovadoras o alternativas de solución para el rescate de la identidad cultural. | Elaboración y divulgación de documentos de información. - Realización de campañas de sus actividades con la identidad cultural como eje transversal | INTUR, MEFCA, Alcaldía, MINED. |
| Promover el intercambio y participación comunitaria | Realizando concursos, intercambios, charlas | INTUR, MEFCA, Alcaldía, MINED |

| Familia | | |
|--|--|---|
| Promover valores de formación integral en la cultura en los hijos e hijas para comprender sobre la importancia que tiene la identidad cultural. | Compartiendo historias y juegos de su infancia, contando leyendas tradicionales y utilizándolas en las tareas de sus hijas e hijos Asistiendo a actividades de promoción de la cultura de su Municipio o comunidad | Madres, padres y abuelos |
| Involucrarse en las actividades culturales que realizan en el lugar donde conviven para fortalecer la identidad cultural en niños, jóvenes y adolescentes. | Participando con su hijas e hijos en actividades comunitarias (elaboración de alimentos tradicionales, manualidades, dibujo, bailes) | Madres, padres y abuelos |
| Autores de investigación. | | |
| Promover el fortalecimiento de la identidad cultural mediante el uso de redes sociales. | Mediante publicación de videos, fotos de lugares históricos que son parte del patrimonio cultural. Realizar festivales de arte, cultura y tradición en coordinación con docentes en los sitios de estudios. Distribuir material de información y del legado cultural del municipio de San Sebastián de Yali y de estrategias metodológicas a docentes y educadores de los sitios de estudio. | Autores de trabajo investigativo. Docentes de lugares de estudio de investigación. Autores de tesis de investigación. |

VI. Conclusiones

Al finalizar este proceso de investigación se evidenció que la transculturación es un grave proceso que está afectando a la población juvenil y adolescencia, en especial a la del municipio de San Sebastián de Yalí.

Es de gran preocupación la forma en que avanzan nuevas culturas en el territorio de estudio, esto se da porque existen factores transculturales presentes en la vida y actitudes de los jóvenes, las cuales son acogidas.

En el análisis de los factores que inciden en la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes es evidente que son muchos los factores que apoyan e influyen en el cambio de la identidad cultural, en la pérdida de valores, adopción de otras culturas y desvalorización de la misma; la globalización es factor que encierra diferentes elementos de transculturación (especialmente el económico a través de la compra de productos no necesarios), siendo este agente principal de este proceso que los jóvenes desconocen en su totalidad.

Entre los aspectos transculturales presentes en la identidad cultural de los adolescentes y jóvenes se describen: que la cultura nacional no está muy arraigada en los jóvenes y adolescentes, por lo que es fácil el acceso a nuevas culturas; además, desconocen sobre la historia nacional, por la cual no muestran interés en los temas culturales, no existe una significación de ella en su formación. En estos jóvenes se comprueba a cabalidad que están transculturizados, por lo que, para ellos, la sociedad del conocimiento tecnológico es la esencia de la modernidad.

Existe una gran diversidad de factores que inciden de forma directa en la modificación de la cultura, como las redes sociales, la publicidad, el comercio, las transnacionales y por ende la globalización, en donde a los jóvenes les llama la atención lo que día a día se presenta; estos intervienen de manera negativa en los jóvenes y adolescentes. También el comercio atrae mucho la atención en los jóvenes, por lo que se considera otro factor muy potente de influencia en los jóvenes para que la cultura se modifique.

Estos factores provienen de los países que presentan un mayor desarrollo económico y comercial, por lo que las sociedades en subdesarrollo presentan actitudes consumistas materialistas y se va perdiendo la identidad cultural de los pueblos a pasos gigantescos sin darse cuenta.

Las consecuencias de la transculturación en adolescentes y jóvenes son el aislamiento de actividades que fortalecen la identidad cultural, por lo que la misma se verá debilitada y anulada a causa de la transmisión de nuevas costumbres y tradiciones; la tecnología toma posición fundamental tanto en redes sociales como en la información, por lo que la juventud no procesa pensamientos creativos, estos jóvenes no presentan una cultura política necesaria para discernir las situaciones nacionales; el trabajo no es prioridad en un 100% lo cual afectará la economía de manera efectiva porque no están convencidos de sus deberes, los jóvenes son llevados por los espacios publicitarios mediante la comunicación audiovisual que en un determinado tiempo afectará la salud corporal y mental de los jóvenes y adolescentes.

Las futuras generaciones no tendrán un modelo y patrón de cultura nacional, porque en la actualidad y a temprana edad los niños se van acomodando y adaptando a las culturas extranjeras vigentes, lo que lleva a la pérdida de la cultura y adopción de otras, siendo este el significado de la palabra “transculturación”.

VII. Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación surgen las siguientes recomendaciones dirigidas a:

Al MINED:

- Implementar estrategias innovadoras sobre el rescate de la identidad cultural en los centros educativos desde el preescolar, para que los niños aprendan a cultivar amor y respeto a la cultura nacional, y que los adolescentes y jóvenes tomen conciencia de practicar y rescatar su propia cultura, mediante Estudios Sociales en primaria y ECA y Ciencias Sociales en secundaria.

Alcaldía y organizaciones gubernamentales

- Promover clubes de formación cultural juvenil con los adolescentes y jóvenes para divulgar la importancia que tiene la identidad cultural y buscar estrategias para conservarla.

Jóvenes

- Involucrarse en las actividades culturales que realizan en el Municipio como una alternativa para rescatar las tradiciones y costumbres como riqueza cultural del municipio.

ONG's

- Utilizar estrategias creativas e innovadoras que permitan el involucramiento de los adolescentes y jóvenes en actividades culturales, para rescatar y conservar la cultura.

A FAREM:

- Incluir en el pensum de las diferentes carreras una frecuencia de arte, cultura y tradición, y crear espacios culturales donde participen todos los estudiantes de diferentes carreras, no sólo los de educación, sino que se relacionen para promover la conservación y protección de la cultura nacional, en las diversas actividades que se realizan con fines de rescate cultural y social.

VII Bibliografía

- Barlandini, S. (2002). Jovenes, tecnología, participación y consumo. *CLACSO.*, 38. Obtenido de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101023013657/balardini.pdf>
- Castro, M. (2010). *identidad*. Obtenido de Google.com: <http://www.definicion.de>
- Chetuparambil, M. (Noviembre de 2009). *Comercio social*. Obtenido de google.com: <http://www.Definicion-de-comercio-social>.
- Fuentes, R. (2010). *Globalización y su impacto en el derecho constitucional*. Obtenido de Google.com: <http://www.definicion.de.com>
- Galeano, E. (1971). *Las Venas Abiertas de America Latina*. MexicoDF: S.a.dc.cv.cerro del agua.
- Huntington, S. (1997). *El choque se civilizaciones*. Obtenido de Google.com: <http://www.blogspot.com>
- Izamar. (Agosto de 2015). *Identidad cultural*. Obtenido de Google.com: <https://www.definicion.de>
- Joppke, C. (2000). Immigration and the Nation state. *The united state Germany E B Taylor 1871 and gread Britain*, 158.
- López, E. (Viernes de Febrero de 2013). *Educacion y ciencia*. Obtenido de Google.com: <http://www.blogspot.com>
- Malano, O. (2013). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 46.
- Méndez, N. (Marzo de 2005). La juventud en la publicidad. *Estudios de juventud*.(68), 68.
- Ordoñez, J. y. (2015). Rasgos identitarios de la cultura popular nicarguense presentes en las letras de la Cuneta Son Machin. Esteli, Nicaragua. Recuperado el 08 de Abril de 2017
- Perez Julian., Gardey Ana. (2010). *identidad nacional*. Obtenido de Google.com: <https://www.definicionabc.com>
- Perez, J. (2010). *Tradicion*. Obtenido de Google.com: <https://wwwdefinicion.de>
- Perez, J. G. (2010). *identidad nacional*. Obtenido de Google.com: <http://www.definicion.de>
- Pineda Zanchez, A. (01 de junio de 2009). Factores que dete rminan el comportamiento, la capacidad y la cultura de uno de los paises con mas alto desarrollo tecnologico, Japon. Tamaulipas, Mexico.
- Quintero, H. R. (2010). *Centro de tesis, documentos, publicaciones y recursos educativos*. monografia.com.sa.
- Rendón, K. A. (2014). *Responsabilidad compartida de padres y docentes para la práctica de valores en los niños de educaion basica'' Jorje Villacrés Moscoso'' de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de Google.com: <http://www.monografias.com>

- Rodriguez Diez, J. (2004). *Transculturación, interculturación, enculturación y aculturación*. Obtenido de Google.com: <http://www.redalyc.com>
- Rodriguez, J. M. (Octubre de 2009). *Redes sociales*. Obtenido de Google.com: <http://www.boletinelectronico.com>
- Rojas, M. (2010). *Identidad y cultura*. Obtenido de Google.com: <http://www.redalyc.com>
- Salazar, L. (2001.). *La transculturación genesis de la identidad y un camino hacia la globalización*. Obtenido de Google.com: <https://www.liceus.com>
- Sampieri, E. (2014). *Selección de una muestra*. Obtenido de Google.com: <http://www.elosopanda.com>
- Thompson, I. (2005). *Publicidad*. Obtenido de Google.com: <http://www.marketingpower.com>
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *Publicidad*. Obtenido de Google.com: <http://www.definición.de.com>
- Tinoco, B. y. (2006). Cambios significantes en la identidad lingüística oral de undécimo grado. Esteli, Nicaragua. Recuperado el Noviembre de 2017
- Trajtenberg, R. (Agosto. de 1999). *Empresa transnacional*. Obtenido de Google.com: <http://www.concepto.de>.
- UNAN Managua. (2017). Valores e identidad nacional. *Diplomado de liderazgo en la gestión educativa*. Managua., Nicaragua: UNAN.
- UNESCO. (2003). *convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Obtenido de Google.com: <http://www.definicion.de>
- UNESCO. (2003). <http://convencionpara.la.salvaguardia.del.patrimonio.cultural.inmaterial>.
- UNESCO. (2009). *Cultura*. Obtenido de Google.com: <https://www.significados.com>
- Vilas, Nogueira, J. (Octubre - Noviembre de 1994). Identidad Cultural; conflicto cultural y violencia. *Revista de estudios políticos Nueva época n°86*.
- Vilchez, Y. V. (2007). Influencia de la globalización en la identidad lingüística cultural de los estudiantes de secundaria. Ocotal, Nicaragua. Recuperado el Septiembre de 2017

VII Anexos

Anexo N°1

Tabla n°4 Matriz de Entrevista

| Objetivo | Subcategorías | Entrevista | Análisis. |
|--|-----------------------|--|---|
| <p>Analizar la influencia de la transculturación en adolescentes y jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yali, en el II Semestre del año 2017.</p> | <p>Redes sociales</p> | <p>Las redes sociales permiten mayor conocimiento de las personas y actividades que realizan a nivel mundial. Ayudan a que haya mayor comunicación entre las personas. Benefician en información para hacer tareas cuando no se cuenta con libros u otros materiales. Las redes sociales también benefician en comunicación con los familiares que están fuera del país. En los colegios se reciben y se interactúan con los compañeros. Mayor facilidad para acceder a otra información. Se crean imágenes virtuales donde se pueden comunicar con muchas personas y no revelar su propia identidad. Las redes sociales son importantes porque facilita mantener información de deporte nacional e internacional. Trasmiten información de lo que acontece a nivel mundial. Sirve para buscar videos de interés que permiten informar a la población. Facilitan el envío de trabajos más rápidos y con menos tiempo. Ayudan a i intercambiar conocimientos porque en la actualidad se imparten clases por tutorías a través de internet.</p> <p>Permiten tener amistades con personas de diferentes índoles y conocer sobre su cultura. Se obtiene información sobre nuevos productos elaborados</p> | <p>Las redes sociales como aspecto en la opinión juvenil representan el apenas un 8% ,12% no opino y un 80% está en desacuerdo en priorizar las redes con sus amigos y no la familia (escala Likert ítems 27) En tanto jóvenes universitarios opinan que permiten mayor conocimiento de las personas y actividades que realizan a nivel mundial, ayudan a que haya mayor comunicación, benefician en información para hacer tareas cuando no se cuenta con libros u otro material. que las redes sociales ayudan a intercambiar conocimientos, una mayor facilidad para realizar los trabajos en menos tiempos y menos costo, también permiten tener amistades con personas de diferentes índoles lo que ayuda a conocer sobre otras culturas ,sin embargo aunque la mayoría de las opiniones se parcializan a favor de las redes sociales hay jóvenes que opinan que en las redes se les da más publicidad a las culturas d otros países del mundo como música, bailes modernos , nuevos cantantes por lo que se descuida la cultura nicaragüense dándole más realce a la cultura extranjera perjudicando la identidad cultural tanto del municipio como a nivel nacional.</p> |

| | | | |
|--|-------------------|---|---|
| | <p>Publicidad</p> | <p>Los jóvenes expresaron que la publicidad influye de manera positiva. A través de ella les llama más la atención la música extranjera y moderna que la nacional. Les llama mucho la atención. Lo nacional no tiene mucho auge en los medios de comunicación nacionales. Están arraigados por lo que desean y hacer lo que nos hace sentir bien. La publicidad ajena no permite que practiquemos nuestra cultura. Los jóvenes prefieren las culturas ajenas porque no les gustan las nuestras. Les llama más la atención lo desconocido. Hay mayor demanda de calidad en el mercado. Los productos extranjeros tienen mayor textura y están a la moda. Las costumbres nuestras se consideran anticuadas porque las de otros países son más innovadoras e interesantes. Los jóvenes no conocen la costumbre de nuestro país y se interesan más por las ajenas porque tienen mayor publicidad. Los jóvenes somos consumistas y nos llama la atención lo de otros lugares, aunque sean más caros. La publicidad influye a través de las innovaciones presentadas en el mercado.</p> | <p>La publicidad tiene un 40% como aspecto transcultural debido a que los jóvenes opinaron que se debe usar lo mejor, en tecnología ya que es la base publicitaria, un 44% no está de acuerdo y el 16% no opinó, es evidente el rechazo por la cultura nacional, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida y desagradable porque son muy honesta y respetuosa, lo que hace que llame más la atención la música moderna realzan los sentimientos y es capaz de hablar por la persona, puesto que tiene más publicidad, además los jóvenes mantienen el hábito de otras culturas y consideran anticuadas las costumbres, ya que estas se transmiten de generación en generación a través de los ancestros sin ocupar de influencias de las tecnologías en su práctica diaria; además a ellos les parece muy divertido todo lo publicitario ya que están arraigados a la publicidad por lo que desean vestir y hacer lo que les parezca mejor aunque la mayoría de opiniones están a favor de la publicidad hay ciertas expresiones que manifiestan que la publicidad de culturas ajenas no permite que se practiquen las propias puesto que se adaptan a estas debido a sus publicaciones.</p> |
|--|-------------------|---|---|

| Objetivo | Subcategoría | Entrevista | Análisis |
|----------|-----------------|---|--|
| | Transnacionales | <p>Traen modas extranjeras por lo que los jóvenes optan por los nuevos estilos. Presenta cambios de diseños, modas y culturas Diseñan diferentes productos para invadir en aspectos culturales .</p> | <p>Las transnacionales como factor influyente de la transculturación de la identidad cultural en los adolescentes y jóvenes del municipio de san Sebastián de Yalí expresan que estas traen modas extranjeras por el cual ellos optan por el hecho de que en Nicaragua no hay muchos diseñadores innovadores, a ellos les satisface ver productos nuevos que les guste y comprarlos sin importar costo si no la presentación ,por lo que se podría decir que los adolescentes y jóvenes son el eje del mercado ,la demanda mayoritaria que expresa cambios de diseño innovadores modas y culturas ellos mismos experimentan diferentes estilos de vida y se mantiene actualizados ,además las transnacionales diseñan diferentes productos para invadir la aspectos culturales al usar cosa nuevas para estar a la altura ,teniendo preferencia modista ,ya que es la alegría de la juventud.</p> |
| | Comercio | <p>Les permite mayor interacción a los jóvenes. Se interesan ampliamente por los productos comerciales de moda. El comercio permite que prueben cosas nuevas. Al ofertar nuevas modas prefieren lucir ante la sociedad. El comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el nacional. Se dá con fines de lucro y cambios de pensamientos en los jóvenes.</p> | <p>Los jóvenes en la actualidad no se dan a conocer por las propias culturas entonces interviene el comercio de manera efectiva en los adolescentes y jóvenes mediante el exceso de tecnologías implementando estrategias para lograr sus objetivos con fines comerciales, el comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el nacional ,además se da con fines de lucro y cambio de pensamientos este se potencializa ya que ellos son los mayores consumistas y no permite que sean creativos e innovadores ,el ser consumistas deja desapercibidos los valores cristianos ,políticos, culturales y la educación .El comercio les permite que haya mayor integración por los jóvenes en diferentes aspectos de la vida económica se interesan ampliamente por estar a la moda y lucir ante la sociedad por lo que afecta en gran manera a la cultura nicaragüense ya que se prefiere la ajena.</p> |
| | Globalización | <p>La globalización influye de manera negativa, ayudando a que los jóvenes se introduzcan en ella misma al ofrecer nuevos productos y que día a día se van modificando teniéndose que acostumbrarse a ellos. La globalización permite conocer cultura de otros países, así como productos que son de beneficio, para las necesidades personales.</p> | <p>La globalización como factor referido a la transculturación de la identidad cultural es un fenómeno que influye de manera positiva en los adolescentes y jóvenes del municipio de san Sebastián de Yalí permite conocer culturas de otros países así como producto que son de beneficio para las necesidades personales, ayuda a insertarse en las distintas actividades que se realizan a nivel mundial garantizando mejor desarrollo económico ,por su puesto a promover una mejor cultura, también apoya a las buenas relaciones de países en términos culturales sirve para para apropiarse y</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | <p>Nos ayuda a insertarnos en las distintas actividades que realizan a nivel mundial.</p> <p>Garantiza mayor desarrollo económico mundial, por supuesto a construir una mejor cultura. Apoya a la buena relación de países en términos culturales sirve para apropiarse y ampliar la nuestra.</p> <p>La globalización es un fenómeno que influye de manera positiva en la identidad cultural de los jóvenes, permitiendo un mejor desarrollo e implementación de estrategias culturales, políticas y económicas.</p> | <p>ampliar la nuestra ,aunque algunos jóvenes expresan lo contrario de que la globalización interviene de manera negativa ,ya que trae estrategias diseñadoras que perjudican la cultura.</p> |
|--|--|--|---|

Tabla n°5 Matriz de Grupo focal

| Tabla de grupo focal | | | |
|---|---------------|---|--|
| Objetivo | Sub categoría | Grupo focal (estudiantes) | Análisis |
| Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017. | Tradición | Ante sembraban con machetes y ahora se siembran con covines, tractores y sembradoras. Antes viajaban en coches jalados por animales y ahora viajan en vehículos. | El 16% tiene preferencia por tradiciones extranjeras estando de acuerdo en que deben ser iguales las nuestras a las de los otros países, por tanto, otro 16% no se expresó referente a esta afirmación, siendo mayoritario un 68%, quienes acuerdan que la cultura nicaragüense debe ser diferente además sentirse súper actualizados, tanto en aspectos económicos, sociales y culturales |
| | . | Los nica no han tenido ideas para para elaborarlos o talvez no tienen la facilidad. La necesidad | |

| Objetivo | Subcategoría | Instrumento | Análisis |
|----------|--------------------|---|---|
| | Pérdida de valores | <p>Se han perdido por la tecnología ha venido avanzando a través de los científicos.</p> <p>Las personas no la practican por que miran u observan otros medios que facilitan realizar las actividades más rápidas</p> | <p>Los valores no son importantes en plano de los jóvenes, ya que la tecnología y espacios de socialización actual son lo más importante, desligando las actitudes humanas culturales, contribuyendo a la pérdida de valores.</p> |

Tabla n° 6 Matriz de Escala Likert

| objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|---|---------------------------|---|--|
| <p>Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017</p> | <p>Identidad Nacional</p> | <p>En el planteamiento n°1 el 88% de los jóvenes entrevistados están orgullosos de ser nicarguenses, 4% desconocen el contenido y el 8% están en desacuerdo. En la interrogante n°3 el 64% están de acuerdo que a Nicaragua se le conoce por Rubén Darío y Augusto C Sandino, el 8% no saben sobre el tema y el 28% está en desacuerdo. En el planteamiento n°22 el 44% está totalmente de acuerdo que no les interesan hechos históricos como la Revolución Popular Sandinista y la Batalla de san Jacinto mientras que el 52% consideran que si les interesan y el 4% no opinó al respecto. En el planteamiento n° 31 el 28% de los jóvenes expresan que no conocen el país de origen de Carlos Mejía pero si el de Daddy Yankee, en tanto el 32% no expreso su opinión y el 40% está en desacuerdo.</p> | <p>Los jóvenes en un 32% no presentan interés por conocer personajes, hechos históricos y sentirse orgullosos de ser nicarguenses, por tanto, un 12 % no emite opinión alguna debido al desconocimiento de los mismos, la actitud de los jóvenes no está en la línea de sentirse identificado con legados culturales que le representa a nivel nacional e internacional.</p> |
| | <p>Tradición</p> | <p>En el planteamiento n° 10 las costumbres y tradiciones tienen que ser diferentes a la de otros países, el 68% de los jóvenes expresa estar de acuerdo, mientras que el 16% no opino al respecto y otro 16% está en desacuerdo.</p> | <p>El 16% tiene preferencia por tradiciones extranjeras estando de acuerdo en que deben ser iguales las nuestras a las de los otros países, por tanto, otro 16% no se expreso referente a esta afirmación, siendo mayoritario un 68%, quienes acuerdan que la cultura nicarguense debe ser diferente.</p> |

| Categoría | Sub categoría | Escala Likert (Jóvenes no estudiantes) | Análisis |
|--|---------------|---|---|
| Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017 | Música | En el planteamiento n°5 Escuchar música de los cantantes nicaragüenses nos hace sentir emoción y amor por Nicaragua, el 76% está de acuerdo, mientras que el 4% no manifestó su opinión y el 20% está en desacuerdo. | Un 22% ven la música como aspecto transcultural ya que ,manifiestan no sentir simpatía e inspiración por la música de los años setenta y la actual nicaragüense, así mismo un 6% no emitió opinión ,siendo un 72% ,los que sí están de acuerdo. |
| | | En el planteamiento n° 23 la música nicaragüense de los años 70 inspira alegría y amor por Nicaragua, el 68% está de acuerdo, pero un 24% opina lo contrario, incluyendo un 8% que no opina. En el planteamiento n°33, Prefiero escuchar música de Maluma que la de Camilo Zapata, el 56% de los jóvenes expresa estar de acuerdo, mientras que el 36% está en desacuerdo y un 8% se abstiene en la respuesta. | |
| | Bailes | En el planteamiento N°24 le interesa conocer bailes y música nicaragüense porque es lo nuestro el 88% está de acuerdo, un 4% no está interesado y un 8% no emitió su opinión | El 88% de los jóvenes están interesados en los bailes nicaragüenses, un 8% no opino y el 4% está en desacuerdo |

| Objetivo | Subcategoría | Escala likert | Análisis |
|---|---------------------|---|--|
| <p>Describir la situación actual de la identidad cultural y aspectos transculturales en las actitudes de los adolescentes y jóvenes del casco urbano y de tres comunidades periféricas del Municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo semestre del año 2017</p> | Gastronomía | <p>En el planteamiento n°11 los jóvenes prefiero un Sándwich y una gaseosa, a un gallo pinto con café el 32% está de acuerdo y el 68 está en desacuerdo.</p> <p>En el planteamiento me encanta comer pizza y beber raptor y gatorade y no frijoles con queso y pinolillo, el 76% están en desacuerdo mientras que un 24% está de acuerdo.</p> | <p>La gastronomía Nicaragüense presenta un 28% de no aceptación y prioritaria en los jóvenes, pero un 72% representa la aceptación de la juventud del municipio de san Sebastián de Yali</p> |
| | Vestuario y calzado | <p>En el planteamiento compro vestuario y calzado para estar a la altura un 72% están en desacuerdo, un 12% no opinó y el 16% lo ve como prioridad máxima.</p> | <p>Los jóvenes en un 72% están en desacuerdo en comprar vestuario y calzado para estar a la altura pero un 12% no opinó y el 16% lo ve como prioridad máxima.</p> |
| | Lenguaje | <p>En el planteamiento n°26 me gusta usar palabras nuevas que salen en telenovelas y en las redes sociales que me hacen popular con mis amigos un 52% está en desacuerdo, un 44% de acuerdo y el 4% no emitió su respuesta.</p> | <p>En cuanto al uso de lenguaje nuevo y extranjero para ser popular un 44% se siente identificado estando de acuerdo ,un 4% no manifestó su opinión y el 52% está en desacuerdo</p> |
| | Moda | <p>En el planteamiento hablar como los cantantes de reggaetón es estar a la moda un 52% de la juventud está en desacuerdo y el 44% está de acuerdo y el 4% no opinó al respecto.</p> | <p>El 56% de los jóvenes se interesan de manera contundente con la moda, siendo un aspecto transcultural con mayor arraigo, el 6% no opina y el 38% está en desacuerdo</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|----------|--------------|---|---|
| | | <p>En el planteamiento vestirme como los cantantes el 60% de los jóvenes están de acuerdo, el 8 % no saben responder a la pregunta y el 32% están de acuerdo.</p> <p>En el planteamiento n°14 es tuani cortarse el pelo como los cantantes de reggaetón, el 52% de los jóvenes está de acuerdo, en cambio el 4% no opinó, el 44% está en desacuerdo</p> | |
| | Publicidad | <p>En el planteamiento n°32 Cuando publican un nuevo estilo de ropa, zapatos y celulares me intereso por comprarlo para estar a la moda el 72% está en desacuerdo, mientras que el 16% está de acuerdo y el 12% están aislados dejando neutra su respuesta</p> | <p>La publicidad tiene un 40% como aspecto transcultural debido a que los jóvenes opinaron que se debe usar lo mejor, en tecnología ya que es la base publicitaria, un 44% no está de acuerdo y el 16% no opinó, es evidente el rechazo por la cultura nacional, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida y desagradable porque son muy honesta y respetuosa, lo que hace que llame más la atención la música moderna realzan los sentimientos y es capaz de hablar por la persona, puesto que tiene más publicidad, además los jóvenes mantienen el hábito de otras culturas y consideran anticuadas las costumbres, ya que estas se transmiten de generación en generación a través de los ancestros sin ocupar de influencias de las tecnologías en su práctica diaria; además a ellos les parece muy divertido todo lo publicitario ya que están arraigados a la publicidad por lo que desean vestir y hacer lo que</p> |

| Objetivo | Subcategoría | Escala Likert | Análisis |
|----------|--------------|---------------|--|
| | | | <p>les parezca mejor aunque la mayoría de opiniones están a favor de la publicidad hay ciertas expresiones que manifiestan que la publicidad de culturas ajenas no permite que se practiquen las propias puesto que se adaptan a estas debido a sus publicaciones.</p> |

Anexo 3: Tabla n° 7

Diseño de Grupo focal

Objetivo: Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yali.

| Objetivo | Cómo técnico | Actividades a desarrollar | Tiempo | Materiales |
|--|--------------------------|---|------------|------------------|
| Garantizar una comunicación asertiva que facilita el proceso de socialización. | Dinámica de presentación | Organización de círculo con los participantes. | 15 minutos | Recursos humanos |
| Dar a conocer la importancia del tema de investigación. | Exposición Debate | Presentación de objetivos y explicar que es un grupo focal. Entrega de tarjetas individuales para contestar las siguientes preguntas introductorias. ¿Qué entiende por cultura? ¿Qué importancia considera que tiene la cultura? Debate para socializar las opiniones de cada integrante y compartir los conocimientos. Realizar socialización de la información. Tomar nota y grabación de cada actividad. | 15 minutos | Paleógrafos |

| | | | | |
|--|--------------------------|---|-------------------|---------------------------------|
| <p>Recopilar información específica de la situación actual de la identidad nacional.</p> | <p>Lluvias de ideas.</p> | <p>Realización de preguntas referente al tema de investigación.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuáles costumbres y tradiciones se practicaban antes y ya no se practican? 2. ¿Por qué se han perdido? 3. ¿Cuáles se practican ahora? 4. ¿Por qué se han tomado elementos culturales de otros países? 5. ¿De dónde se han tomado? 6. ¿Qué es lo que motiva a practicar estas culturas? 7. ¿Qué beneficios considera que acarrea la adopción de estas culturas? 8. ¿cuáles son los valores culturales que no se practica? | <p>60 minutos</p> | <p>Papel, lápiz y grabadora</p> |
|--|--------------------------|---|-------------------|---------------------------------|

| objetivo | Como técnico | Actividades a desarrollar | Tiempo | Materiales |
|--|----------------------------------|--|---------------|--------------------------|
| Recopilar información específica sobre las consecuencias de la transculturación en la vida de los jóvenes. | Consenso Trabajo de grupo | Conclusiones mediante acuerdos mutuos del grupo. Pedir a los estudiantes su participación mediante una “lluvia de ideas”, para realizar consenso de la propuesta, trabajada. ¿Cuáles son las consecuencias de seguir costumbres de otros países? El secretario debe tomar nota y grabar las opiniones de los participantes. | 20 minutos | Papel, lápiz y grabadora |
| Concluir la actividad mediante actividades creativas. | Dinámica | Agradecimiento a los participantes realizando frases creativas referidas a la cultura y a los jóvenes. | 20 minutos | Papel, lápiz y grabadora |

Anexo 4 tabla n° 8 Registro de datos de entrevista por categoría y subcategoría.

| Categoría | Subcategoría | Pregunta | Estudiante |
|---|----------------|--|---|
| Factores que inciden en la transculturación.. | Redes sociales | ¿En qué le benefician las redes sociales a la juventud? | <p>Las redes sociales también benefician en comunicación con los familiares que están fuera del país, en los colegios se reciben y se interactúa con los compañeros mayor facilidad para acceder a otra información.</p> <p>Se crean imágenes virtuales, donde se puede comunicar con muchas personas y no revelar su propia identidad.</p> <p>Las redes sociales son importantes porque facilita mantener información de deporte nacional e internacional y transmiten información de lo que acontece a nivel mundial.</p> <p>Sobre todo, a los jóvenes les gusta conocer sobre la farándula de famosos, también sirven para buscar videos de interés que permitan informar a la población, además facilitan el envío de trabajos más rápido y con menos costos.</p> <p>La juventud opina que las redes sociales ayudan a intercambiar conocimientos, porque en la actualidad se imparten clases por tutorías a través del internet.</p> <p>Es importante reconocer que, permite tener amistades con personas de diferentes índoles, y conocer sobre sus culturas y diferentes lugares como centros turísticos, parques, monumentos, catedrales elaboradas de diversas formas y figuras, se obtiene información sobre información sobre nuevos productos elaborados que llaman mucho la atención a los jóvenes, en ellas también se aprende cursos de cocina, belleza y manualidades</p> |
| | Publicidad | ¿Cómo influye la publicidad en la identidad cultural de los jóvenes? | <p>Cuando se abordó el tema de publicidad los jóvenes hacen evidente el rechazo cultural nicaragüense, ya que en sus opiniones sobresale que la música nicaragüense es aburrida lo que hace que llame más la atención la música moderna porque que tiene más publicidad.</p> <p>además, los jóvenes mantienen el hábito de y consideran anticuadas las costumbres.</p> |

| | | | |
|--|----------|---|---|
| | | <p>¿Por qué algunas personas consideran anticuadas nuestras costumbres?</p> <p>¿Cuál es el motivo por el que los jóvenes optan por modas extranjeras?</p> | <p>A los jóvenes les parece muy divertido todo lo publicitario y ven de manera aburrida y desagradable la música y costumbres nicaragüenses porque son muy honesta y respetuosa. publicidad ajena no permite que practiquemos nuestra cultura, ya que en Nicaragua no tiene mucho auge lo nuestro en los medios de comunicación.</p> <p>Los jóvenes están arraigados a la publicidad por lo que desean vestir y hacer lo que nos hace sentir bien, a veces las culturas de las propias familias no les gustan ni interesan.</p> <p>los jóvenes prefieren las culturas ajenas porque no les gustan las nuestras les llama la atención lo desconocido por ello la practican, esta influye en que si hubiese publicidad en nuestra cultura en los medios de comunicación los jóvenes formaran parte de ella.</p> <p>La publicidad a la juventud les parece un factor importante en la vida diaria ya que hay mayor demanda por calidad en el mercado, sabiendo que los productos extranjeros tienen mejor textura y están a la moda; además nuestras costumbres se consideran anticuadas</p> <p>las culturas de otros países son innovadoras e interesantes, influyendo la publicidad de manera positiva en los jóvenes.</p> |
| | Comercio | <p>¿Cómo el comercio interviene en la identidad cultural de los jóvenes?</p> | <p>. Se describe la opinión de los jóvenes en cuanto al comercio.</p> <p>El comercio permite que haya mayor integración de los jóvenes en los diferentes aspectos de la vida económica, se interesan ampliamente por los productos comerciales de moda.</p> <p>El comercio es importante para que los jóvenes prueben cosas nuevas, demanda para el comercio, ya que al ofertar nuevas modas ellos prefieren lucir ante la sociedad. jóvenes en la actualidad no se dan a la tarea de conocer nuestra cultura entonces interviene el comercio de manera efectiva en los jóvenes, mediante el exceso de tecnología, implementando estrategias para lograr sus objetivos con fines comerciales. El comercio internacional interviene de manera negativa perjudicando el comercio nacional además, se da con fines de lucro y cambio de pensamiento de los jóvenes este se potencializa porque los jóvenes son los mayores consumidores no permite que los jóvenes sean</p> |

| | | | |
|--|-----------------|---|--|
| | Transnacionales | <p>¿Por qué las empresas transnacionales diseñan productos nuevos para los jóvenes?</p> <p>¿Por qué los jóvenes se interesan por culturas ajenas?</p> | <p>creativos e innovadores el ser consumista deja desapercibidos los valores cristianos, políticos, culturales y por ende la educación.</p> <p>Transnacionales</p> <p>Las transnacionales traen modas extranjeras por el cual los jóvenes optan por el hecho de que en Nicaragua no hay muchos diseñadores innovadores, a los jóvenes les satisface ver nuevos productos que les guste y comprarlos sin importarles el costo, si no la presentación.</p> <p>Los jóvenes son el eje del mercado, la demanda mayoritaria que expresa cambio de diseños, modas y culturas, la juventud es la que experimenta diferentes estilos de vida y se mantiene actualizada, las transnacionales diseñan diferentes productos para invadir en aspectos culturales, al experimentar algo nuevo para estar a la altura, teniendo preferencia modista ya que es la alegría de la juventud.</p> |
| | Globalización | <p>¿Cuál es la importancia que tiene la globalización en la identidad cultural de los jóvenes?</p> | <p>La globalización influye de manera negativa, ayudando a que los jóvenes se introduzcan en ella misma al ofrecer nuevos productos y que día a día se van modificando teniéndose que acostumbrarse a ellos.</p> <p>La globalización permite conocer cultura de otros países, así como productos que son de beneficio, para las necesidades personales.</p> <p>Nos ayuda a insertarnos en las distintas actividades que realizan a nivel mundial.</p> <p>Garantiza mayor desarrollo económico mundial, por supuesto a construir una mejor cultura.</p> <p>Apoya a la buena relación de países en términos culturales sirve para apropiarse y ampliar la nuestra.</p> |

Anexo 5 tabla N° 9 Registro de datos de grupo focal por categoría y subcategoría.

| Categoría | Subcategoría | Pregunta | Estudiante |
|--------------------------------------|---|--|--|
| Consecuencia de la transculturación. | Pérdida de la identidad cultural. | ¿Cuáles costumbres y tradiciones se practicaban antes y ya no se practican? ¿Por qué se han perdido? | Se han perdido por que las tecnologías han venido avanzando atraves de los científicos. Las personas no lo practican por que miran u observan otros medios que facilitan realizar actividades más rápidas. Ante molían en piedra y ahora muelen en máquinas o molinos de motor. No se utilizaban herramientas como las que se utilizan ahora Ante sembraban con machetes y ahora siembran con covines tractores y sembradoras. Ante viajaban en coches halados por animales y ahora viajan en vehículos. |
| | Adopción de otras culturas | ¿Por qué se han tomado elementos culturales de otros países? ¿De dónde se han tomado? ¿Qué beneficios considera que acarrea la adopción de estas culturas? | Los estudiantes afirmaron que con algunas herramientas hacemos más rápidos los trabajos. Algunos comían solo lo que cazaban. Se han tomado de las personas antepasadas que han tenido experiencia más avanzada. Los nica no han tenido ideas para elaborarlas o talvez no tienen las facilidades. |
| | Transmisión de culturas ajenas hacia nuevas generaciones. | ¿Cuáles se practican ahora? ¿Qué es lo que motiva a practicar estas culturas? | El pensamiento Son más útiles que otras La necesidad. |
| | Pérdida de valores | ¿Cuáles son los valores que en la actualidad no se practica? | Los valores que en la actualidad no se practican la solidaridad, el respeto a los mayores y a la patria , el amor al prójimo, la comunicación familiar ,el compañerismo. |

| Sujeto | Reactivo 19 | | | | | Reactivo 20 | | | | | Reactivo 21 | | | | | Reactivo 22 | | | | | Reactivo 23 | | | | | Reactivo 24 | | | | | Reactivo 25 | | | | | Reactivo 26 | | | | | Reactivo 27 | | | | | Total |
|--------|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|----|-------------|---|---|---|---|-------------|---|---|---|----|-------|
| | A | b | c | d | e | a | B | c | d | e | a | b | c | d | e | a | b | c | d | e | a | b | c | d | e | a | b | c | d | e | a | b | c | d | e | a | b | c | d | e | | | | | | |
| 1 | 5 | 5 | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | 5 | | | | 5 | | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | |
| 2 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | | | 5 | 1 | | | | | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 3 | | 4 | | | | | 4 | | | | | 4 | | | | 2 | | | | 4 | | | | | 5 | | | | 4 | | | 2 | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 4 | | | | | 1 | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | 5 | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 5 | | | 3 | | | 5 | | | | | 5 | | | | | 2 | | | | 4 | | | | 5 | | | | | 5 | | 2 | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 6 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | | 5 | 5 | | | | 5 | | | | 5 | 1 | | | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 7 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | | | 5 | | | 3 | | 5 | | | | 5 | | | 3 | | | | | | 3 | | | | | | | | |
| 8 | | 4 | | | | 5 | | | | | | 4 | | | | | | | 5 | | | | 1 | 5 | | | | | 4 | | | | 4 | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 9 | | 4 | | | | 5 | | | | | 5 | | | | 2 | | | | | | | | 1 | | 4 | | | | 5 | | | | | | | 5 | | | 3 | | | | | | | |
| 10 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | | 5 | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | 2 | | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 11 | | | | | 1 | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | 5 | | | | 1 | | | | 1 | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 12 | | | | | 1 | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | 5 | | | | 1 | | | | 1 | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 13 | | 4 | | | | 5 | | | | | | 4 | | | | | | 4 | | | 4 | | | | 4 | | | | 5 | | | | 4 | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 14 | | | 3 | | | | | | | 3 | | | | | | 3 | | | | | | 3 | | | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 1 | | | | | | | | |
| 15 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | 5 | | | | | 1 | 5 | | | | 5 | | | | | | | | 5 | | | 5 | | | | | | | |
| 16 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | | | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 17 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | 1 | | | | | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | | | | | | | 4 | | | 5 | | | | | | | |
| 18 | | | | | 1 | | | | | | 1 | | | | 1 | 1 | | | | | | | 1 | | | 3 | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | 1 | | | | | | | | |
| 19 | 5 | | | | | | 4 | | | | 5 | | | | | | | 4 | | | 4 | | | | 4 | | | | 4 | | | | | | 4 | | | | 4 | | | | | | | |
| 20 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | 4 | | | | | | 2 | 5 | | | | 5 | | 2 | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 21 | | | | 2 | | | 4 | | | | | | 3 | | | 2 | | | | | | 2 | | | | 2 | | | 2 | | | 2 | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 22 | 5 | | | | | 5 | | | | | 5 | | | | | | | | 5 | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 23 | | | | | 1 | 5 | | | | | 5 | | | | | | | | | 5 | 5 | | | | 4 | | | | 2 | | | | | | | | | | 4 | | | | | | | |
| 24 | 5 | | | | | 5 | | | | | | 4 | | | | | | | | 4 | | | | 5 | | | | 5 | | | | | | | | | | | 5 | | | | | | | |
| 25 | | | | | 1 | | | | | | 3 | | | | | | | | | 5 | 5 | | | | 5 | | | | 4 | | | | | | | | | | 3 | | | | | | | |
| T | 12 | 4 | 2 | 1 | 6 | 19 | 3 | 2 | - | 1 | 18 | 5 | 1 | - | 1 | 7 | 4 | 1 | 4 | 9 | 12 | 5 | 2 | 2 | 4 | 18 | 4 | 2 | 1 | - | 2 | 4 | - | 4 | 15 | 4 | 7 | 1 | 4 | 9 | 2 | - | 3 | 6 | 14 | |

Anexo nº7



ESCALA LIKERT

Datos generales

Fecha

Ultimo grado aprobado

Sexo

Edad:

Objetivos

Describir la situación actual de la identidad cultural de los jóvenes

Identificar aspectos transculturales en la actitud de los jóvenes del municipio

Área de residencia; urbana _____ Rural _____

Lea, analice y elija la opción que usted considere conveniente.

1) Estoy orgulloso de ser nicaragüense

- A. Totalmente de acuerdo
- B. De acuerdo
- C. Neutro
- D. En desacuerdo
- E. Totalmente en desacuerdo

2) Compró la ropa de moda para vestirme como los cantantes

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

3) A Nicaragua la conocen en el mundo por Rubén Darío y Augusto C. Sandino

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

4) Prefiero ver una novela que platicar con mi familia

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

5) Escuchar música de los cantantes nicaragüenses me hacen sentir emoción y amor por Nicaragua.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

6) Para parecerme a los famosos, debo usar el mejor celular.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

7) Darle el asiento en el bus a los ancianos y a las mujeres embarazadas es señal de buena educación

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo

- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

8) Los cuentos e historias de los ancianos son aburridas.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

9) Cuando estoy en otra ciudad, me da vergüenza decir de donde soy.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

10) Las costumbres y tradiciones nuestras tienen que ser diferentes a la de otros países.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

11) Prefiero un sándwich y una gaseosa, a un gallo pinto y café.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

12) Me involucro en actividades que vive la población para conservar la cultura

- a) Totalmente de acuerdo

- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

13) Me gusta participar en actividades culturales que realizan en mi comunidad.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

14) Es tuani cortarse el pelo como los cantantes de reggaetón

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

15) La cultura es parte de la vida nacional

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

16) Desde chiquitos debemos de aprender sobre nuestra cultura.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

17) En nuestra cultura hay muchos valores morales

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

18) Me comporto de manera positiva al realizar actividades que son parte de la cultura

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo.

19) La adopción de otras culturas perjudica la cultura nuestra.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

20) Cuando participo en los actos culturales, Fiestas Patrias y patronales en el municipio me siento contento y muy nicaragüense.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

21) Respeto las costumbres de las personas de mi comunidad.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

22) Hechos históricos de Nicaragua, tales como la batalla de San Jacinto y la Revolución Popular Sandinista no interesan.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

23) La música nicaragüense de los años 70 me inspira alegría y amor por Nicaragua.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

24) Me interesa conocer sobre los bailes originarios de Nicaragua, porque es lo nuestro.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

25) Me encanta comer pizza y beber Raptor y Gatorade y no frijoles con queso y pinolillo.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

26) Me gusta usar palabras nuevas que salen en telenovelas y en las redes sociales porque me hacen popular con mis amigos.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro

- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

27) Prefiero conversar con mis amigos en las redes sociales y dejar de ultimo la conversación con mis familiares.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

28) Es necesario que las culturas nazcan y se acaben.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

29) Comparto actitudes positivas para transmitir la cultura.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

30) Hablar y vestirme como los cantantes de reggaetón es estar a la moda.

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutro
- d) En desacuerdo
- e) Totalmente en desacuerdo

31) No conozco el país de origen de Carlos Mejía, pero si conozco el de Daddy Yankee.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutro

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

32) Cuando publican un nuevo estilo, de ropa, zapatos y celulares me intereso por comprarlo para estar a la altura.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutro

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

33) Prefiero escuchar música de Maluma que de Camilo Zapata.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutro

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

34) Obligatoriamente la cultura de un pueblo tiene que ser moderna.

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutro

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

35) Las cuestiones culturales no me interesan

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Neutro

d) En desacuerdo

e) Totalmente en desacuerdo

Anexo n°8



Entrevista a estudiantes Universitarios

Datos Generales

Edad:

Nivel académico:

Lugar de residencia:

Sexo:

Los Estudiantes de Ciencias Sociales estamos solicitando su apoyo, para cumplir con una tarea asignada por los docentes para culminar el trabajo final investigativo de quinto año.

Objetivo: Describir la situación actual de la identidad cultural de los adolescentes y jóvenes del municipio de san Sebastián de Yali.

Especificar los factores que influyen en la transculturación de la identidad cultural de los adolescentes jóvenes del municipio de san Sebastián de municipio de san Sebastián de Yali

1- ¿En que considera usted que benefician las redes sociales a la juventud?

2- ¿Cuál es el motivo por el que los jóvenes optan por modas extranjeras?

3- ¿Por qué algunas personas consideran nuestras costumbres anticuadas?

4- ¿Por qué los jóvenes se interesan por culturas ajenas?

5- ¿Cómo influye la publicidad en la identidad cultural de los jóvenes?

6- ¿Cómo el comercio interviene en la identidad cultural de los jóvenes?

7- ¿Por qué cree usted que las empresas transnacionales diseñan productos nuevos para los jóvenes?

8-¿Qué importancia tiene la globalización dentro de la identidad cultural?

Anexo N° 9, tabla n° 11 Registro de datos de entrevista a jóvenes universitarios.

| N° | Genero | A barrio y/o comunidad | Estado civil | Carrera que cursa |
|----|-----------|------------------------|--------------|--------------------------|
| 1 | Femenino | La Bolsa | Soltera | Español |
| 2 | Femenino | Las Quiatas | Soltera | Español |
| 3 | masculino | La Bolsa | Soltero | Español |
| 4 | masculino | La Bolsa | Soltero | Técnico general forestal |
| 5 | masculino | Las Quiatas | Soltero | Inglés |
| 6 | Femenino | El Coyolar | Soltera | |
| 7 | masculino | Coyolar | Casado | Español |
| 8 | femenino | Las Quiatas | Casada | Ciencias Naturales |
| 9 | masculino | El Coyolar | Casado | Español |
| 10 | femenino | La Bolsa | soltera | Ciencias Sociales |
| 11 | masculino | El Coyolar | Soltero | Tecnología médica |
| 12 | femenino | Las Quiatas | Soltera | Ciencias Sociales |
| 13 | masculino | Yalí | Soltero | Español |
| 14 | masculino | Yalí | Casado | Pedagogía |
| 15 | femenino | Yalí | Soltera | Inglés |
| 16 | masculino | Yalí | casado | Ciencias Naturales |
| 17 | femenino | Yalí | Casada | Ciencias Sociales |
| 18 | femenino | Yalí | Soltera | Español |
| 19 | Femenino | Yalí | Soltera | Ciencias Sociales |
| 20 | masculino | Yalí | Soltero | Ciencias naturales |
| 21 | femenino | Yalí | Soltera | Ciencias sociales |
| 22 | femenino | Yalí | Soltera | Español |
| 23 | femenino | Yalí | Soltera | Ciencias Sociales |
| 24 | masculino | Yalí | Casado | Pedagogía |
| 25 | masculino | Yalí | Soltero | Ciencias Naturales |

Anexo N°10



Guía de preguntas Grupo focal

Datos Generales

Edad:

Nivel académico:

Lugar de residencia:

Sexo

Objetivo: Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yali.

1. ¿Cuáles costumbres y tradiciones se practicaban antes y ya no se practican?
2. ¿Por qué se han perdido?
3. ¿Cuáles se practican ahora?
4. ¿Por qué se han tomado elementos culturales de otros países?
5. ¿De dónde se han tomado?
6. ¿Qué es lo que motiva a practicar estas culturas?
7. ¿Qué beneficios considera que acarrea la adopción de estas culturas?
8. ¿cuáles son los valores culturales que no se practican en la actualidad?

Anexo n° 11 tabla n°12 Registro de datos de grupo focal por categoría y subcategoría.

| Categoría | Subcategoría | Pregunta | Estudiante |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---|--|
| Consecuencia de la transculturación. | Pérdida de la identidad cultural. | <p>¿Cuáles costumbres y tradiciones se practicaban antes y ya no se practican? ¿Por qué se han perdido?</p> | <p>Se han perdido por que las tecnologías han venido avanzando atraves de los científicos. Las personas no lo practican por que miran u observan otros medios que facilitan realizar actividades más rápidas. Ante molían en piedra y ahora muelen en máquinas o molinos de motor. No se utilizaban herramientas como las que se utilizan ahora Ante sembraban con machetes y ahora siembran con covines tractores y sembradoras. Ante viajaban en coches halados por animales y ahora viajan en vehículos.</p> |
| | Adopción de otras culturas | <p>¿Por qué se han tomado elementos culturales de otros países? ¿De dónde se han tomado? ¿Qué beneficios considera que acarrea la adopción de estas culturas?</p> | <p>Los estudiantes afirmaron que con algunas herramientas hacemos más rápidos los trabajos. Algunos comían solo lo que cazaban. Se han tomado de las personas antepasadas que han tenido experiencia más avanzada. Los nica no han tenido ideas para elaborarlas o talvez no tienen las facilidades.</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | Transmisión de culturas ajenas hacia nuevas generaciones. | ¿Cuáles se practican ahora? ¿Qué es lo que motiva a practicar estas culturas? | El pensamiento Son más útiles que otras La necesidad. |
| | Pérdida de valores | ¿Cuáles son los valores que en la actualidad no se practica? | Los valores que en la actualidad no se practican la solidaridad, el respeto a los mayores y a la patria , el amor al prójimo, la comunicación familiar ,el compañerismo. |

Anexo n°12

Recolección de Información

Memoria del Grupo Focal

Objetivo General: Explicar las consecuencias de la transculturación de la identidad cultural en la vida de los adolescentes y jóvenes en el municipio de San Sebastián de Yalí en el II semestre del año 2017.

Fecha: 22 de noviembre 2017.

Lugar: Casa de la Sra. Dora María Rugama.

Grupo Meta: Estudiantes de secundaria

Total, de Participantes por sexo: personas (13 mujeres-12 varones).

Desarrollo metodológico con resultados por actividad

a. Asistencia de las y los participantes: Inscripción de las y los estudiantes en formato (Nombres y apellidos, firma).

b. Apertura de la sesión: presentación de la actividad (objetivos y explicación de grupo focal)
Debate. Entrega de tarjetas individuales para contestar las preguntas de exploración.

e) Lluvia de ideas: realización de preguntas referente al tema de investigación.

f) Trabajo de grupo: conclusiones mediante acuerdo mutuo.

g) Dinámica: agradecimiento a los participantes frases creativas referidas a la cultura y a los jóvenes.

Respuestas de exploración de conocimientos:

Conjunto de costumbres y valores, creencias de una comunidad para un conocimiento mejor.

Conjunto de costumbre que tienen las personas para un conocimiento de una persona, para un sentido que nos ayude con la cultura de cada uno podemos tener un mejor conocimiento, con nuestras habilidades y oficios en nuestra comunidad o de otras comunidades, conocimientos que enriquecen a una persona y la conduce a motivar el desarrollo; otros opinan que es el conjunto de valores y creencias de una comunidad, las cuales varían ideas o puntos de vista; mientras que otros dicen que se entiende por cultura a aquella persona que busca salir adelante con su familia, es tener conocimientos personal, por ejemplo un desarrollo en hablar y expresarse por otra parte opinan adquisición de conocimientos nuevos en conclusión expresan que la cultura es el conjunto de costumbres y tradiciones.

Con algunas herramientas hacemos más rápido los trabajos.

Algunos comían solo lo que cazaban.

Se han tomado de las personas antepasadas que han tenido experiencias más avanzadas.

Los nicaragüenses no han tenido ideas para elaborarlos o tal vez no tienen la facilidad.

El pensamiento.

Son más útiles que otros.

La necesidad

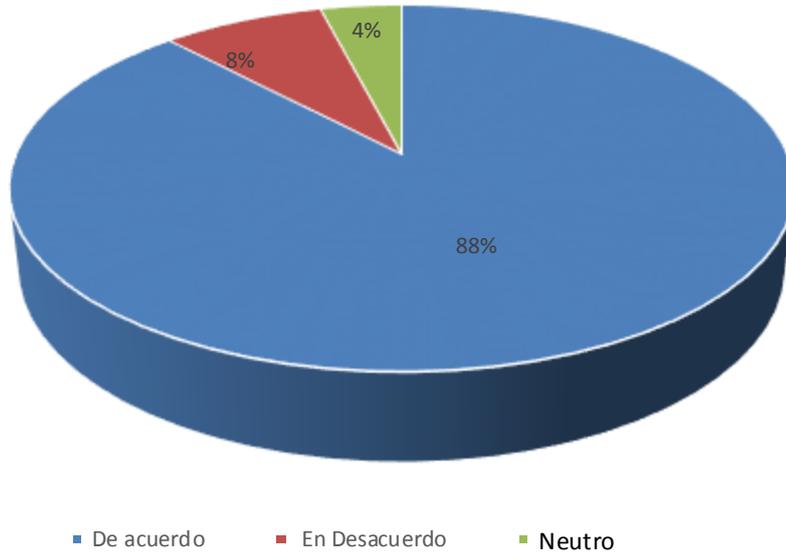
Se han perdido por la tecnología ha venido avanzando a través de los científicos.

Las personas no la practican por que miran u observan otros medios que facilitan realizar las actividades más rápidas.

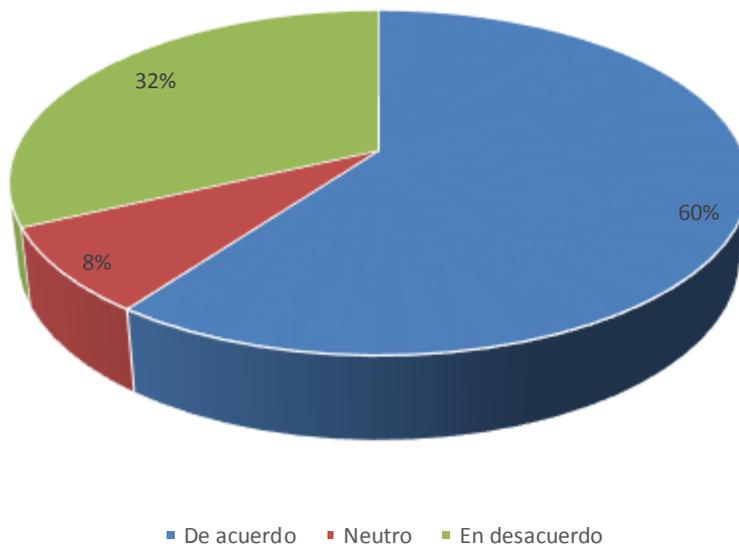
Sugerencia: que la identidad cultural sea tomada en cuenta como elemento fundamental en la vida de adolescentes y jóvenes para la conservación y rescate de la misma y que se impartan actividades culturales en los horarios ECA Y la disciplina Aprender Emprender Prosperar.

Gráficas Escala Likert

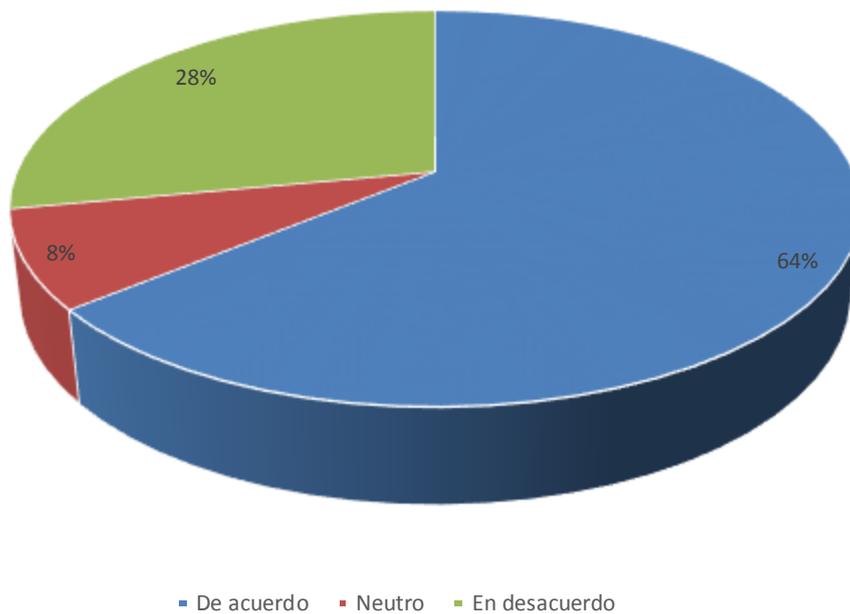
1) Estoy orgulloso de ser nicaragüense.



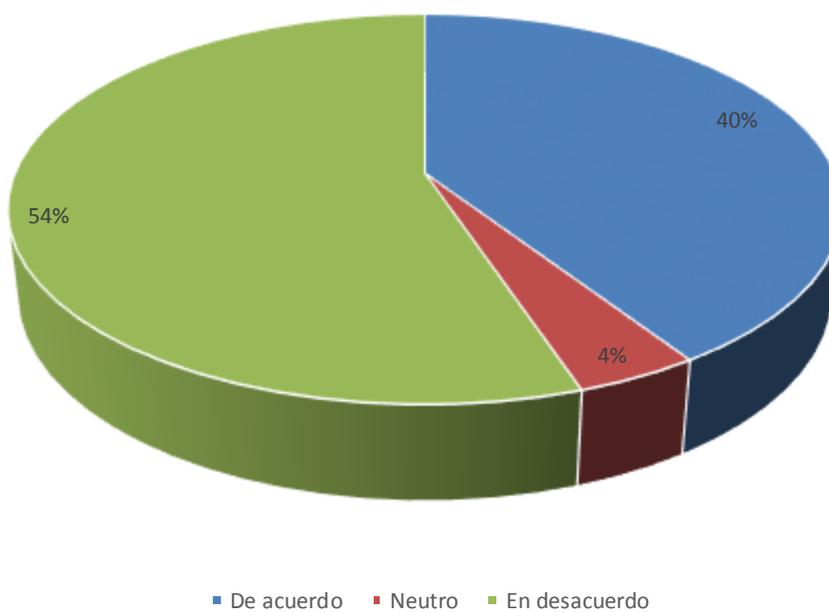
2) Compró la ropa de moda para vestir como los cantantes.



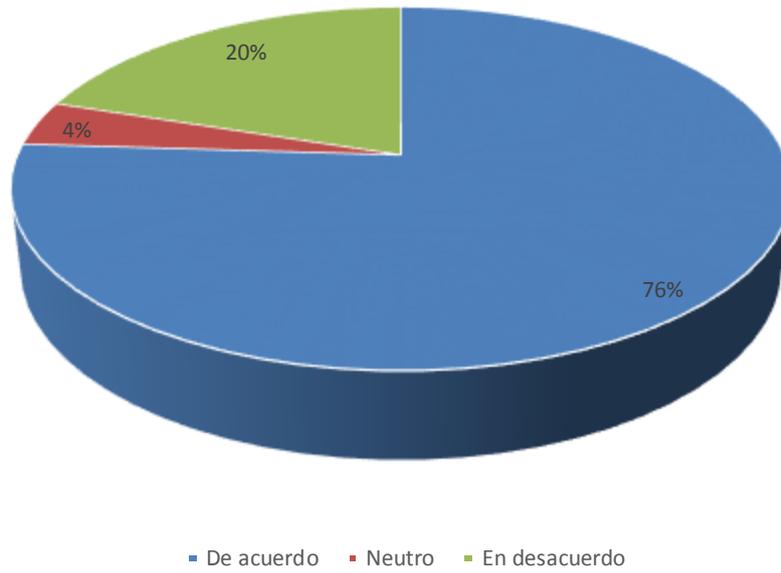
3) A Nicaragua la conocen en el mundo por Rubén Darío y Augusto C.Sandino.



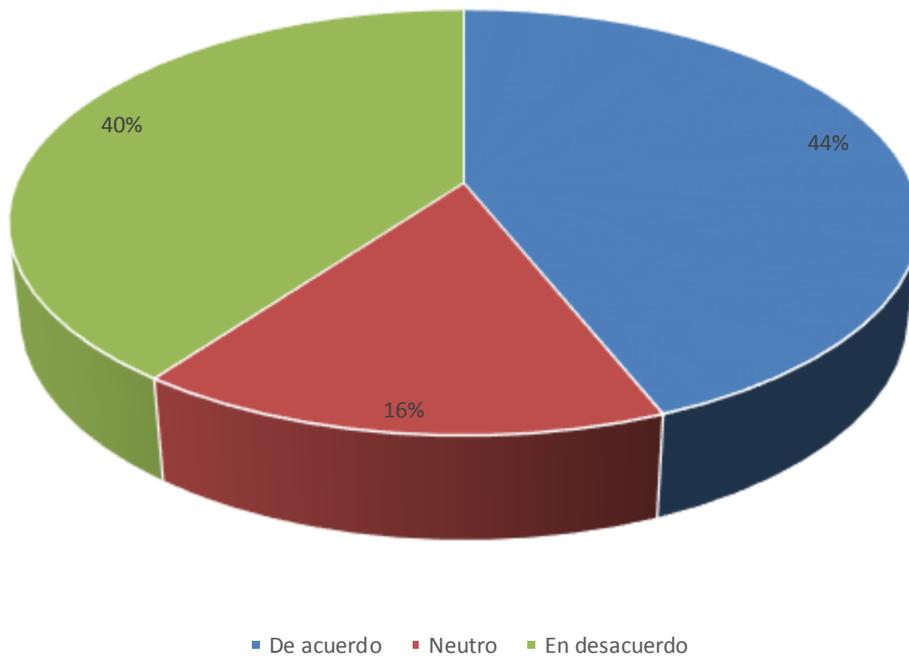
4) Prefiero ver una novela que platicar con mi familia.



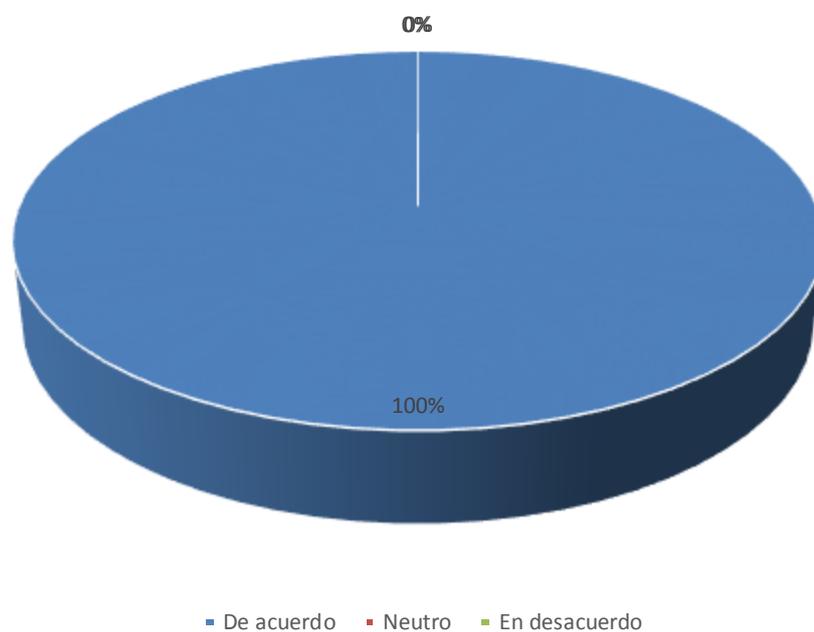
5) Escuchar música de los cantantes nicaragiense me hace sentir emoción y amor por Nicaragua.



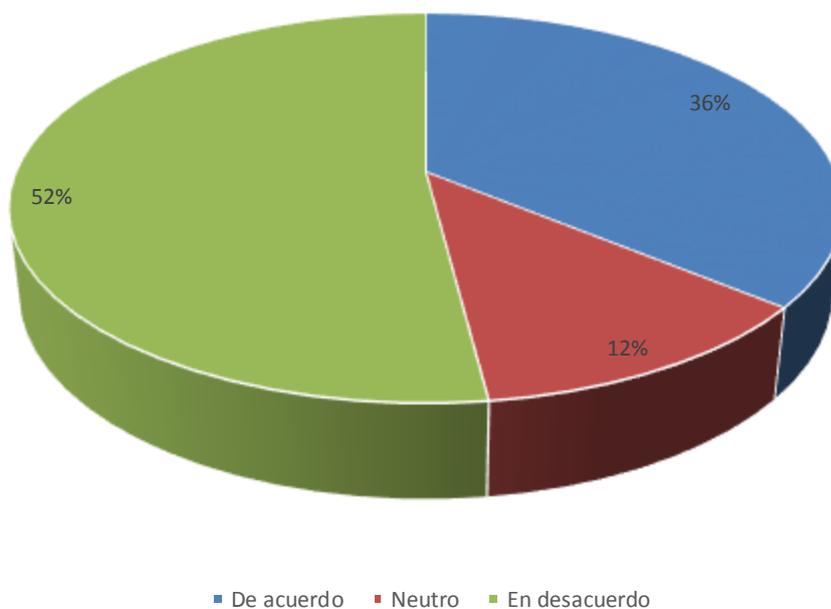
6) Para parecerme a los famosos debo usar el mejor celular.



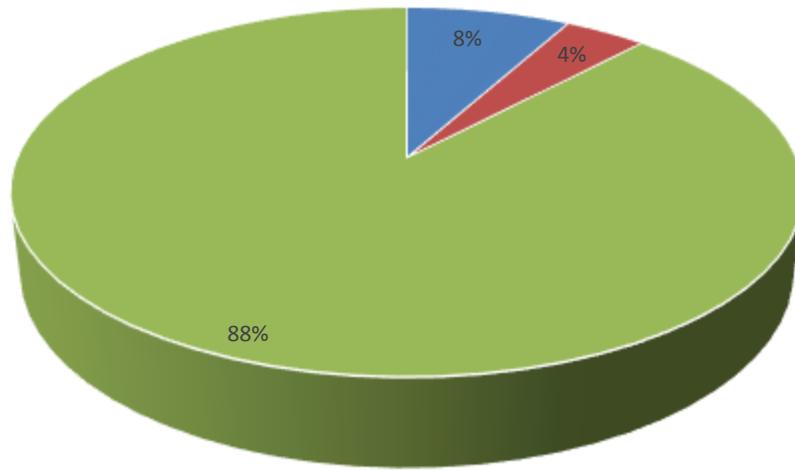
7) Darle el asiento en el bus a los ancianos y a las mujeres embarazadas es señal de buena educación.



8) Los cuentos e historias de los ancianos son aburridas.

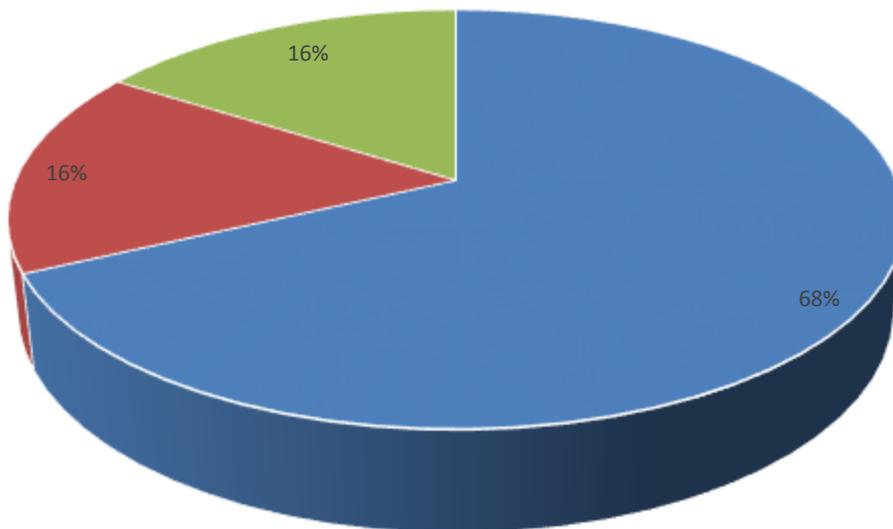


9) Cuando estoy en otra ciudad, me da vergüenza decir de dónde soy.



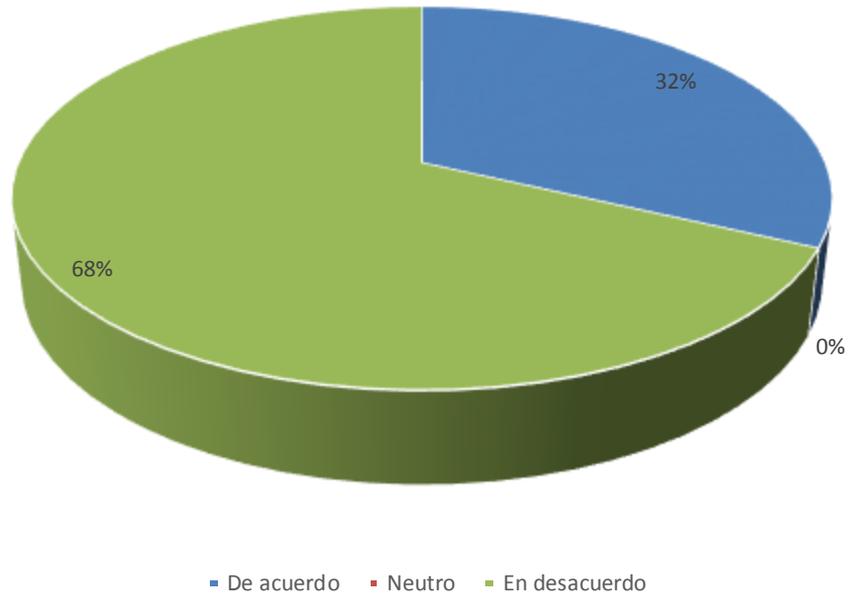
■ De acuerdo ■ Neutro ■ En desacuerdo

10) Las costumbres y tradiciones nuestras tienen que ser diferentes a las de otros países.

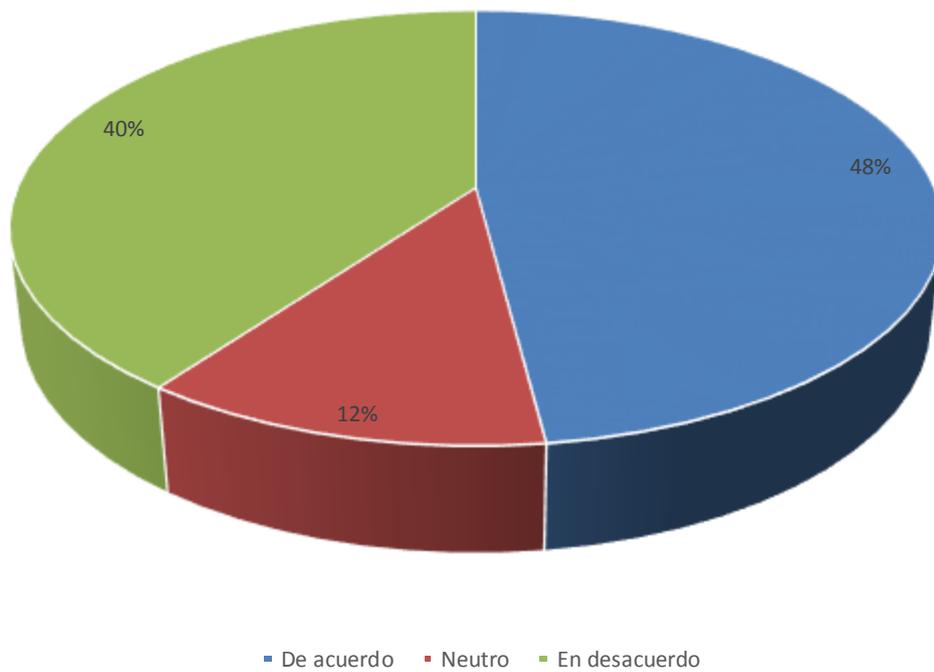


■ De acuerdo ■ Neutro ■ En desacuerdo

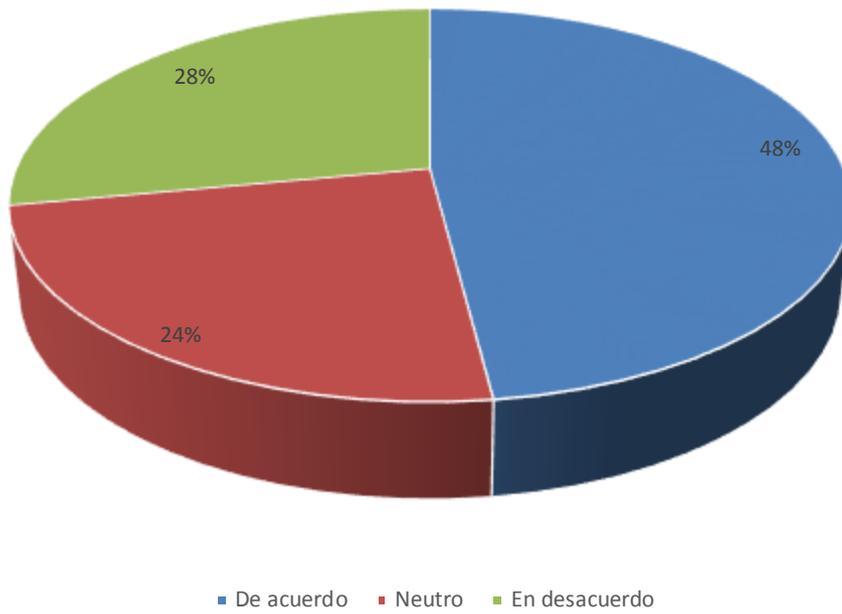
11) Prefieren sandwich y una gaseosa a un gallo pinto y café.



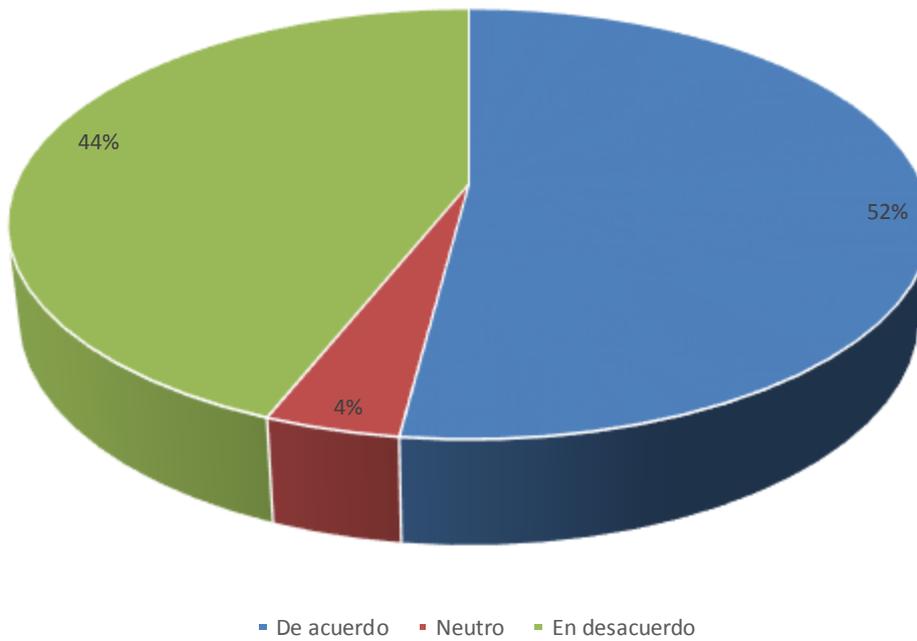
12) Me involucro en actividades que vive la poblacion para conservar la cultura.



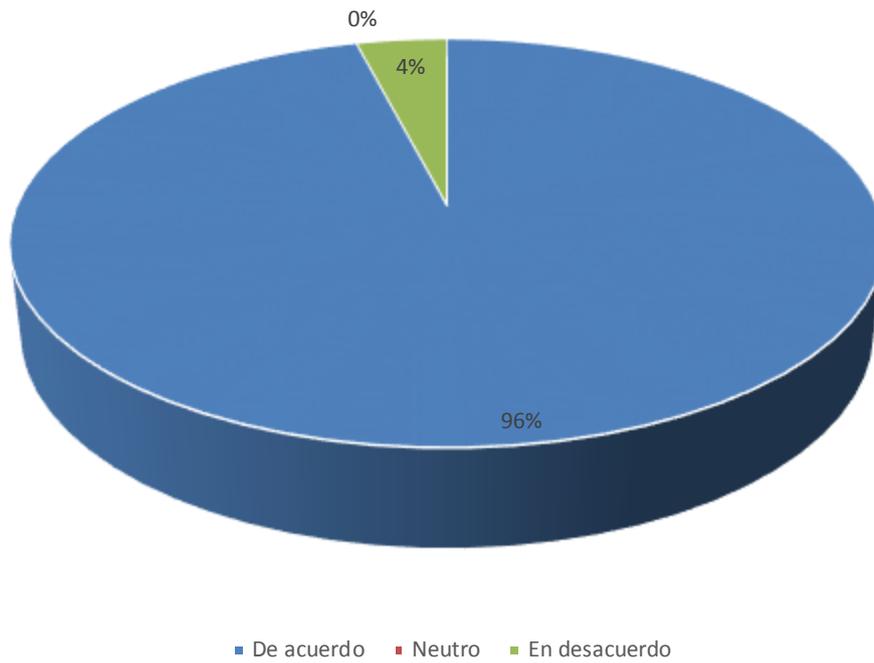
13) Me gusta participar en actividades culturales que relizan en mi comunidad.



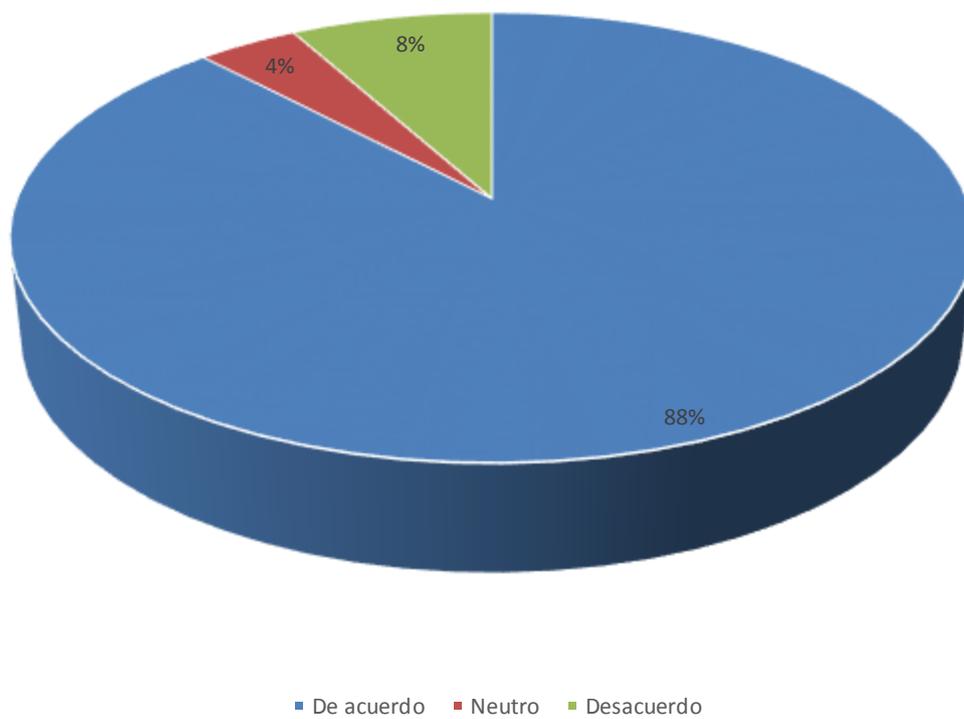
14) Es tuani cortarse el pelo como los cantantes de reggaetón.



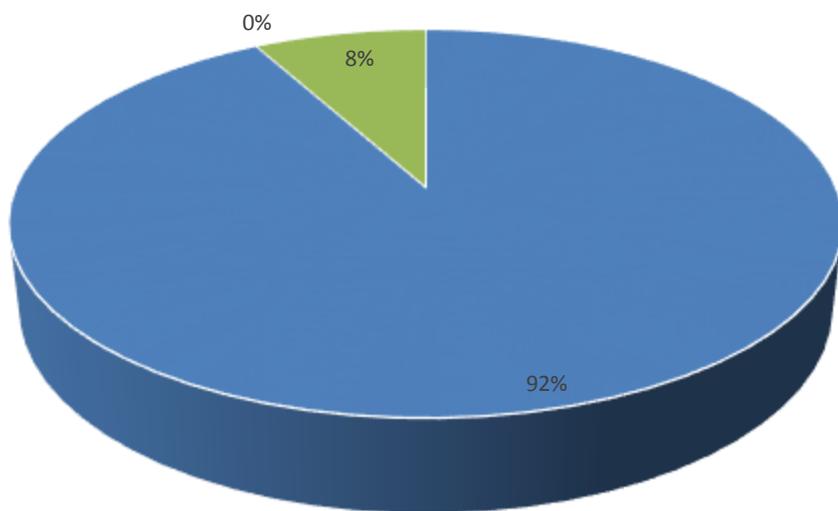
15) La cultura es parte de la vida nacional.



16) Desde chiquitos debemos de aprender sobre nuestra cultura.

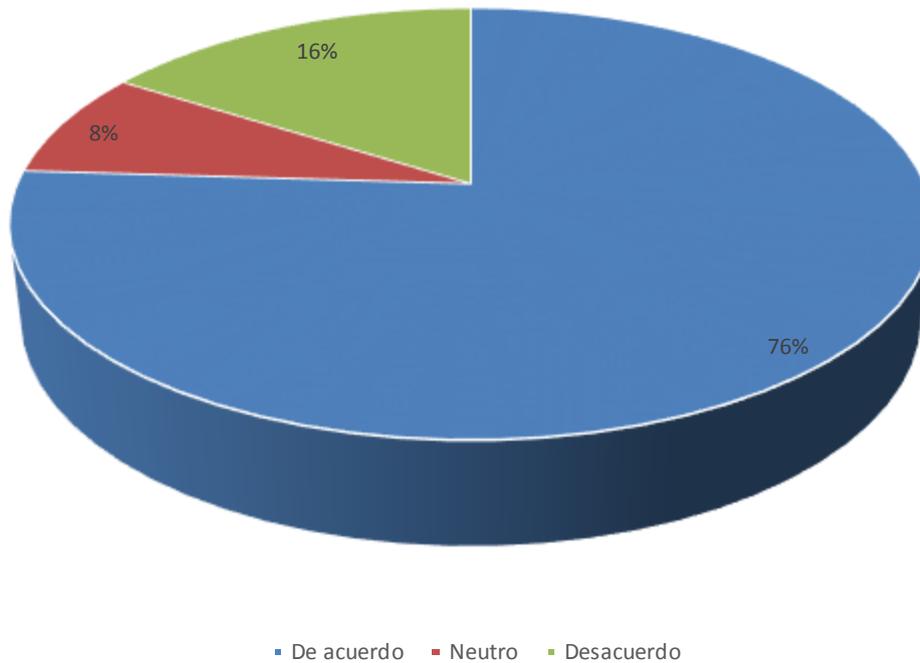


17) En nuestra cultura hay muchos valores morales.

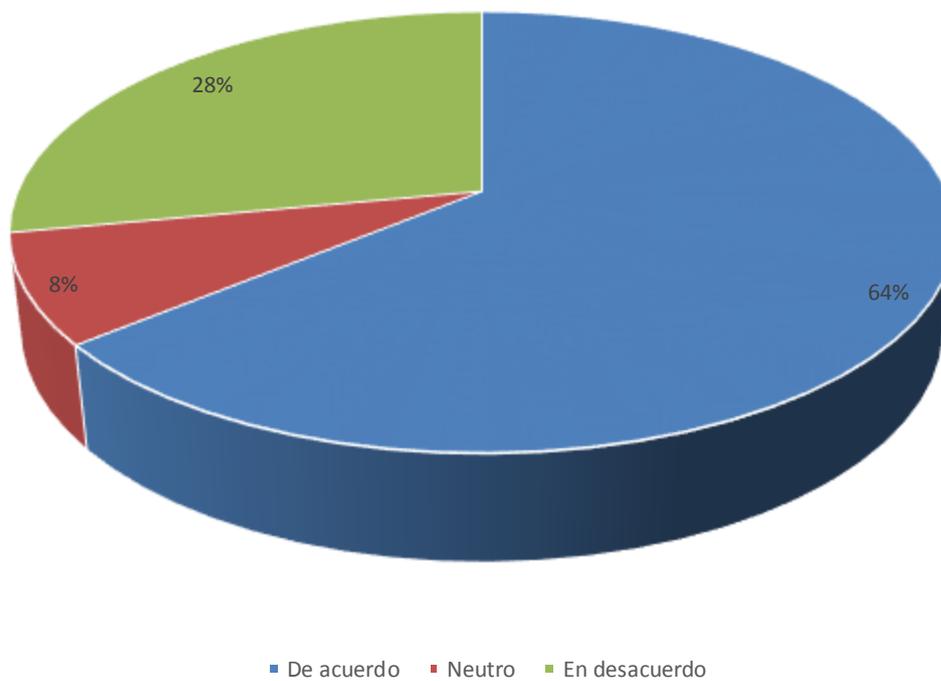


■ De acuerdo ■ Neutro ■ En desacuerdo

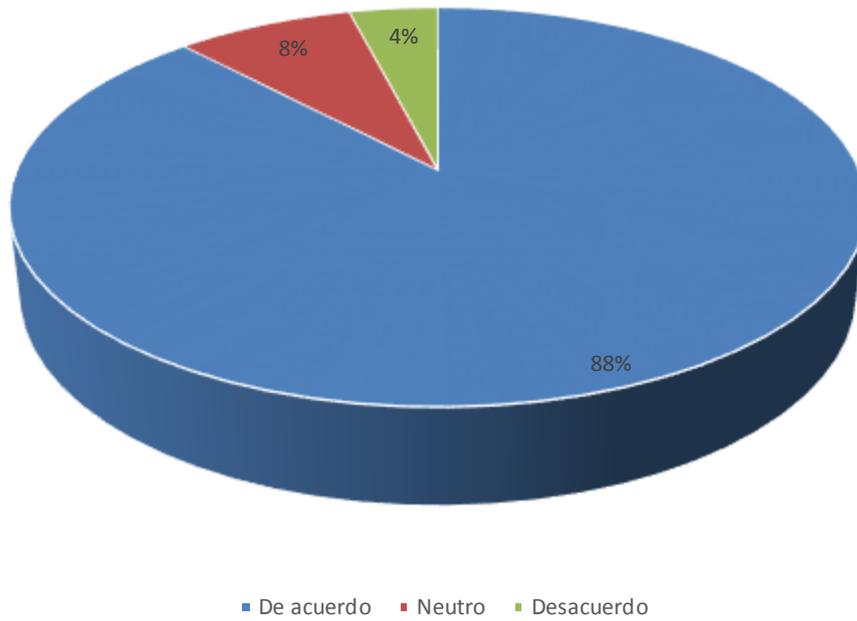
18) Me comporto de manera positiva al realizar actividades que son parte de la cultura.



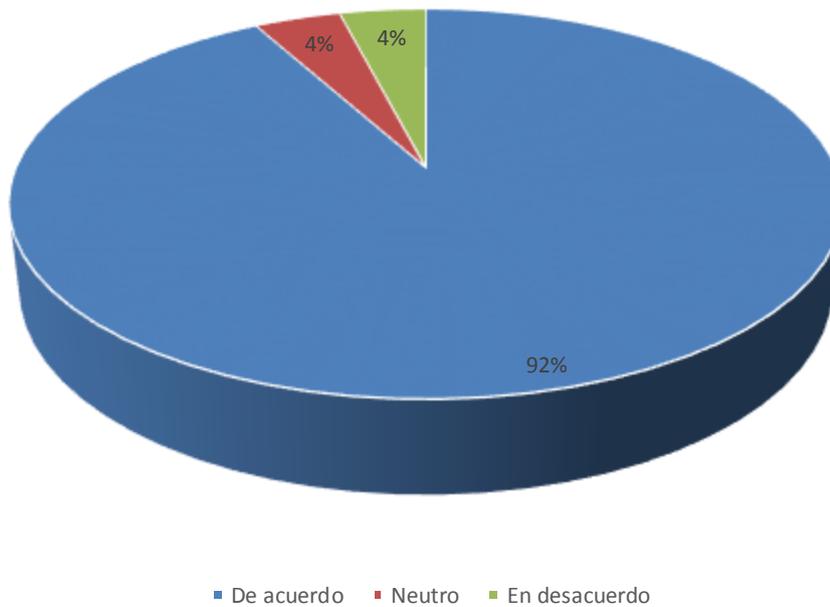
19) La adopcion de otras culturas perjudican la nuestra.



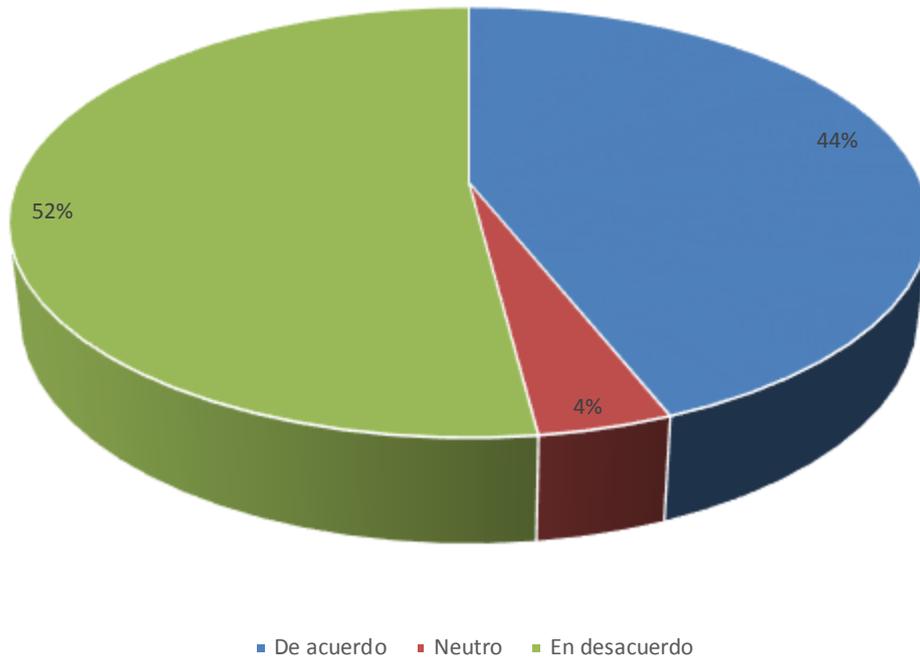
20) Cuando participo en actos culturales, fiestas patrias y patronales en el municipio me siento contento y muy nicaragüense.



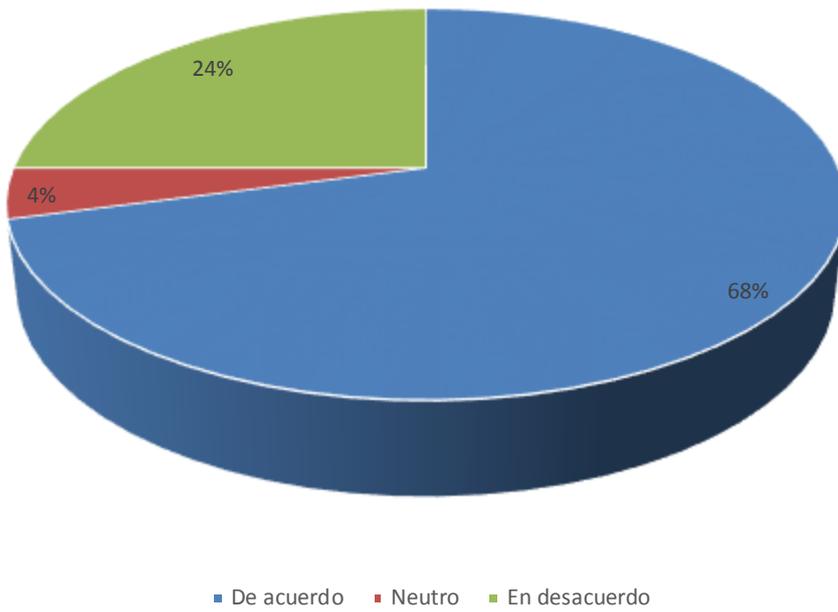
21) Respeto las costumbres personas de mi comunidad.



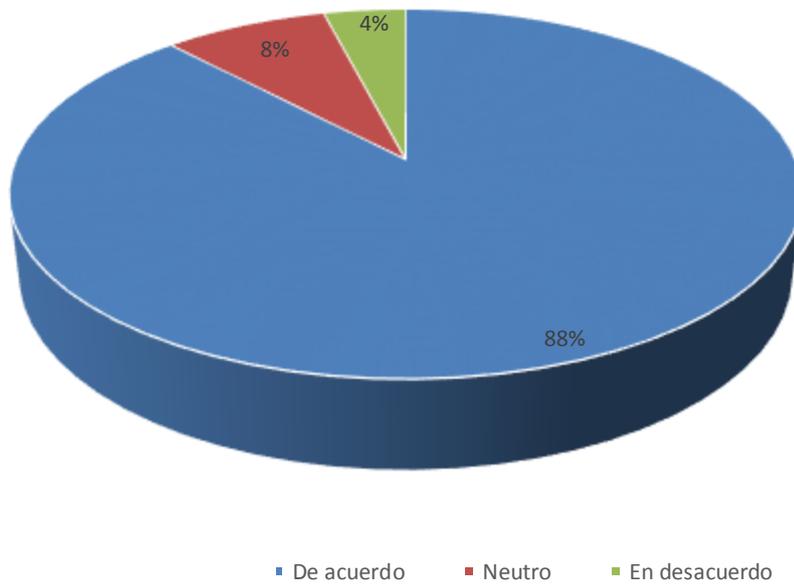
22) Hechos históricos de Nicaragua, tales como la Batalla de San Jancinto y la Revolución Popular Sandinista no interesan.



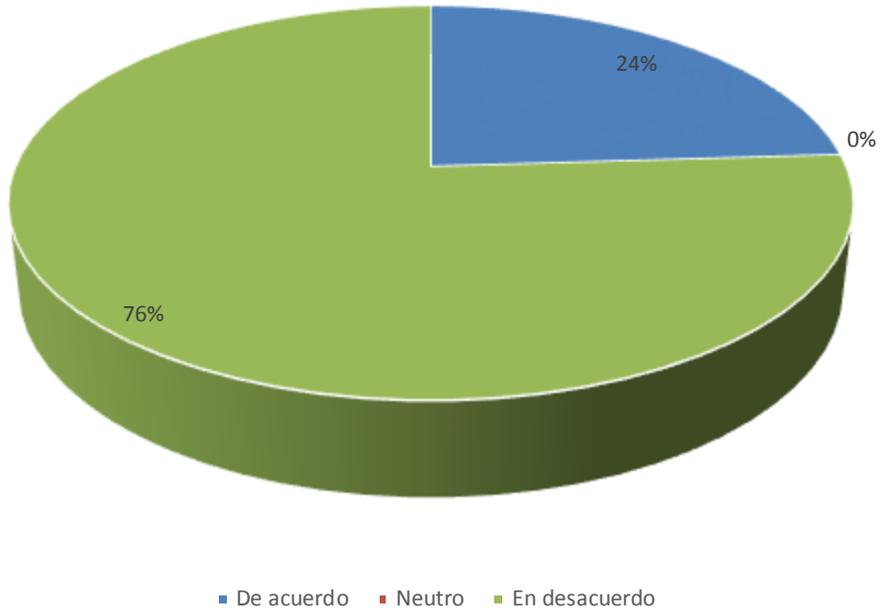
23) La música nicaraguense de los años 70 me inspira alegría y amor por Nicaragua.



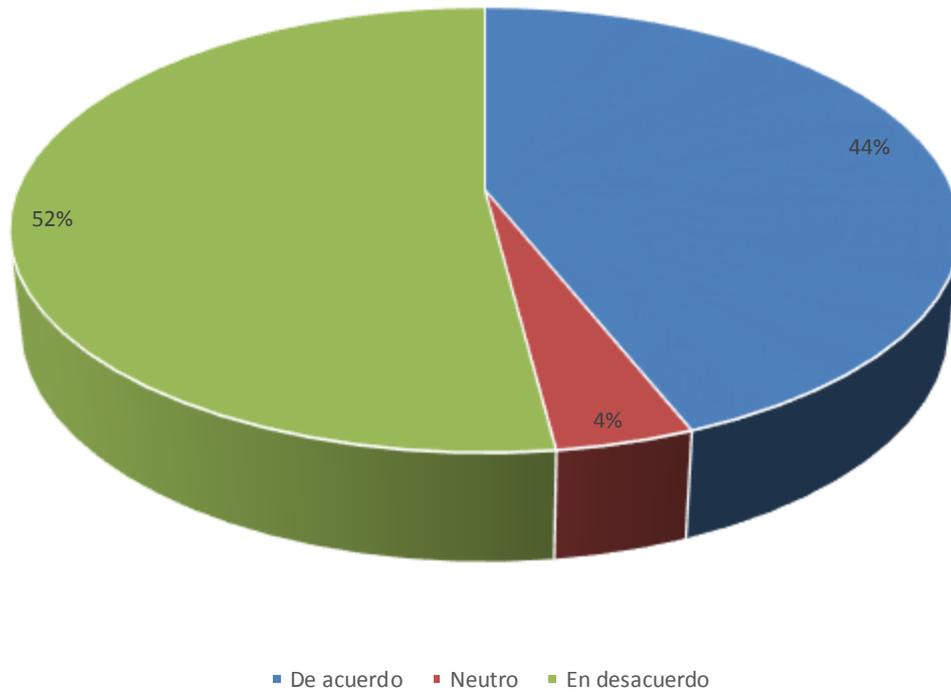
24) Me interesa conocer sobre los bailes originarios de Nicaragua, por que es lo nuestro.



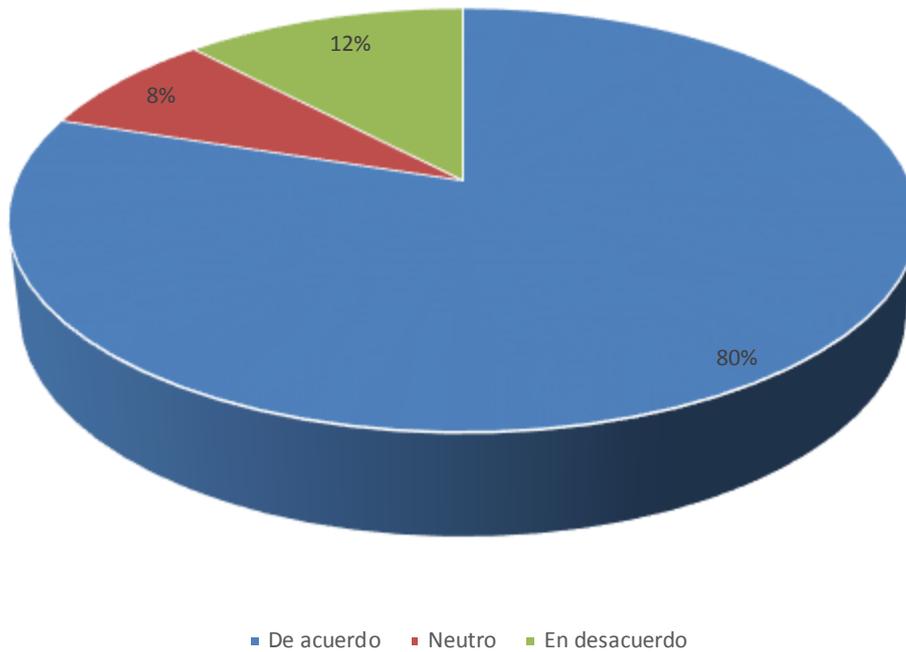
25) Me encanta comer pizza, raptor y gatorade y no frijoles con queso y pinolillo.



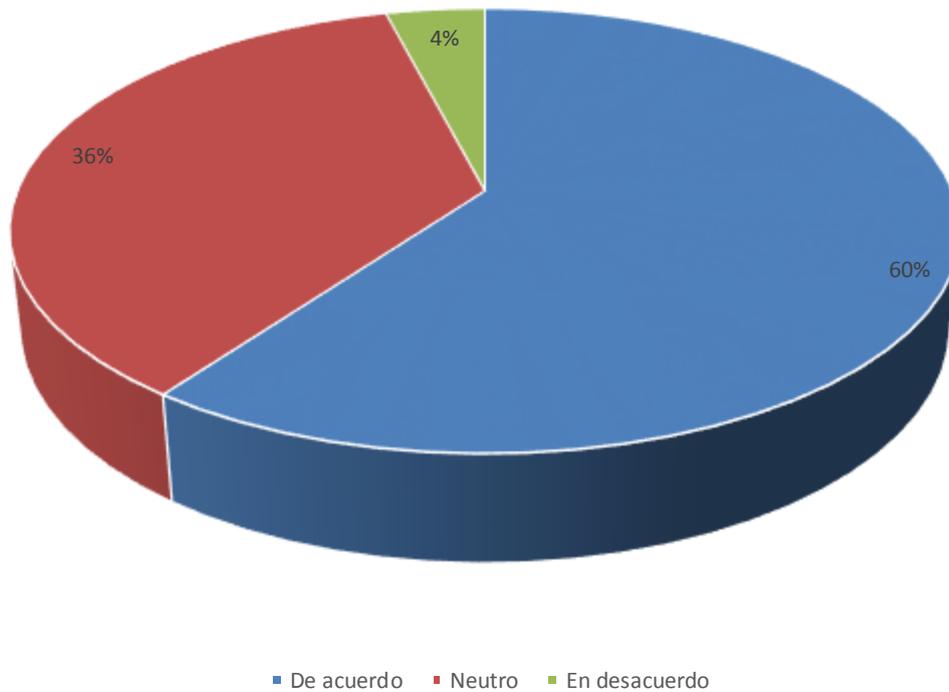
26) Me gusta usar palabras nuevas que salen en telenovelas y redes sociales por que me hacen popular con mis amigos.



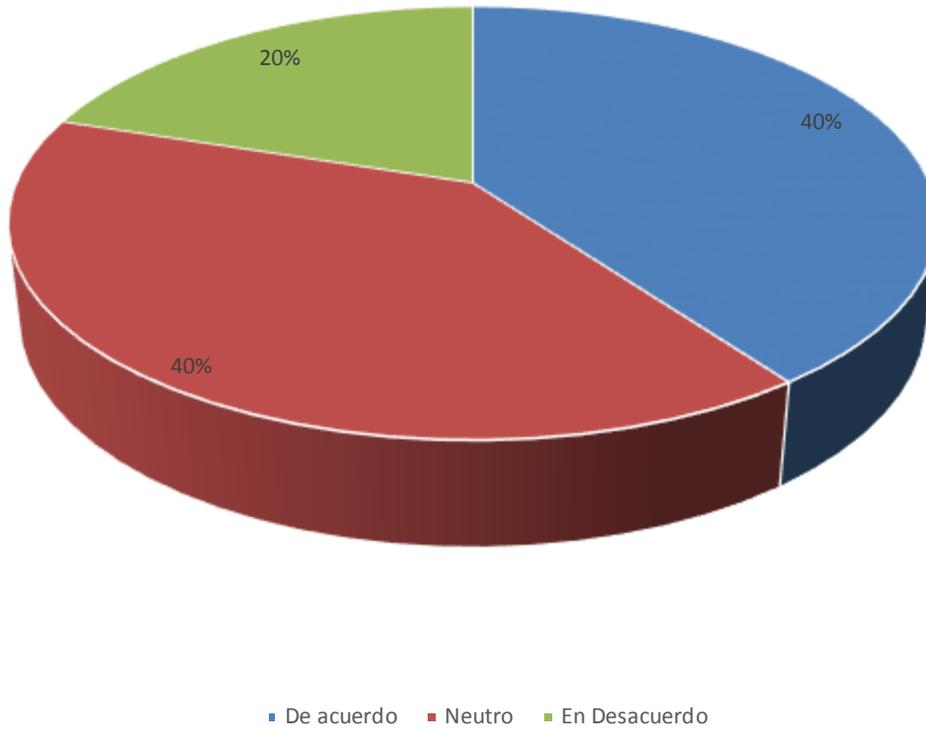
27) Preferio convesar con los amigos en la redes sociales y dejar de ultimo la conversaci3n con mis familiares.



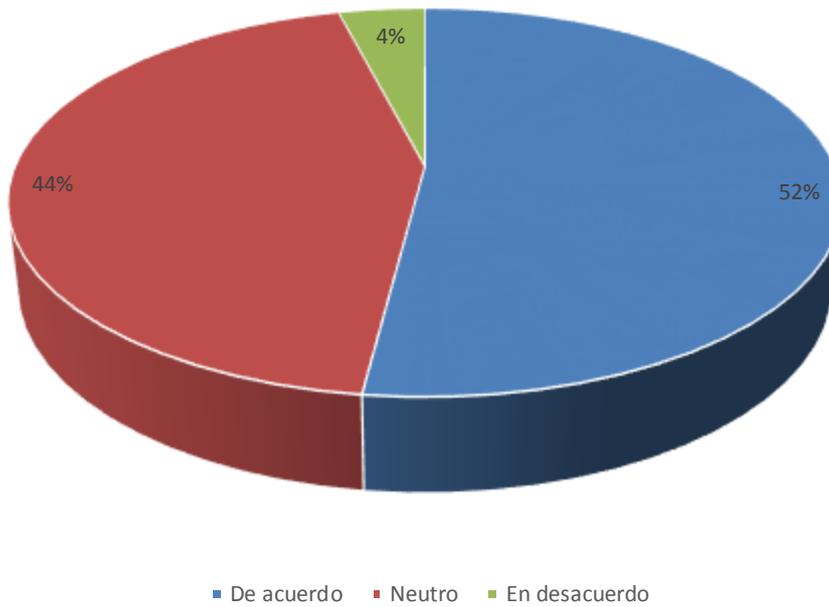
28) Es necesario que las culturas nazcan y se acaben.



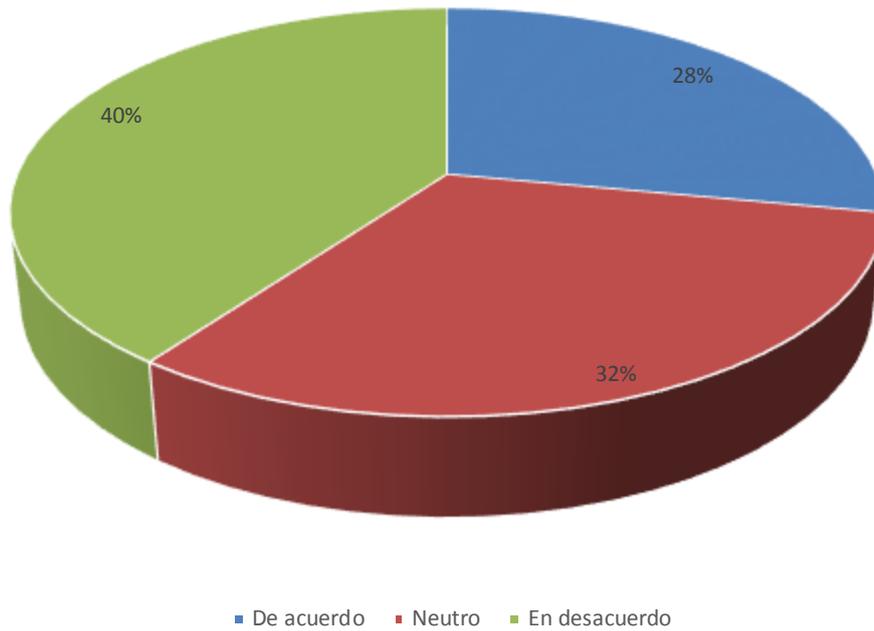
29) Comparto actitudes positivas para transmitir la cultura.



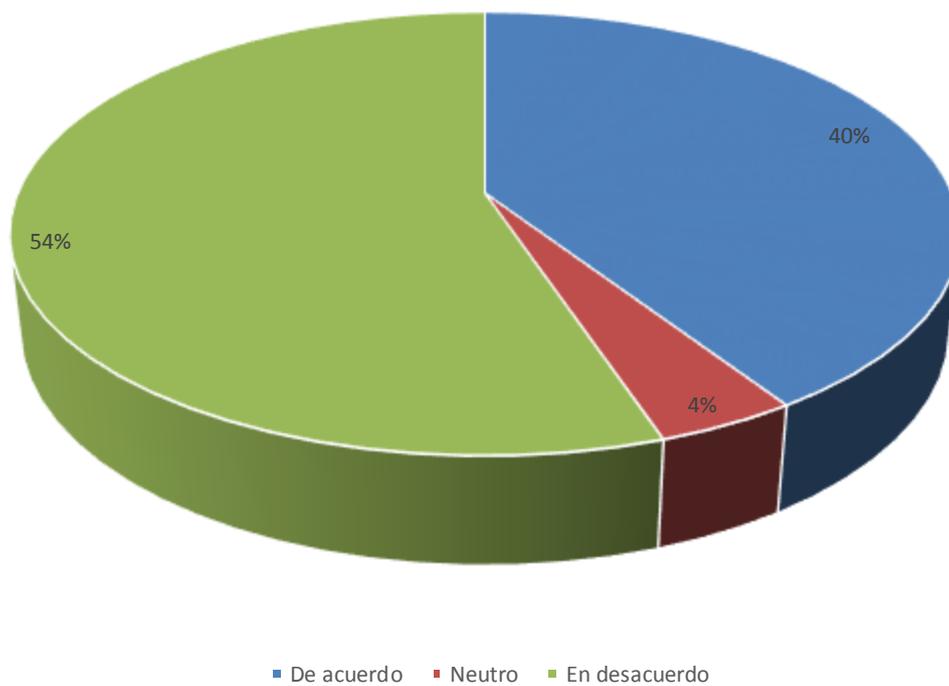
30) Hablar y vestir como cantantes de reggaetón es estar a la moda.



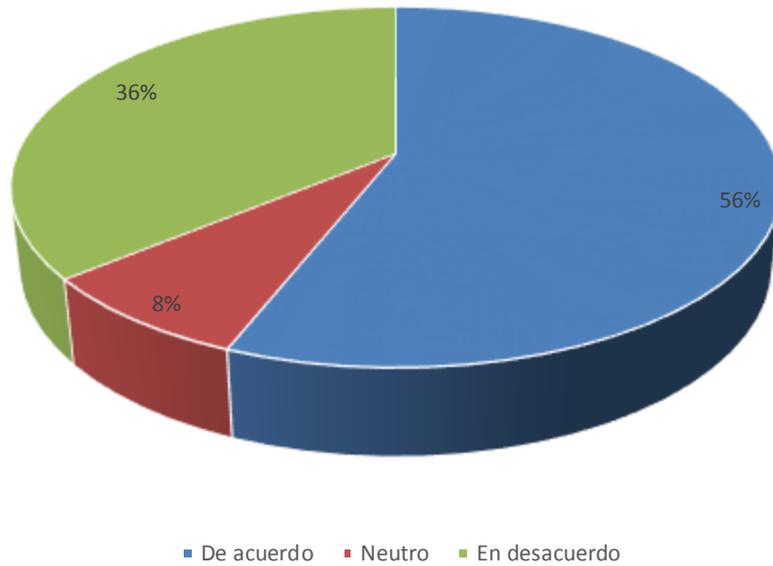
31) No conosco el pais de origen de Carlos Mejia y si conosco el de Daddy Yankee.



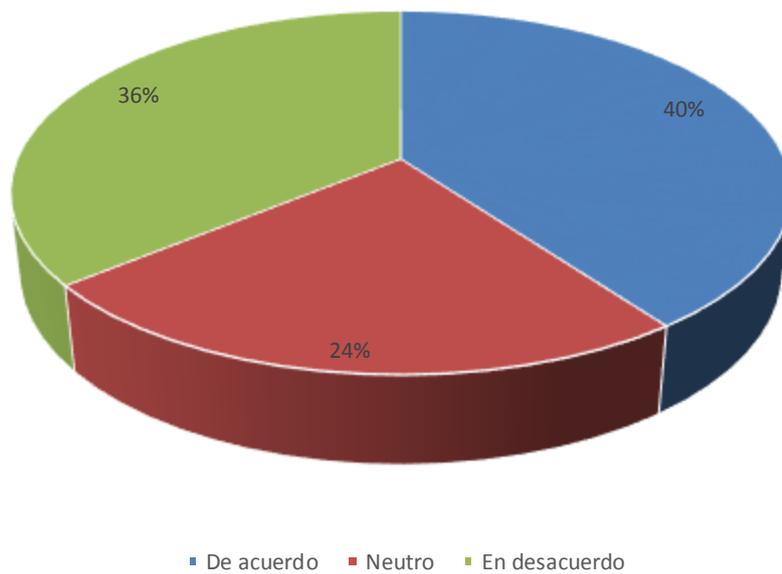
32) Cuando publican un nuevo estilo de ropa, zapatos y celulares me intereso por comprarlo para estar a la altura.



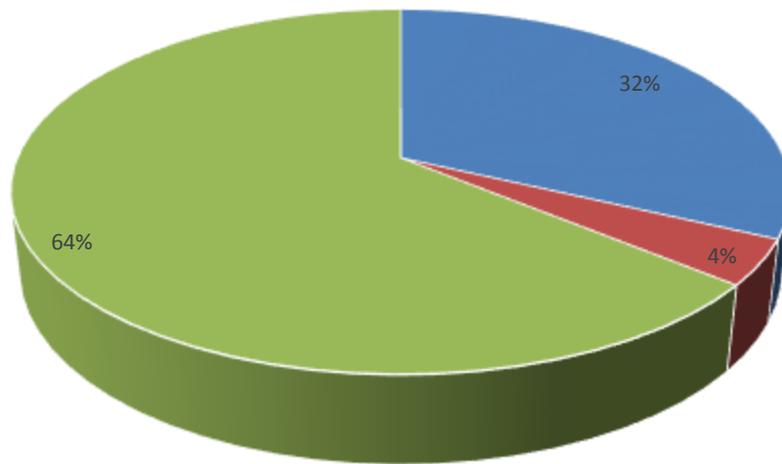
33) Prefiero escuchar música de Maluma que de Camilo Zapata.



34) Obligatoriamente la cultura de un pueblo tiene que ser moderna.



35) Las cuestiones culturales no me interesan.



■ De acuerdo ■ Neutro ■ En desacuerdo