

Relación entre los factores sociales, económicos, culturales y educativos con la identidad cultural de los agentes de la educación del cuarto grado de educación secundaria de la ciudad de Chimbote, año escolar 2012

Relationship between social, economic, cultural and educational factors with the cultural identity of the agents of education fourth grade of secondary schools in the city of Chimbote, 2012 school year

Jorge Alcántara Rodríguez¹, Víctor de la Cruz Ruiz¹, Gílder Díaz Tello¹, Goring Segura Vásquez¹.

Resumen

La investigación determina la relación entre los factores sociales, económicos, culturales y educativos con la identidad cultural de los agentes educativos del cuarto grado de secundaria de la ciudad de Chimbote, año escolar 2012. La investigación es cuantitativa, descriptiva y su diseño es no experimental correlacional y el método es analítico explicativo. Se consideró como fuente de información a directores, docentes, y estudiantes de instituciones educativas públicas y privadas de la ciudad de Chimbote, a quienes se les aplicó un cuestionario. En torno al factor cultural, se halló que los agentes de la educación desconocen la parte de los patrones culturales de Chimbote, por falta de capacitación de los docentes; en el aspecto económico, identifican a las actividades económicas relacionadas con la pesca como las más representativa; en el aspecto social, existe una comunicación asimétrica que dificulta la interacción social, limitando el intercambio de la información relacionada con la identidad cultural.

Palabras clave: Factores, identidad cultural, agentes educativos

Abstract

The research seeks to determine the relationship between social, economic, cultural and educational factors with the cultural identity of the fourth grade high school of the city of Chimbote educational agents, 2012 school year. Research is quantitative, descriptive, and its design is non-experimental correlation and the method is analytical explanatory. It was considered as source of information to directors, teachers, and students of educational institutions, public and private in the city of Chimbote, to whom applied them a questionnaire. On the cultural factor, found that education agents are unaware of the part of the cultural patterns of Chimbote, due to lack of training of teachers; in the economic aspect, they identify the economic activities related to fishing as the most representative; in the social aspect, there is an asymmetrical communication which hinders social interaction, limiting the exchange of information related to cultural identity.

Keywords: Factors, cultural identity, brokers education

Introducción

Identidad cultural es el conjunto de valores, orgullo, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia que hacen parte a la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante (Ayala, 2011; Guidens, 2006).

¹Universidad San Pedro, Programa de Diplomado en Investigación Científica, alcantaraupsp@yahoo.es

La construcción de identidades es un fenómeno que surge de la dialéctica entre el individuo y la sociedad; las identidades se construyen a través de un proceso de individualización por los propios actores para los que son fuentes de sentido y aunque se puedan originar en las instituciones dominantes, sólo lo son si los actores sociales las interiorizan y sobre esto último construyen su sentido. En esta línea, los roles definidos por normas estructuradas por las instituciones y organizaciones de la sociedad y las identidades definidas como proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo o conjunto de atributos culturales, entendido como la identificación simbólica que realiza un actor social del objetivo de su acción (Guedez, 1987; Silva, 2008).

También debemos comprender que esta identidad está presente en diversos aspectos ya sea en lo político, social, cultural como también a veces en lo económico; factores que a lo largo de la historia han causado un gran cambio en ella. A veces se confunden los términos de una identidad siguiendo fines devastadores, pues es necesario entender que un pueblo sin identidad cultural no prospera pero también que un pueblo que piensa que está por encima de los demás es dañino para sí mismo y para quienes le rodean.

La identidad depende de la educación, a lo largo del tiempo, se ha dado esta relación de forma inmemorial, tanto en la educación escolarizada cómo en la no escolarizada, la cual gracias a otros recursos modernos, como el internet y los medios de comunicación ayuda a fomentar el desarrollo de una identidad cultural que viene hacer el conocimiento, aceptación y aprendizaje de la historia de cada pueblo y -en tiempos modernos- en relación con los demás pueblos. El no conocer el pasado -nuestra historia- impide la formación de la identidad cultural y con ello nos priva de aprendizajes valiosos para el desarrollo personal, regional y de nuestro estado (Berger y Luckman, 1988; Castells, 2009; Quintriqueo, 2011).

Desde el punto de vista social, la identidad cultural nace de la interacción con los demás, es decir nace desde la base de la sociedad, la familia, en la cual se aprende sobre nuestra cultura. La identidad cultural es poder identificarnos con nuestra cultura de forma individual pero en una determinada sociedad. Los referentes de la identidad cultural son la historia, religión, idioma, lugar de nacimiento, cosmovisión, valores. Así mismo, comidas, artesanías, vestidos, danzas, monumentos, danzas, símbolos.

En el caso de la identidad cultural en Chimbote ocurrieron una serie de hechos que no permitieron una sólida formación de nuestra cultura (Unyen, 1989). El crecimiento explosivo de la migración por acción del “boom” pesquero, ha impedido que en la sociedad civil se integre la tradición intercultural en Chimbote (Kuramoto, 2005).

Sin embargo, la difusión de las manifestaciones culturales de los diferentes pueblos del Perú, a través de los medios de comunicación social, permite el acrecentamiento del interés por el conocimiento de la diversidad cultural, favoreciendo la identificación de los estudiantes con su cultura local, regional y nacional (Pizarro, 2008).

De la información anterior, surgió el problema ¿Cuál es la relación entre los factores sociales, económicos, culturales y educativos con la identidad cultural de los agentes de la educación del cuarto grado de secundaria de la ciudad de Chimbote el año escolar 2012? Por tanto, el objetivo del trabajo fue determinar los factores sociales, económicos, culturales y educativos se relacionan con la identidad cultural de los agentes de la educación del cuarto grado de secundaria de la ciudad de Chimbote, 2012.

Material y métodos

La investigación es cuantitativa, descriptiva y el diseño de investigación que se aplicó fue el no experimental correlacional.

La población objetivo estuvo constituida por 519 alumnos del 4to. grado de educación secundaria de menores de la ciudad de Chimbote. Se trabajó con una muestra aleatoria de 96 alumnos.

La metodología es analítica explicativa y se basó en el cuestionario, aplicado a directores, docentes y estudiantes de las instituciones educativas (IE) públicas Víctor A. Belaunde, Gloriosa 329, Prevocacional 89001 y las IE privadas Santa Teresita, Antonio Raymondi, Virgen de Guadalupe y Champagnat.

La distribución de la muestra, se aprecia en la tabla siguiente:

Tabla 1. Distribución de la muestra

Instituciones Educativas	Población			Muestra		
	H	M	T	H	M	T
Santa Teresita	16	21	37	3	4	7
Antonio Raimondi	12	23	35	2	4	6
Virgen de Guadalupe	17	25	42	3	5	8
Champagnat	10	13	23	2	2	4
Víctor Andrés Belaúnde	61	67	128	11	13	24
Gloriosa 329	70	70	142	13	13	26
Pre vocacional No.89001	69	43	112	13	8	21
Total	257	252	519	47	49	96

Como técnicas e instrumentos de recolección de datos, utilizamos el cuestionario. Los datos fueron tabulados y se utilizó la técnica de Chi Cuadrado para la comprobación de la hipótesis, mediante el paquete informático del SPSS.

Resultados

En la tabla 2 se presenta la identificación de los agentes educativos con los factores económicos, sociales y culturales de Chimbote.

Tabla 2. Identidad de los agentes educativos con la cultura de Chimbote.

Ítems	%
Totalmente identificado con la cultura de Chimbote	25
Medianamente identificado con la cultura de Chimbote	47
Parcialmente identificado con la cultura de Chimbote	20
No identificado	8

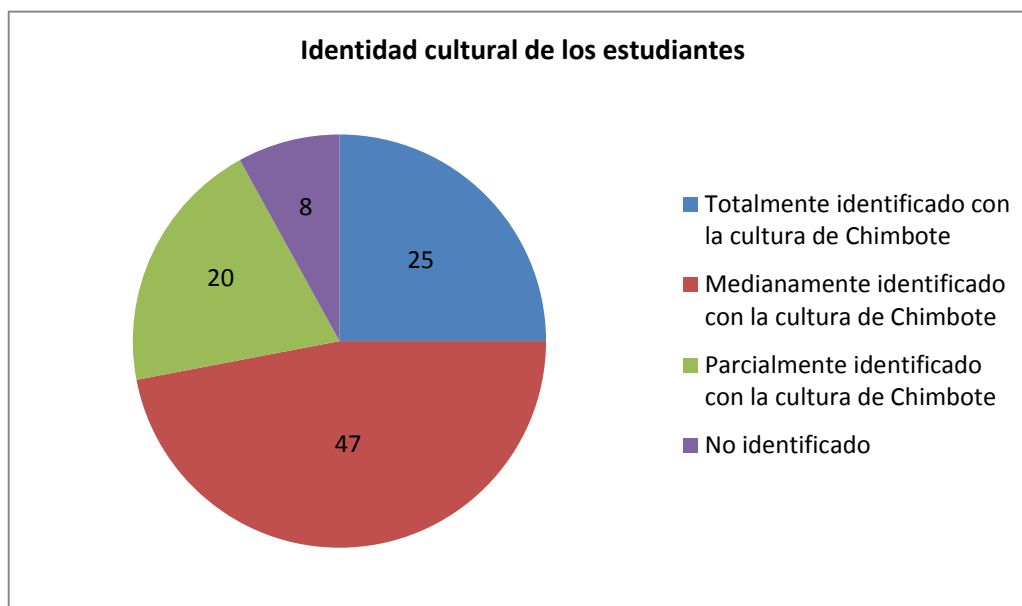


Figura 1. Identidad de los estudiantes con la cultura de Chimbote.

La hipótesis ha sido comprobada mediante la prueba estadística de Chi Cuadrado, con un nivel de significancia del 0.0023, lo cual confirma que existe una asociación entre los factores sociales, económicos, culturales y educativos; y la identidad cultural de los agentes de la educación secundaria de la ciudad de Chimbote en el año escolar 2012.

Discusión

En el estudio se halló que existe poco conocimiento y escasas visitas de los estudiantes a los lugares arqueológicos de Chimbote y la provincia de Santa; los resultados concuerdan con Alva (2010), quien afirma que los estudiantes de Chimbote no conocen parte de la cultura de Chimbote por falta de capacitación de los profesores.

En la investigación se ha encontrado que estudiantes, profesores y directores de las instituciones educativas de Chimbote afirman que la pesca de consumo, la harina de pescado, la fabricación de conserva de pescado y la industria siderúrgica son las actividades económicas más representativas de Chimbote a través de la Historia. Lo cual guarda correspondencia con los resultados de Kuramoto (2005) quien afirma que la población de Chimbote asegura que la pesca de consumo y la pesca industrial son las actividades económicas más importantes de Chimbote

Pizarro (2008), afirma que el programa televisivo Costumbres facilita de manera significativa el aprendizaje de los alumnos del área curricular de Personal Social, lo cual discrepa con los resultados hallados en la presente investigación en donde se evidencia limitaciones de los estudiantes en el aprendizaje sobre historia, arte, cultura, costumbres, danzas, fiestas religiosas, platos típicos y otros aspectos de la cultura de Chimbote.

Los resultados de la presente investigación guardan correspondencia con lo reportado por Rodríguez (2008) quien señala que en Cuba el potencial formativo de las tradiciones populares, para formar la identidad cultural, no está satisfactoriamente explorada para formar parte de la cultura escolar. Este hecho fue también observado en los agentes de la educación de Chimbote, los cuales muestran una limitada identidad cultural en las instituciones educativas públicas y privadas estudiadas.

Conclusiones

La hipótesis ha sido comprobada mediante la prueba estadística de Chi Cuadrado, con un nivel de significancia del 0.0023, lo cual confirma que existe una asociación entre los factores sociales, económicos, culturales y educativos; y la identidad cultural de los agentes de la educación secundaria de la ciudad de Chimbote en el año escolar 2012.

Más de la mitad de los agentes de la educación del 4to. Grado de Educación Secundaria del Casco Urbano de Chimbote tienen mediana o poca identidad cultural.

Las actividades económicas de la pesca y la siderurgia definen el perfil económico y cultural de Chimbote.

Los estudiantes demostraron tener poco conocimiento y práctica de los diferentes aspectos del factor cultural, porque los profesores y directores incluyen limitadamente los elementos culturales y económicos de Chimbote para diversificar el currículo, lo que no facilita el conocimiento y vivencia de los estudiantes de los elementos culturales de Chimbote.

Referencias bibliográficas

- Alva, V. (2010). Caracterización de la identidad chimboteña y propuesta de un programa de turismo escolar en estudiantes del tercer grado de educación secundaria de la IE. ULADECH de Chimbote año 2010. Univ. Los Ángeles, Chimbote- Perú.
- Ayala E., J. (2011). *Educación en México*. México DF: Progreso.
- Berger R. y Luckman, J. (1988). *Proceso de socialización*. Barcelona: Horizonte.
- Castells, A. (2009). *Aculturación en México*. México DF: Oxaca.
- Flores G., A. (2001). *Buscando un Inca*. Lima: IEP.
- Giddens, O. (2006). *Identidad cultural en América Latina*”, Medellín: Excelsior.
- Guedez, V. (1987). *Sociología y educación*. Barcelona: Taide.
- Kuramoto, J. (2005). El clauster pesquero de Chimbote: Acción conjunta y limitada; y la tragedia de los recursos colectivos. Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Lima, Perú.
- Pizarro, S. (2008). Aportes desde la comunicación a la educación: Una experiencia de aplicación del programa de televisión. Costumbres en el aula escolar. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Quintriqueo, S. (2011). Implicancias de un modelo curricular en la construcción de la identidad sociocultural de los alumnos/as Mapuches de la IX Región de la Araucana de Chile. Chile: Univ. Católica de Temuco.

Rodríguez, A. (2008). La formación de la identidad cultural del escolar de primaria: Una alternativa pedagógica. Cuba: Inst. Sup. Pedag. Conrado Benito de Cienfuegos.

Unyen, V. (1989). El despertar de un coloso. Chimbote: Isla Blanca.

Silva Santisteban J. (2008). *Antropología*. Lima: Universidad de Lima.