

UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”  
HUÁNUCO  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE SOCIOLOGÍA



---

---

**“LA CLASIFICACIÓN DE LA SELECCIÓN PERUANA AL MUNDIAL DE RUSIA Y  
SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD NACIONAL DE LOS CIUDADANOS DEL  
DISTRITO DE HUÁNUCO PERIODO 2018”**

---

---

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA

TESISTAS:

DAVID RAFAEL, ALVINO CHAVEZ  
ANGELICA JASMIN, MEZA FLORES  
ISABEL JULISSA, RUIZ CARHUAMACA

ASESOR:

DR. ROGELIO ALVARADO DUEÑAS

HUÁNUCO – PERÚ

2019

## DEDICATORIA

*Es mi deseo sencillo como gesto de agradecimiento, dedicar esta tesis de manera especial a mis padres Delfina y Fernando que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, los consejos, la oportunidad y los recursos para lograrlo.*

*A Rosalbina, gracias por estar en los momentos más difíciles brindándome tu amor, tu paciencia y comprensión, tu ayuda a sido fundamental, sin ti esto no hubiese sido fácil, pero estuviste motivándome y ayudándome.*

*A mis colegas de profesión, amigas, hermanas Isabel y Angélica, por su comprensión y apoyo, por hacer de esta tesis una realidad.*

*David Rafael Alvino Chavez*

*Dedico esta tesis a mis padres Jesús y Loida que siempre me apoyaron en la parte moral y económica para poder llegar a ser una profesional.*

*A mi hermano José y demás familia en general por el apoyo que brindaron día a día en el transcurso de cada año en mi carrera universitaria*

*Angelica Jasmín Meza Flores*

*La presente tesis dedico a mis padres, a mi hermana Cecilia, a mis abuelitos, tías, y padrinos, por su paciencia con mis errores y por confiar siempre en mí ya que han sido faro que me han guiado en todo momento.*

*Isabel Julissa Ruiz Carhuamaca*

## **AGRADECIMIENTO**

### *A DIOS*

*Por permitirnos disfrutar la vida porque cada día nos demuestra lo hermoso y justa que puede llegar a ser y poder disfrutar cada instante.*

### *A NUESTRAS FAMILIAS*

*A nuestros padres, hermanos, por habernos forjado como la persona que somos, muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes, ya que nos formaron con reglas y siempre nos motivaron a ser constante para alcanzar nuestras metas.*

### *A LA UNIVERSIDAD*

*A la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán", y a los docentes que contribuyeron en nuestra formación profesional.*

### *AL ASESOR*

*Mi agradecimiento también va dirigido al Doctor. Rogelio Alvarado Dueñas, por habernos brindado la oportunidad de aprender y tenernos la paciencia durante todo el desarrollo de la tesis.*

## RESUMEN

La identidad nacional, un tema que en nuestro país parece haberse olvidado hace mucho tiempo, hoy despierta el interés debido a un fenómeno mundial llamado fútbol, este deporte el cual nos inspira a seguir alentando a un país que parecía haberse dormido, es maravilloso cuando una nación se levanta en unión, sin discriminación racial, cultural, religioso, etc. Para alentar todos por un solo fin.

La presente investigación responde a la siguiente pregunta: ¿Existe relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?, el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018, con respecto al marco teórico se recurrió a las principales fuentes de información como artículos científicos, tesis desarrolladas anteriormente las cuales sirvieron de sustento y fortalecimiento del desarrollo de la presente investigación. Se aplicó el muestreo probabilístico, estratificado, en el que consideramos a 379 ciudadanos entre las edades de 15 a 59 años; la investigación es de nivel descriptivo/correlacional, tipo básica, diseño no experimental, muestra no probabilística, el instrumento utilizado fue el cuestionario. La hipótesis general formulada fue: la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia se relaciona con la identidad nacional en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018, por lo que se llega a validar la hipótesis según los datos recopilados, demostrando que la clasificación de la selección peruana ha incidido sustancialmente en el comportamiento de los ciudadanos huanuqueños desde la participación en acontecimientos en la que

se integran más como ciudadanos, de la misma manera en el sentimiento de sentirse orgullosos de ser peruano a tal punto de demostrarlo de forma extravagante, que en el presente proyecto se considera como nacionalismo extremo. Llegando a la conclusión principal que la clasificación de la selección peruana al mundial desarrollado en Rusia en el año 2018 tiene relación con la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco en el periodo 2018.

**Palabras claves:** identidad nacional, clasificación de la selección.

## SUMMARY

The national identity, an issue that in our country seems to have long forgotten, today awake due to a global phenomenon called football, this sport which inspires us to continue encouraging a country that seemed to have fallen asleep, is wonderful when a born is raised in union, without racial, cultural, religious discrimination, etc. To encourage everyone for a single purpose.

This research answers the following question: What is the relationship between the classification of the Peruvian selection to the World Cup of Russia and the national identity in the citizens of the District of Huánuco period 2018?, the main objective was To determine the relationship between the classification of the Peruvian selection to the World Cup of Russia and the national identity in the citizens of the District of Huánuco period 2018. The General hypothesis was: the classification of the Peruvian selection to the World Cup in Russia is positively related to the national identity in the citizens of the District of Huánuco period 2018. With regard to the theoretical framework, the main sources of information were used as scientific articles, theses previously developed which served as sustenance and strengthening of the development of this research. The research shows that the classification of the Peruvian selection has influenced substantially in the behavior of the citizens Huanuqueños from the participation in events in which they are integrated more like citizens, in the same way in the Feeling proud to be Peruvian to such an extent to show it extravagantly, that in the present project is considered as extreme nationalism. Reaching The main conclusion that the classification of the Peruvian selection to the world developed

in Russia in the year 2018 has a positive relationship with the national identity of the citizens of the district of Huánuco in the period 2018.

**KEYWORDS:** national identity, selection classification.

## ÍNDICE

CAPITULO I	
1.1. Fundamentación del problema .....	12
1.2. Formulación del problema .....	17
1.3. Objetivos generales y específicos .....	17
1.4. Justificación e importancia .....	18
1.5. Viabilidad .....	18
1.6. Limitaciones .....	19
CAPÍTULO II .....	20
2.1. Revisión de estudios realizados .....	20
2.2. Bases teóricas .....	24
2.2.1. Clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018. ....	24
2.3. Definición de términos básicos .....	43
2.4. Hipótesis .....	45
2.5. Cuadro de operacionalización de variables, dimensiones e indicadores .....	46
CAPÍTULO III .....	48
3.1. Nivel y tipo de investigación .....	48
3.2. Diseño de investigación .....	49
3.3. Determinación del universo, población y muestra .....	50
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	52
3.5. Procesamiento y presentación de datos .....	52
3.6. Procedimiento del trabajo de campo .....	53
CAPITULO IV .....	54
4.1. Resultados .....	54
4.2. Discusión de resultados .....	72
CONCLUSIONES .....	78
RECOMENDACIONES .....	80
BIBLIOGRAFÍA .....	82
ANEXOS .....	86



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sexo de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019.	54
Tabla 2: Edad de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019.	55
Tabla 3: Cree usted que los medios de comunicación influyeron para que usted fuera hincha de la selección peruana .....	56
Tabla 4: Cree usted que la noticia más importante en el periodo de clasificación de la selección al mundial de Rusia, fue el fútbol .....	57
Tabla 5: Usted considera que la clasificación de la selección Peruana al mundial de Rusia 2018 a unido todas las sangres (no hubo discriminación por razón de color, condición económica, cultura, religión, etc.).....	58
Tabla 6: Te has organizado para alentar a la selección peruana de fútbol.....	59
Tabla 7: Con quiénes vieron los partidos de la selección peruana .....	60
Tabla 8: En dónde vio los partidos de la selección peruana .....	61
Tabla 9: Usted fue a alentar algún partido de la selección peruana al estadio	62
Tabla 10: Durante la clasificación de la selección al mundial usted adquirió algún artefacto como televisor, equipo de sonido, señal de cable, etc. ....	63

## INDICE DE GRÁFICOS

Tabla 1: Sexo de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019	54
Tabla 2: Edad de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019.	55
Tabla 3: Cree usted que los medios de comunicación influyeron para que usted fuera hincha de la selección peruana .....	56
Tabla 4: Cree usted que la noticia más importante en el periodo de clasificación de la selección al mundial de Rusia, fue el fútbol .....	57
Tabla 5: Usted considera que la clasificación de la selección Peruana al mundial de Rusia 2018 a unido todas las sangres (no hubo discriminación por razón de color, condición económica, cultura, religión, etc.).....	58
Tabla 6: Te has organizado para alentar a la selección peruana de fútbol.....	59
Tabla 7: Con quiénes vieron los partidos de la selección peruana .....	60
Tabla 8: En dónde vio los partidos de la selección peruana .....	61
Tabla 9: Usted fue a alentar algún partido de la selección peruana al estadio	62
Tabla 10: Durante la clasificación de la selección al mundial usted adquirió algún artefacto como televisor, equipo de sonido, señal de cable, etc. ....	63

## INTRODUCCIÓN

Es grato poner en consideración nuestro trabajo de investigación titulado “La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y su relación con la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco – Periodo 2018“, el mismo que obedece a nuestra labor profesional, buscando los problemas sociales como fuente de inspiración, así mismo como conocimiento público para otra futura investigación social.

La importancia de la investigación radica en el estudio para determinar la relación de la clasificación de la selección peruana al mundial Rusia 2018 y como influyó en la identidad nacional en el distrito de Huánuco ya que el fútbol en particular es un sistema de interacción social.

Estudiada con dimensiones relacionadas estrictamente a la identidad nacional tales como: sentimiento de pertenencia y orgullo nacional por el país, expresiones innatas del deporte mundial.

En el primer capítulo, se describe el problema de investigación; se menciona la fundamentación del problema, formulación del problema, los objetivos del estudio, justificación e importancia, viabilidad y limitaciones.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico el que servirá para establecer los antecedentes, la definición de términos básicos, determinación de hipótesis, operacionalización de variables de la investigación.

El tercer capítulo abarca los aspectos metodológicos, se consigna nivel y tipo de investigación, diseño de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos.

En el cuarto capítulo se consigna los resultados y discusión: tablas y gráficas, basados en los resultados que obtuvieron de la aplicación de instrumentos de la investigación, así como la interpretación realizada.

## **CAPITULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Fundamentación del problema**

Desde nuestra perspectiva el fútbol es un fenómeno social que en los últimos años ha acaparado la atención de muchas áreas de estudio, en el campo social podemos hacer relación de influencia que tiene este deporte en la vida económica, política y social del ser humano, la influencia que este tiene gracias a los medios de comunicación masivos. Por otra parte para Maneiro (2017) refiere que “varios trabajos se centran al fútbol como generador de identidades nacionales y vehículo expresivo de valores y comportamientos tendientes tanto a la integración social como a comportamientos desviados (ej. hooliganismo y violencia)”. En los aspectos de identificación, el fútbol es un vector de creación de identidades colectivas e individuales. Hay aspectos simbólicos y culturales que intervienen; el deporte en conjunto y el fútbol en particular es un sistema de interacción social, más allá de que puede ser negativo en algunos momentos o positivo, según el fenómeno y los lentes con que veamos. (Guerrero, 2016)

La Sociología comienza a indagar en el surgimiento del deporte moderno y las “conexiones más amplias” que esta actividad establece más allá del desarrollo físico, atendiendo principalmente al papel del deporte en los procesos de integración social y de producción de sociabilidad a la vez que de formación de límites sociales. (Norbert & Dunning, 1996, p.10)

Según Dunning (1996), los factores que contribuyen al aumento de la importancia social del deporte durante el siglo pasado son tres: su fuerza “como

una de las principales fuentes de emoción agradable”, su rol “como uno de los principales medios de identificación colectiva” y el hecho de haberse constituido “en una de las claves que dan sentido a las vidas de muchas personas”. (p. 226)

Este fenómeno social llamado fútbol a calado en todo el mundo como creadora de identidades, el Perú no ha sido ajeno a ello, a partir de la presente investigación queremos llegar a explicar como un evento deportivo se apodera de los sentimientos y nos hace sentir orgullosos de pertenecer a esta nación, ese proceso no fue fácil pues el 2017 no empezó bien para Perú en el ámbito social, los desastres naturales golpearon fuerte a nuestro país, la huelga de maestros fue otra de las crisis que atravesaron durante unos meses, los acontecimientos políticos como el caso de Odebrecht, los problemas cotidianos como la inseguridad ciudadana también agobiaron a nuestra población en ese año, pero entre estas inundaciones, protestas, acusaciones y angustia habían algunas ocasiones en que la sociedad disfrutaba, la primera se dio en Marzo cuando aún algunas partes del país caminaba en agua, y tras un emotivo minuto de silencio por todas las víctimas del desastre Perú salió a la cancha a derrotar a Uruguay, ese fue un punto de quiebre de una clasificación histórica, sin embargo si queríamos seguir soñando con la clasificación al mundial tendríamos que hacer lo que no habíamos hecho en toda nuestra historia ganar en Ecuador, y lo hicimos, a Octubre llegamos con la ilusión al tope, el empate con Argentina nos llevó un partido de vida o muerte frente a Colombia en Lima, luego de una dramática jornada de fútbol en Sur América nos mantuvimos con vida, siempre favorecidos con los otros resultados porque se dio la lógica con Brasil, la ilógica en Paraguay y la mano de Ospina que felizmente tocó el balón, faltaba ciento ochenta minutos de repechaje para el mundial, el impacto social en nuestro país

ya era impresionante, la alegría que experimentamos los peruanos con la clasificación de nuestra selección al Mundial Rusia 2018; siendo esta una cohesión social de identidad que nos identifica con nuestro fútbol en todo el mundo.

Perú está en el Mundial, y detrás de él, está el muy querido hincha de la selección, el niño, el joven, el adulto, el anciano, los de arriba y los de abajo, los de la costa, la sierra y la selva, el blanco, negro, cholo y chino, es decir "todas las sangres" nos une con emociones y pasiones el sentimiento de felicidad de ser peruanos.

La identidad de toda la nación peruana, un día a día que a muchos nos sorprende, los valores patriotas que ya no se consideran con el respeto que se debería. La ciudadanía, si observamos la encuesta de Ipsos Apoyo del 28 de julio, titulada "Un país orgulloso y optimista", encontraremos cosas interesantes en las columnas que detallan los motivos de orgullo y de vergüenza de ser peruano. (El Comercio, 2012, p. A8)

Los factores de los que los peruanos se sienten orgullosos son principalmente: de sus restos arqueológicos, su gastronomía, sus recursos naturales, su cultura, su arte, sus paisajes e historia (en ese orden), es decir, fundamentalmente bienes, naturaleza y asuntos del pasado. En cambio, los factores de los que se avergüenzan, tienen que ver con las personas del presente, responsables de la vergonzosa delincuencia, corrupción, injusticia, narcotráfico, discriminación, pobreza y conflictos sociales.

Los Psicólogos, Sociólogos y Antropólogos tienen acá un interesantísimo material para hablar sobre la identidad de los peruanos y el sentimiento que despierta en nosotros esta autoimagen tan escindida de lo que es "ser peruano".

Si los motivos de orgullo están distantes de las personas y además en la sociedad del presente encontramos muchísimos factores de frustración, mortificación, vergüenza, ¿qué se puede esperar de la conducta de los peruanos con relación al prójimo y todos esos males que nos aquejan como sociedad? ¿Qué valores son los que imperan en la realidad e impregnan nuestra manera de ser peruanos? ¿Cómo afecta eso al desarrollo humano, económico y social, la resolución de los conflictos sociales y las confrontaciones entre sectores polarizados de la sociedad peruana?, ciudadanos de Huánuco que solo culpan al gobierno y no hacen la autoevaluación y el porqué de la falta de respeto por nuestros símbolos patrios, porque la brecha de unión social con nuestros ciudadanos de Huánuco y porque no nos sentimos orgullosos de ser pata amarilla y luchar por construir nuestra identidad.

Símbolos patrios, las cuales fueron creados para diferenciar y representar a una nación, con mucha historia, dirigentes de los comités cívicos patrióticos de la región cuestionaron que la ciudadanía no participa activamente en las ceremonias cívico patrióticas los días domingos organizados por las autoridades correspondientes y aún peor ni siquiera las autoridades huanuqueñas están presentes en su totalidad y no respeta los símbolos nacionales como la bandera.

Es poca la población que rinde honores al símbolo patrio los domingos, solo acuden los escolares y eso porque los obligan sus profesores, en cambio en las fiestas si acuden miles de personas porque hay licor y baile, nuestra plaza de armas de la ciudad de Huánuco vacía en los izamientos del pabellón nacional pero es bastante contradictorio porque, al planificarse una fiesta con artistas y licores nuestra plaza la cual esta como símbolo de patrimonio llena de participantes, es muy lamentable que los ciudadanos de Huánuco no valoren su



identidad, podemos observar trabajadores en izamientos, solo algunos de los tantos trabajadores de la municipalidad de Huánuco, raras veces acuden una cierta cantidad, ciudadanos que pasan cerca ignoran ese acontecimiento patriótico como si fuera cualquier actividad.

"El lavado de la bandera", lo realizan como si se tratara de cualquier trapo. "Esa es una falta de respeto, se toma este símbolo para cualquier tipo de manifestación, cuando lo que la bandera representa es solo la peruanidad y el patriotismo" y que podemos decir de nuestros representantes en los altos cargos públicos, personajes que son una vergüenza, que ya ni las letras del himno nacional saben.

La unión social, Huánuco es un distrito que hoy en día se ve afectada y separada por conflictos e interés de partidos políticos, legisladores que buscan el bien de los ricos y el perjuicio de los pobres, de que unión social podemos hablar si se está excluyendo a los que representa en gran parte al estado, autoridades corruptas que caen uno a uno por una justicia que parece tomar el camino correcto y pretende cambiar nuestros líderes y autoridades y por ende construir una sociedad mejor.

Huánuco conocida en el mundo entero como la ciudad del mejor clima, pero que sucede con el patriotismo, con la unión social, con el respeto colectivo, con nuestra identidad, esa es una pregunta que también deberíamos de hacernos como ciudadanos de esta maravillosa ciudad con el mejor clima del mundo.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general.**

¿Existe relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos.**

- ¿De qué manera se relaciona la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia con el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?
- ¿Cuál es la relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?

## **1.3. Objetivos generales y específicos**

### **1.3.1. Objetivo general.**

Determinar la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.

### **1.3.2. Objetivos específicos.**

- Conocer la relación de la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia con el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos

del distrito de Huánuco periodo 2018.

- Describir cuál es la relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.

#### **1.4. Justificación e importancia**

- Esta investigación es importante porque nos permitió conocer la relación de la clasificación de la selección peruana al mundial Rusia 2018 en la identidad nacional.
- El fútbol es más que algo simplemente trivial y que merece ser considerado junto a la familia, la religión, los medios y la educación como una institución social significativa por su impacto en las esferas económicas, políticas, ambientales y sociales la cual merece ser considerado como tema de interés para estudios de investigación.
- Estudiar la formación de la afición al fútbol para conocer los sobrepesos de los factores que configuran la identidad de los seguidores de nuestra selección a escala nacional, nos beneficiara para poder entender el comportamiento, sentimiento del aficionado a este deporte rey, que acapara la atención de chicos y grande sin distinción de clase sociales y económicas.

#### **1.5. Viabilidad**

Conjunto de factores o aspectos que permiten desarrollar o realizar el trabajo sobre el proyecto de investigación, son los siguientes:

- **Bibliografía:** Se contó con libros especializados y actualizados físico y virtual, necesarios para la ejecución del trabajo de investigación.

- **Recursos materiales:** Se dispuso de los materiales necesarios para la elaboración del proyecto de investigación.
- **Antecedentes:** Se contó con tesis elaboradas anteriormente referentes al tema materia de estudio.
- **Presupuesto:** Se contó con los recursos económicos necesarios para la elaboración del proyecto de investigación.
- **Disponibilidad del tiempo:** Se contó con el tiempo necesario para desarrollar el trabajo de investigación.

### 1.6. Limitaciones

Conjunto de factores que dificultan o imposibilitan la ejecución del trabajo de investigación, se presenta a continuación:

- **Primera experiencia en realizar investigación:** Pero se contó con la asesoría de un asesor experto.
- **Manejo metodológico:** Poco conocimiento del manejo metodológico, pero se contó con la guía del asesor para absolver cualquier duda.
- **No existen muchos trabajos de este género a nivel regional y nacional,** es un tema nuevo para la sociedad Huanuqueña.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Revisión de estudios realizados**

##### **2.1.1. Revisión de estudios realizados a nivel internacional.**

Chester (2008) en su tesis: fútbol e identidad nacional en Centroamérica, un análisis comparativo de los casos de Guatemala, el Salvador y Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Tesis para optar el título de licenciado en ciencias sociales. El investigador llegó a la siguiente conclusión:

- Para el caso de Costa Rica la dominación ideológica del tiempo libre hizo que el fútbol fuera utilizado para morigerar las costumbres de los sectores dominados y transmitir el nacionalismo oficial, principalmente en el valle Central, región más controlada a un nivel social, político, económico, educativo y cultural. Empero, el apropiamiento comunitario, su filiación en la formación de la conciencia de clase obrera, la promoción de los medios de comunicación y la hegemonía deportiva a un nivel centroamericano, hicieron que el balompié fuera interiorizado más fuertemente y que el estado le comenzara a dar más atención en los últimos años del período de estudio.

Del Real (2004) en su tesis: clubes de fútbol profesional masivos, los nuevos referentes de identidad cultural. Universidad Santiago de Chile. Tesis para optar el título profesional de licenciado en sociología. El investigador llegó a la siguiente conclusión:

- Para evaluar el potencial de los clubes de fútbol profesional para constituirse como referentes de identidad, antes de compararlos con la Identidad Nacional en este sentido, es la capacidad de éstos para constituirse 109 como grupos. Para analizarlo se retoma el tema del establecimiento de fronteras como mecanismo de identidad, según el cual la delimitación es una reacción para protegernos y también para saber quiénes somos, la cual hoy en día, dada la pérdida de sentido y funcionalidad del espacio, deriva en la pérdida de sentido cultural del espacio, ante lo cual se reaccionaría estableciendo nuevas fronteras en torno a grupos donde se rescatan los lazos primitivos de identidad. Estos conglomerados necesitan antes que todo instaurar su carácter colectivo a través de símbolos, banderas o insignias que les otorguen características de distinción y de demarcación territorial, y en el caso de nuestros clubes efectivamente tienen una identidad clara y formada, en base a símbolos compartidos ampliamente difundidos y asimilados.
- Si se compara este carácter de los clubes de fútbol con la idea de Nación como referente de identidad, evaluando también su capacidad para generar la idea de grupo, en torno a la Nación se nota que el sentimiento de pertenencia y sentido de grupo son elementos bastante difundidos y más intensos que para el fútbol, y otro aspecto como el reconocimiento de un lenguaje o forma de expresión propia indica que hay algún elemento de cierre a lo externo. Sin embargo, la idea de diferenciación nuevamente es débil, pero sólo en el ámbito del rechazo hacia los que están “fuera”

del grupo, ya que en este caso sí se reconoce a los extranjeros como miembros de otros grupos, rescatando el concepto de nacionalidades distintas. De todos modos, la Nación es el referente declarado de representatividad más masivo, aunque no se puede desconocer la emergencia de referentes cada vez más locales como la ciudad, el barrio, los amigos e incluso la familia. Con todo esto se puede decir que la Identidad Nacional también se aprecia como una identidad básicamente discursiva, aunque más sólida, permanente y requerida que la identidad que generan los clubes de fútbol como grupos, e incluso deseada y expresada de manera más consiente que la identidad “clubística”.

### **2.1.2. Revisión de estudios a nivel nacional.**

Miranda (2016) en su tesis: Fútbol globalizado: identidades, prácticas culturales y nuevas formas de asociación. Análisis de los casos de la peña blaugrana de lima y los hinchas del Real Madrid en Lima durante las temporadas 2014 – 2015 y 2015- 2016. Universidad Pontificia Católica del Perú. Tesis para optar el título de licenciado en comunicación. La investigadora llegó a la siguiente conclusión:

- Respecto a las prácticas culturales, pueden distinguirse tres grupos de prácticas que se identificaron de manera efectiva. La primera es el grupo de prácticas que provienen como herencia de lo que sucede en los estadios de fútbol: la ambientación del lugar con banderas del club; la distribución del espacio con la pantalla como centro de atención como si fuera el campo de juego, la ubicación de los directivos, los

asientos de los demás hinchas; la entonación de cánticos del club transnacional del cual uno es hincha. La segunda es el grupo de prácticas globales que el club busca promover entre sus peñas para que funcionen como reales embajadas del mismo. Allí encontramos la puesta en práctica de valores, la reunión para ver partidos practicar deporte, y la promoción de la integración mediante la celebración de aniversarios, actividades de ayuda humanitaria, entre otros. Y el tercer grupo es aquel donde se producen prácticas propiamente globales; es decir, de alcance global pero enraizadas en cada contexto local como el uso de camisetas con nombres personalizados o con el nombre de ídolos peruanos, el consumo de bebidas y comidas peruanas, y la colección de objetos con motivaciones muy personales de cada uno de los miembros.

Ochoa (2017) en su tesis: Comunidad, sentido de comunidad y participación comunitaria en miembros de una barra de fútbol de Lima Metropolitano. Pontificia universidad Católica del Perú. Tesis para optar el título de licenciada en psicología. La tesista llegó a la siguiente conclusión:

- Se llega a concluir que la barra posee elementos que lo fundamentarían como comunidad en construcción, resaltando la identificación de los miembros de la barra con el grupo, dando cuenta del desarrollo de una cultura compartida y una afinidad entre estos. Asimismo, se constata la posibilidad de generar un impacto en el grupo a través de la dinámica participativa que se está generando dentro de este. Más aún, la historia del barrista con respecto a sus inicios dentro



del grupo es un factor relevante que marca, también, la identificación de este con el mismo. Por otro lado, el espacio público y la sociedad no pueden ser desvinculadas de la barra; puesto que, son aspectos que moldean su identidad. En primer lugar, el espacio público es en donde se genera la dinámica de los barristas, siendo este espacio donde suelen interactuar entre sí y coordinar eventos propios del grupo y/o en pro del barrista; conllevando a fortalecer su sentido de pertenencia. En segundo lugar, la sociedad cobra valor debido a las creencias que poseen en torno a los barristas quienes las adhieren a su auto concepto, logrando diferenciarse de aquellos que no son parte de una barra de fútbol. Esto, a su vez, implica que se puedan identificar las áreas de mejora en torno a la barra; y, lograr un cambio social desde el endo grupo a partir de estrategias y/o acciones los cuales se encuentran alineados a los objetivos intergrupales que posee el colectivo.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018.**

#### ***Etimología de clasificación.***

Al respecto Definiciona (s.f.) considera a la clasificación como “Verbo activo transitivo. Se trata de catalogar, archivar, inventariar, enumerar, organizar, encasillar, calificar, organizar y ordenar dependiendo la clase, carácter o del género asignado” (p. 1).

### ***Etimología de mundial.***

Para Definiciona (s.f.) “Esta palabra etimológicamente viene del latín “mundus” mundo y del sufijo “al” que indica relativo, concerniente o perteneciente, también del latín tardío “mundiālis”” (p. 2).

### ***Movimiento social.***

#### *Medios de comunicación.*

El fútbol se difunde por los medios de comunicación. La información deportiva, en ocasiones tiene mayor relevancia mediática que la política. En España el diario más leído es el Marca, esto refleja el mayor interés de la sociedad española por el fútbol que por otras noticias. El consumo masivo de información deportiva provoca una clara desinformación en otros aspectos. ¿Quién tiene la culpa de todo esto? Los dueños de los medios y la gente. Pues si se educara en valores diferentes a la importancia del partido del domingo, habría una opinión pública informada y cualificada ante la situación socio-política y económica tanto nacional como internacionalmente. Por tanto, en el fútbol se cumple la teoría de la agenda setting, los medios son tan poderosos que fijan los temas a debatir. Además, las opiniones contrarias a esto al ser minoría son silenciadas por la masa, por ello también se puede hablar de espiral del silencio en torno al fútbol. La gente debería tener conciencia de la situación, preocuparse por saber la verdad y tratar de informarse, decidir los temas que le interesan por sí misma y dejar de ser masa. (Álvarez, s.f., p.4)

Según el autor los medios de comunicación cumplen un papel importante para mantener informado a la población, pero también muchas veces estos medios de comunicación solo quieren hacernos ver lo que ellos difunden, como es el fútbol ya que la mayoría de los ciudadanos no reclaman y no les interesa saber la realidad de su País.

### *Organización de barras.*

Para Ocampo (2007)

La identidad de los barristas en general funciona como sentimiento de pertenencia que se renueva durante el espacio ritual del partido. Este sentimiento funciona en dos sentidos: uno hacia la ciudad o región y otro hacia el propio grupo en tanto se es miembro de él. Se fortalece y se renueva gracias a unas prácticas sociales que se inscriben en un espacio ritual, pero también al reconocimiento individual y colectivo de inclusión al grupo y de exclusión a otros grupos. Este reconocimiento también proviene de la sociedad y del Estado, por ello, ciertos códigos de comunicación barrista son reconocidos socialmente. Como resultado de la interacción con los integrantes de las barras, la investigación concluye que los jóvenes buscan a través de estos grupos la inclusión que la sociedad en general les niega. En ellas son 'alguien', tienen una identidad y un sentimiento de fidelidad extremo, en este caso por un equipo de fútbol. "Podemos afirmar que las prácticas barristas como su organización, acciones y símbolos, permiten pensar el fútbol como un espacio propicio para la toma de conciencia de los jóvenes barristas acerca de su existencia social como grupo contestatario", concluye la investigación. (s.p.)

Según el autor la organización de barras se considera a un conjunto de personas que tienen simpatía por un equipo y estos a su vez tienen un sentimiento de pertenencia porque se sienten parte de algo y les genera satisfacción apoyar al grupo al cual pertenecen.

### *Inclusión e igualdad.*

Álvarez (s.f.) afirma que:

El fútbol es para algunos un juego y para otros una forma de vida. Hay quien lo usa como negocio o lo sigue como ideología. Llega a considerarse una pasión e incluso representa una religión. Forma parte del mundo actual, de la sociedad de masas que todo lo envuelve. Está presente en cualquier parte del mundo y tras él hay intereses ocultos. Unos pocos lo utilizan como instrumento de poder. (p.1)

El sistema deportivo ha sufrido en los últimos años cambios drásticos que le han llevado dejar de ser un sistema homogéneo y relativamente cerrado. Se ha

convertido en un sistema más abierto, pluralista y heterogéneo, en el que hay que considerar los siguientes aspectos: a) El deporte en la sociedad moderna se caracteriza hoy día por un proceso de diferenciación interna, que sigue en su realización una determinada lógica. La integración masiva de nuevos segmentos de población como mujeres, mayores etc. refleja una democratización en el acceso a la práctica deportiva. Esto tiene que tener, lógicamente, un efecto en la configuración social del sistema deportivo, pero los requerimientos de organización y formación del deporte de élite tienen que ser completamente diferentes a los de la práctica deportivo-recreativa de los mayores. Así el sistema deportivo se enfrenta a una presión interna de cambio para administrar mejor sus recursos disponibles y así poder corresponder mejor a los intereses específicos de su clientela. Este hecho tiene que llevar a la mencionada diferenciación interna. b) Estos nuevos intereses, integrados en el sistema deportivo actual, se reflejan en la compleja estructura de motivos y demandas hoy día, caracterizado por un proceso de heterogeneización. (Nasser, 2001, p. 2)

Según los autores el fútbol un deporte que se practica en todas partes del mundo, sin discriminación de color, raza, género, origen, estatura, etc. Que une a todos con un único fin de ganar, de generar alegrías al país al cual representan y honrar los colores de la camiseta que llevan puestas, si bien en algunos momentos en los estadios hemos observado que los hinchas utilizan frases y gestos de discriminación, las ligas en todo el mundo también realizan campañas contra la no discriminación, porque se debe practicar la inclusión de todos en este deporte.

### ***Movimiento económico.***

Álvarez (s.f.) afirma que:

Los empresarios vieron en el fútbol un nuevo producto de mercado. Un comerciante promocionaba a un equipo y esto le reportaba beneficios económicos. Un ejemplo local sería cuando un comercio patrocina las camisetas del equipo del barrio y aparece su nombre en ella para dar publicidad. Si eso se aplica a otros

niveles, es comprensible que empresas como Fiat (Italia), Bayer (Alemania), y Daewoo (Corea del Sur) patrocinen o usen equipos como Juventus, Bayer Leverkusen y Pusan respectivamente. Las empresas invierten dinero en la expansión del fútbol. Siempre abren nuevos mercados como en los Mundiales de Estados Unidos 94 o Corea y Japón 2002, para abrir el mercado estadounidense y asiático. El interés económico prima sobre los valores deportivos y los equipos son empresas. (p. 3)

Según el autor el movimiento económico que genera el fútbol, es un comercio que da ganancia al quien sabe cómo manejar este mercado, las grandes empresas se posicionaron bien, siendo auspiciadores de los grandes equipos haciendo que estas empresas sean más conocidas ya que sus marcas se ven en diferentes países y esto traen a su vez consumidores que quieren usar la misma marca de sus deportistas preferidos.

#### *Venta de entradas.*

Murayama (2010) dedica una columna al análisis económico del fútbol pues según el autor: “El fútbol puede ser analizado no sólo como deporte o espectáculo sino como una actividad económica relevante” (p. 1).

- **Consumidores globales, nacionales y locales.** Si hace unas décadas la pasión por el balompié implicaba una identificación con el equipo local, de la ciudad o del barrio de residencia, ahora el aficionado puede ser cada vez más remoto y vivir a miles de kilómetros del estadio donde juegan sus ídolos. La ocasión para disfrutar de los partidos protagonizados por las mejores estrellas del orbe ya no se reduce a la Copa del Mundo cada cuatro años, sino que la televisión ha hecho posible que cada fin de semana los espectadores consuman un espectáculo ocurrido en las principales ligas europeas, epicentro de este negocio global. Esta ampliación de aficionados consumidores también ha catapultado el alcance de la industria futbolística: dejó atrás el barrio y se volvió, como la economía en su conjunto, global.
- **Un mercado imperfecto y monopolístico.** Aunque hay millones de equipos de fútbol en el mundo, sólo unos cuantos miles son profesionales, es decir, hay

relativamente pocas empresas que producen ese servicio de entretenimiento que es el fútbol. Para entrar al mercado, hay importantes filtros, lo que reduce las posibilidades de participar: tener un equipo en una división profesional requiere sortear competencias previas y/o, en su caso, realizar desembolsos considerables ya sea para adquirir una franquicia, un conjunto de acciones o para adherirse a una federación. Además, hay un único regulador supranacional: la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) que define las reglas del juego y del negocio en todo el planeta, a grado tal que tiene más países afiliados que la propia organización de las Naciones Unidas. Hay, así, pocas empresas que abarcan a un negocio con miles de millones de consumidores. Pero esas empresas, lejos están de ser de dimensiones similares. Para no ir muy lejos en las comparaciones, baste señalar que, en la misma división profesional de una misma liga, hay diferencias más que significativas. Es el caso de la liga española, donde se identifica al club más rico del orbe, el Real Madrid, cuyos activos y flujo de ingresos poco o nada tienen que ver con los de un equipo como el Hércules de Alicante, recién ascendido a esa misma primera división.

- **Los ingresos de los equipos.** Si tradicionalmente un equipo de fútbol recibía ingresos por las entradas de aficionados a su estadio a lo largo de los diferentes torneos en los que competía, ahora las fuentes de recursos se han diversificado, pero, en algunos casos, concentrado. La diversificación proviene de la multiplicación de los productos que se venden: antes sólo el partido en vivo y en directo para los aficionados en la tribuna, y algunas cervezas y refrescos, más la publicidad en las vallas alrededor del campo. Ahora, además de lo anterior, publicidad también en los propios uniformes de los jugadores, así como una amplia gama de productos de mercadotecnia: gorras, camisetas, bufandas, estampas para coches, libros, calendarios, etc. Y la concentración de los ingresos que pueden recibir las empresas, esto es, los clubes de fútbol, proviene del negocio de la televisión, pues son unos cuantos compradores los que realizan las adquisiciones, siendo este rubro el más importante como generador del dinero fresco para los equipos profesionales.
- **TV y fútbol, mancuerna indisoluble.** La popularidad del fútbol hace que se convierta en uno de los contenidos más rentables en la emisión de las cadenas televisivas, aunque no sólo, pues también aumenta las audiencias de las frecuencias de radio y las ventas de ejemplares de periódico (o bien de consultas en internet) a grado tal de permitir la existencia de algunos

diarios deportivos destinados, en el grueso de su información, al seguimiento futbolero. Si el fútbol es un buen negocio para la televisión, la televisión se ha convertido en el principal negocio del fútbol. Es gracias a la TV que un partido en el Santiago Bernabéu se puede seguir en tiempo real en toda España y en Europa, así como en Beijín, en Río de Janeiro y en la Ciudad de México. Los equipos viven, literalmente, del dinero que les ofrece la televisión. El problema es que la industria de la televisión también es de alta concentración económica y de unos cuantos actores que, por lo mismo, tienen un poder monopsonio excepcional (como son pocos compradores pueden influir en el precio de compraventa en deterioro de los intereses del vendedor). Así, buena parte de la salud del negocio del fútbol depende del tipo de arreglos que los equipos, de manera sea individual o colectiva, puedan tener con las empresas de televisión.

Según los autores las ventas de entradas es un medio económico para los equipos, pues como se sabe tras cada partido multitudinarias personas asisten a estos eventos y van variando el precio de las entradas, según el equipo que va jugar.

#### *Turismo.*

Santana (1999) citado por Granero (2007), define el turismo como "... el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa" (p. 113).

Asimismo, Granero en su investigación (2007) cita a Standeven & De knop (1999) quienes mencionan que "El turismo deportivo es un mercado en expansión y representa grandes beneficios económicos a nivel local, nacional e internacional" (p. 118).

En este tipo de turismo la actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, pues, cada vez más, el turista desea participar activamente en sus vacaciones. (...) Al margen de los beneficios sociales, culturales, etc., las actividades relacionadas con estas prácticas generan grandes impactos económicos, concluyéndose, que el gasto realizado por un turista activo repercute mucho más en la renta y el empleo locales, que ese mismo gasto realizado por un turista tradicional (Granero, 2007, p. 111).

Según los autores el turismo deportivo genera grandes ingresos a quienes albergan los eventos deportivos, y la demanda de ello es aún más cuando el equipo o selección de fútbol se encuentra a expectativas de obtener algún logro.

#### *Industria deportiva.*

Para nadie es innegable que la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia fue un factor muy importante en el crecimiento de venta en las industrias encargadas en la producción de camisetas, bebidas, comidas, etc. Según Arnaldo Aguirre, gerente de Cuentas Senior de Arellano Marketing, el optimismo gracias a la clasificación se había generado movimiento en la economía y ese buen ánimo se mantuvo en los meses siguientes a la clasificación de nuestro país a la cita mundialista, a ello menciona que: "hubo diferentes sectores que se movieron, unos más que otros, cervezas, licores, restaurantes, viajes (a Rusia, sede del mundial 2018), Televisores, electrodomésticos, la publicidad creció de forma importante, además los programas deportivos, por los periodistas deportivos." (RPP, 2007)

Macera (2017) en su publicación periodística refiere que, "En los supermercados, las ansias de una clasificación se vieron reflejadas en lo sucedido el 10 de noviembre, día del partido de ida contra Nueva Zelanda" (s.p.).



Flores (2017) al respecto menciona que:

En los supermercados, las ansias de una clasificación se pueden ver reflejadas en lo sucedido el 10 de noviembre, día del partido de ida contra Nueva Zelanda. De acuerdo con el gerente de Márketing de Cencosud Supermercados, Marco Antonio Merino, ese día se registró un aumento de 35,53% en el consumo de la cadena Wong, comparado al mismo día del año anterior. Los rubros más dinámicos fueron cervezas (363%), licores y destilados (170%) y hielo (149%). En cuanto a la venta de televisores, desde la victoria sobre Ecuador en setiembre, que puso a la Blanquirroja en zona de clasificación, las ventas de LG en esta categoría aumentaron hasta 45% durante las semanas de partidos, según Mariano Rabanal, director de Ventas de Consumer Electronics de la firma coreana. “La semana previa a la inauguración del Mundial se venderían alrededor de 60 mil unidades”, apuntó. El interés por los televisores también se manifestó en el comercio en línea. Según Pamela Flores, gerenta general de Mercado Libre Perú, las ventas aumentaron en 80% en octubre de este año comparado con el mismo mes del 2016. (s.p.).

Según los autores la industria deportiva va en aumento, cuando hay encuentros deportivos, pues los hinchas van alentar a sus equipos vistiendo camisetas, vinchas, casacas, etc. haciendo que los comerciantes tengan un apogeo, también se notó un aumento en ventas en los Supermercados pues como se sabe el fútbol une familias, amigos, y es motivo para celebrarlo, las personas cobran licor, hielo, cerveza, inclusive otros renuevan sus televisores.

### **2.2.2. Identidad Nacional**

#### ***Etimología de identidad nacional.***

Pérez & Gardey (2009) define a la identidad como “Una palabra de origen latino (*identitas*) que permite hacer referencia al conjunto de rasgos propios de un sujeto o de una comunidad. Estas características diferencian a un individuo o a un grupo de los demás” (p. 1).

***Definición de identidad nacional.***

Hoyos de los Ríos (2001) en su artículo titulado “Identidad nacional una aproximación cognitiva” afirma que:

A medida que crecen los individuos van reconociendo su pertenencia a distintos grupos sociales, entre los que se incluyen su país, el departamento, la ciudad, el barrio, pero también otros grupos de referencia, con los que puede existir una identificación o una oposición, como equipos de fútbol, tendencias musicales, cofradías religiosas, «tribus urbanas», etc. (p. 6)

Las personas van recibiendo estímulos de su mundo exterior, la cual va dando forma a su adaptación a un determinado grupo social, primero será el grupo territorial, luego serán los grupos de referencia en la cual la persona comparta ideas, gustos, sentimientos, entre otros factores que lo lleve a integrarse a ese grupo social.

Asimismo, Menéndez (s.f.) cita a Poole (1999) quien afirma en su ensayo titulado “Nation and identity” lo siguiente:

En el proceso de formación de la identidad nacional interviene un gran número de factores culturales, políticos, económicos y sociales que son imperativos para la formación y existencia de la nación, esto se ve reflejado en la cita siguiente: «identidad nacional es [...] la movilización de recursos culturales lingüísticos para crear [...] una concepción de nosotros mismos de cómo pertenecer a una nación especial» (p. 1).

La intervención de los factores de formación de la identidad, van a influir en la propia intensidad de que la persona se sienta muy o no muy parte de ese grupo social, al hablar nosotros de identidad nacional, estamos hablando de una identidad colectiva, esta identidad no es estática y va a depender del contexto en la que se encuentra.

Según Pérez (2002) citado por Ecured (s.f.) afirma que la identidad nacional es:

“Una construcción maleable y resbaladiza, provisional y heterogénea, que depende, por encima de todo, de la posición y el contexto de quien habla» debido a que cada ideología «impone la supresión o represión de todo lo que no cuadra con ella” (p. 14)

La identidad nacional va a sufrir cambios en su intensidad, dependiendo del contexto en la que se encuentra su realidad, será afectada en muchos casos por situaciones negativas, lo que inferirá negativamente en su sentido de pertenencia al grupo social, pero también se verá influida de manera positiva por eventos positivos.

La identidad se caracteriza por una constante transformación que atraviesa todas las dimensiones de la vida cotidiana que está sujeta a múltiples causas, elementos y factores; de ahí que, se comprenda lo que plantea Patricio Guerrero al afirmar que la identidad no es única sino más bien múltiple porque cada persona tiene varias identidades como parte de su ser, es fragmentada pues cada identidad nos vincula con otros individuos que ocupan distintos espacios geográficos y sociales; y, es diferenciada ya que al sentirnos parte de un grupo determinado de personas, nos permite el reconocimiento de nuestras especificidades y nuestras diferencias con respecto a los otros. (Díaz & Mantilla, 2008, p. 65)

### ***Sentimiento de pertenencia.***

Díaz & Mantilla (2008) citan a Bromberger (1999) quien en su investigación titulado “el revelador de todas las pasiones” explica sobre el sentimiento de pertenencia, lo siguiente:

Comprender cómo a través del fútbol se construye identidad y fluyen discursos acerca de las identidades y las pertenencias a ellas, pues "cada enfrentamiento

suministra a los espectadores un soporte para la simbolización de alguno de los aspectos ya sea local, profesional, regional o cultural de su identidad. El sentimiento de pertenencia se construye aquí, de la misma forma que en otras circunstancias, en una referencia de oposición más o menos virulenta hacia el otro". (p. 70)

Brea (2014) en su trabajo de investigación en la Universidad de Murcia, que lleva como título "Factores determinantes del sentido de pertenencia de los estudiantes de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Campus Santo Tomás de Aquino", menciona lo siguiente:

A nivel de la sociedad mayor, feres (2007) apunta que el sentido de pertenencia interviene en los procesos de vinculación e identificación ciudadana y con las instituciones y grupos que integran el estado nación. En este nivel el sentido de pertenencia que manifiesta a partir de indicadores como multiculturalismo, tolerancia no discriminación, capital social, participación, expectativa del futuro, movilidad social, integración y afiliación social. (p. 20)

Maslow defiende la idea de que el ser humano muestra una tendencia innata a mejorar sus niveles de satisfacción desde las necesidades básicas hasta las más elevadas de la denominada "Pirámide de Maslow" o "Pirámide de la Jerarquía de las Necesidades". El motor que impulsa al hombre a cubrir las necesidades es la motivación, por lo que esta jugará un papel crucial en el desarrollo del individuo. (Lopez del Campo, 2015, p. 3)



Partiendo del hecho de que la práctica deportiva suele ser una elección individual, los motivos son personales pero lo que está claro es que el deporte trasciende la práctica de ejercicio físico, desde la salud y la socialización, es una actividad transversal en nuestras vidas y abarca muchos ámbitos.

El sentimiento de pertenencia es un elemento fundamental en la definición y cohesión de la identidad personal y cultural. Podríamos definirlo como el conjunto de sentimientos, percepciones, deseos, necesidades, afectos, vínculos, etc. que van construyéndose a partir de las experiencias y de las prácticas cotidianas desarrolladas por las personas o los grupos en los espacios de vida. La pertenencia a un lugar o a un grupo, aunque no todos tengan esta necesidad (como mínimo de forma consciente), interviene en la cobertura de una serie de necesidades básicas como la seguridad, la estima, el reconocimiento, el bienestar, el compromiso, las actitudes positivas, etc. (Palos, 2018, p. 4)

ABC (2008) afirma respecto al sentido de pertenencia que “Es un sentimiento de vinculación o dependencia que experimenta un miembro de una sociedad. Se manifiesta por una simpatía y una inclinación recíproca entre los individuos que integran una comunidad” (p. 1).

Asimismo, Palos (2018) precisa que:

El desarrollo y fortalecimiento del sentimiento de pertenencia de las personas o los grupos en un territorio ayuda a construir conciencia de vinculación, favorece las actitudes participativas y de cooperación en el medio y en la comunidad, y facilita inclusión. En el marco de la diversidad cultural que tenemos en nuestros pueblos o barrios, todas las culturas tienen derecho a sobrevivir o a existir en condiciones de igualdad. Pero las culturas son muy resistentes a los cambios y, en la interrelación entre ellas y en el día a día, toman especial protagonismo las señas de identidad, en forma de diferencias con los otros, desde donde se establece el diálogo. Las señas de identidad, personales o colectivas, están formadas por el conjunto de características que definen a las personas o grupos y que configuran la imagen que

tienen y quieren dar en las relaciones con los demás. Por lo tanto, la identidad es una construcción compleja que se puede dar en diferentes ámbitos y en la que intervienen muchos elementos y factores. Diríamos que nuestra identidad no es única y que podemos tener muchas señas que nos identifican (lingüísticas, deportivas, territoriales, musicales, medioambientales, tecnológicas, etc.). Y esta diversidad de señas de identidad puede ser un elemento de interacción, de coincidencia, de anclaje, de conocimiento del otro, de suma en el diálogo intercultural y en la mejora de la convivencia. (s.p.)

Según los autores el sentimiento de pertenencia, trata de tener un vínculo afectivo a un grupo social, en la cual los individuos tienen sentimientos positivos y esto ayuda a mejorar la participación y el vínculo con su comunidad.

El fútbol es un verdadero espacio de interacción social, simbólico y comunicativo que brinda a las multitudes no sólo una alternativa de distracción y recreación sino también un punto de integración en donde se reafirma el sentido de pertenencia e identidad a una comunidad. (Díaz & Mantilla, 2008, p. 6)

En relación a la globalización y a su incidencia en los fenómenos identitarios o de identidad nacional, el rol que desempeña el fútbol es de satisfacer necesidades de pertenencia y participación difíciles de lograr en una sociedad atomizada e individualizada.

(Maslow, 1954) coloca la pertinencia en el segundo escalafón de la pirámide de necesidades humanas. En la que establece que a partir de las necesidades psicológicas de seguridad se satisfacen, emerge la necesidad de amor, afecto y pertenencia. El fútbol ha generado ese sentimiento colectivo orientado al deporte, pues es en ese ámbito en el que todos los últimos procesos mundialistas no se habían podido clasificar.

La cohesión y las identidades generadas por este deporte, si bien constituye un "nosotros" colectivo, conforma también, en términos de persistencia, de cohesión y pertenencia, identidades muy diferentes a las que tienen una base étnica o demográfica. De ahí que los discursos y relatos vinculados al fútbol conformen para muchos individuos un espacio privilegiado para construir el sentido colectivo de pertenencia que aglutina a ciudadanos con diferencias sustanciales en términos sociales, económicos e incluso políticos.

Es el fútbol un deporte que une masas y las lleva a identificarse con una sola camiseta, unida por los sentimientos marcados por su nación, por el amor patrio y por los colores que son defendidos por los jugadores que visten y representan a su país.

#### *Respeto colectivo.*

Cañedo (s.f.) en su trabajo, titulado "Fundamentos teóricos para la implementación de la didáctica en el proceso enseñanza-aprendizaje", menciona que el respeto colectivo es "Un conjunto de personas, que se agrupan atendiendo a diferentes criterios y que adoptan determinadas características, cada miembro es portador de particularidades únicas que lo distinguen del resto y que por demás, tiene el derecho de ser considerado y respetado" (p.11).

Segovia (1990) citado por Cazzato (1996) sostiene que:

Dichas formas sociales de reconocimiento y aceptación se han constituido, a su vez, en formas sociales de respeto entre grupos humanos diferenciados, por cuanto las formas de reconocer y aceptar, colectivamente, las costumbres jurídicas de otros, implican la práctica de un referente de respeto social basado en un sistema vindicatorio. (p. 7)

Los autores son enfáticos al afirmar que el respeto colectivo es una forma empleada para que el poblador valore su propia identidad, ello también los lleva a la preservación de su cultura, el respeto colectivo es planteado como un valor fundamental para el buen funcionamiento de la sociedad.

### *Bienestar emocional.*

Los escritores Calderón, Gonzales, Salazar & Washburn (2012) en su libro “Aprendiendo sobre las emociones” afirman que:

Una emoción es algo que una persona siente que la hace reaccionar de cierta manera; esto refleja el hecho de que las emociones son experimentadas de forma individual, ya que no todas las personas sienten o reaccionan de la misma manera. (p.9)

Según el diario El Universo (2018):

Un partido de fútbol puede generar muchas emociones en los hinchas de los clubes, o selecciones como en el caso del Mundial de Rusia, pero ¿qué tanto puede afectar a la persona la victoria o la derrota de su equipo? Para determinarlo, la Universidad de Sussex, de Inglaterra, realizó un estudio, para el cual analizaron casi tres millones de respuestas de 32.000 personas distintas, la conclusión a la que llegaron es que una derrota de su equipo de fútbol favorito pone a una persona el doble de triste de lo que la alegra la victoria. De acuerdo a los datos de la investigación, la derrota, en un lapso de una hora luego de finalizado el partido afecta un 7,8%; en tanto que la victoria solo produce un 3,2% de placer, alegría o bienestar en el mismo tiempo. (s.p)

Para los autores el bienestar emocional se ve reflejado cuando un partido de fútbol se pierde, y la gran mayoría de personas se pone triste o se desanima, según mencionan las estadísticas, ya que les causa un gran impacto emocional.



### ***Orgullo nacional.***

El orgullo nacional es el sentimiento positivo que uno siente frente a su país como resultado de su identidad nacional". Los autores proponen que "el orgullo nacional está relacionado con los sentimientos de patriotismo y nacionalismo. El patriotismo es el amor por la patria o la lealtad hacia la misma, mientras que nacionalismo es la fuerte devoción nacional que coloca a la patria de uno por encima de las otras". El orgullo nacional coexiste con el patriotismo y es un prerrequisito del nacionalismo, pero el nacionalismo excede los límites del orgullo nacional, y tener sentimientos de orgullo nacional no es equivalente a ser nacionalista. (Nadinic, 2016)

Según Cerna (2019) el orgullo nacional colectivo va más allá de basarse en palabras, ya que se demuestra con acciones que nos encaminan a corregir los errores de nuestros antepasados, asimismo se debe revalorar sus aciertos, para plantear nuevos y mejores desafíos, todo ello para valorar a nuestra patria con sus virtudes y defectos, y, especialmente, para seguir haciendo historia con lo nuestro.

Castellanos (2005) sostiene que en:

La Encuesta Mundial de Valores el 16% de los estadounidenses daría la vida por su país, al igual que un 12% de los mexicanos. Algunos piensan que es fácil llegar a esa disposición cuando, sucede en el caso de Estados Unidos, se es oriundo de la nación más rica del mundo, la más democrática, libre e igualitaria; vencedora de numerosas guerras, la tierra de oportunidades con la que todo el mundo sueña. Y en el caso de nuestros vecinos mexicanos, de una tierra bendecida con enormes recursos naturales, una incomparable belleza geográfica y riquísima cultura. Aunque no falta quien considere esto como un exacerbado narcisismo colectivo o fundamentalismo nacional, realmente es edificante poder levantar la cabeza con orgullo por tu nación; el sentido de pertenencia, identificarse de lleno con un pueblo y una cultura; compartir una historia común, principios que defender, éxitos y fracasos. Es lo que se llama orgullo nacional, lo que nos mueve a luchar por la patria, lo que nos impulsa a destacarnos en el plano internacional o el que nos lleva a pintarnos la cara y enarbolar nuestra bandera en un encuentro deportivo. (s.p.)

El autor afirma que el orgullo nacional es identificarse con una nación, es sentirse parte de algo que no llena de sentimientos buenos y nos mueven e impulsan a defender nuestra patria.

*Orgullo por la tierra y lugar de nacimiento.*

En la revista El Peruano (2018) se explica que:

Para aprovechar la oportunidad de la participación de la selección peruana de fútbol en este mega evento, Promperú llevó a cabo una campaña a fin de promocionar en el Viejo Continente y la propia Rusia nuestras enormes riquezas culturales. En el tema turístico se implementó la campaña audiovisual 'La mejor selección de experiencias está en el Perú', que tuvo como público objetivo a los europeos. Para los asistentes a este magno certamen deportivo se levantó la Casa Perú, en el centro de Moscú, destinada a promocionar nuestras expresiones culturales, gastronomía, destinos turísticos. Además, muchos moscovitas y público de todo el mundo degustaron productos como el pisco, el cacao y el café. En el ámbito cultural, el Perú también llevó su selección de grupos folclóricos para dar a conocer la enorme riqueza en bailes típicos y otras manifestaciones de nuestros pueblos. Peruanos que viajaron a Rusia desde la misma patria o de distintos lugares de Europa, Asia y Estados Unidos ofrecieron un espectáculo aparte, que fue muy comentado por los medios de comunicación internacionales. Nuestros compatriotas se unieron detrás de una sola bandera para alentar al equipo de fútbol. No importaba el color de piel ni cuánto tiempo había pasado desde la última vez que visitaron el país, todos deseaban manifestar su amor sublime por la tierra que los vio nacer. No obstante, la lejanía y el factor económico, el Perú fue el quinto país que más hinchas llevó a Rusia, superando ampliamente a naciones europeas que se encontraban más cerca y con mayores recursos económicos para acompañar a su selección. La gastronomía y el fútbol sirven hoy para formar nuestra identidad. Sin embargo, necesitamos que nuestro comportamiento como ciudadanos sea también parte de ella. El reto es cómo ese manifiesto amor a la patria se puede canalizar en una mejor convivencia en la comunidad peruana. Si amo a mi tierra, su extraordinario legado histórico, cultural y gastronómico, también debo tener alta consideración a aquellos que construyeron Machu Picchu o a los campesinos que cosechan los productos que servirán de base para los más apetecibles platos de la comida peruana. Ese amor por el Perú debe ser coherente con las estadísticas, que lamentablemente nos

colocan en una mala posición en el récord de feminicidios en el mundo, en las tasas de criminalidad y de evasión de impuestos. No puede ser que se ame al país y, al mismo tiempo, no se obedezca la luz roja del semáforo o se tire la basura a la calle sin ningún respeto a la comunidad, que es parte de la nación peruana. Parfraseando una conocida canción, amar al Perú es verbo y no sustantivo. Estamos seguros de que los peruanos estaremos al nivel de este reto. (s.p.)

Según la revista el peruano, menciona que el Perú es un país que tiene una variedad cultural, gastronómica, etc., y no solo se debe mostrar interés cuando se gana algo, también se debe estar alentando y apoyando cuando las cosas no van bien, debemos ser un País que tenga comportamientos positivos y ser coherentes frente a las circunstancias en la que vivimos.

#### *Respeto por los símbolos patrios.*

El Nuevo diario (2013) frente a este tema, menciona lo siguiente:

El amor a la patria, a la bandera, a sus héroes, a su historia, se aprende desde la infancia. El respeto a los símbolos patrios es un principio universal; la grandeza de los pueblos reside en gran manera en el respeto a sus héroes y mártires. El sentido de la nacionalidad tiene su mayor expresión en los símbolos patrios, por ello resulta inadmisibles encontrarnos con individuos que denotan total irrespeto, no solo no honrándolos sino, por el contrario, agrediéndolos y difamándolos. Si ser patriota es honrar la memoria de nuestros héroes, no honrarlos es una actitud antipatriota. (s.p.)

Según el Nuevo Diario el respeto por los símbolos patrios nace desde la infancia gracias a los padre y docentes que conllevan a tener una educación cívica.

#### *Unión social.*

Lessmann (2011) define a la unión social como:

Valor humano, generalmente conocemos a la Unión como una asociación de personas que tienen intereses, problemas o fines comunes entre las que se forjan las virtudes y valores y con quienes comenzamos a formarnos como personas conscientes, de bien. Y es la familia el primer lugar donde aprendemos el valor de tener a personas incondicionales a nuestro lado que nos aman y aceptan como somos. Por otro lado, nosotros también debemos relacionarlo con nuestro entorno, con nuestra comunidad y desde allí nos fijamos en:

- Compartir los mismos valores.
- Compartir éxitos, preocupaciones y fracasos.
- Compartir las emociones y sentimientos.
- Resolver problemas juntos y confiar en los otros.
- Tomar en cuenta las necesidades de todos, ofrecer ayuda y saber aceptarla.
- Comprender las debilidades ajenas, saber perdonar y pedir perdón.
- Cultivar aficiones comunes, compartir metas y colaborar en la consecución de objetivos.
- Respetar a los demás y tolerar las diferencias.
- Reír y llorar juntos.

La Unión, como valor humano, consiste en compartir un propósito o proyecto en común, juntar esfuerzos para lograr un fin u objetivo, reconocer que el bienestar del individuo y de la familia está ligado con el bienestar de la comunidad. (s.p.)

Según el autor Lessman la unión social viene hacer un valor humano que se aprende desde el hogar, donde nos ayuda a forjarnos como personas a través de los valores.

### 2.3. Definición de términos básicos

- **Hinchas:** Según Pérez & Gardey (2018) se llama hinchas a la persona que es partidaria de algo o de alguien. El término puede utilizarse como equivalente a simpatizante, aficionado o fanático
- **Vínculo:** Para Ucha (2015) el concepto de vínculo lo empleamos de modo extendido en nuestro idioma para referirnos a aquello que nos ata, nos une o relaciona con una persona o con alguna cosa.

- **Identidad nacional.** - Para Araya, Bravo, & Corrales (2000) la identidad nacional corresponde a un tipo de identidad colectiva que expresa el imaginario que permite a los particulares sentirse parte de una comunidad política: el Estado nación. En nuestro caso, corresponde a todo aquello que conduce al "sentirse peruanos" y que define un nosotros como tales.
- **Fútbol.** – Para Carrión (2006) el fútbol es una de las prácticas sociales de identificación colectiva más importante, porque es un fenómeno que trasciende su condición de juego para convertirse en un hecho social, cultural, político y económico y porque rompe con las fronteras de su origen como actividad de ocio circunscrita a un territorio y a un segmento social para convertirse en una actividad global.
- **Influencia:** Concepto de definición de (s.f.) afirma que la influencia, proveniente del verbo influir, nos hace referencia al efecto o consecuencia que puede tener una cosa sobre otra, es decir, se emplea para denotar la repercusión de algo en la función de una persona u objeto que pueda manipularse. En el caso de los seres humanos, los cuales viven en una fluctuante sociedad la cual toma diversas decisiones en pro del bienestar, la influencia es el acto con el que se puede convencer al punto de guiar a una persona por un camino determinado. Las razones por las que una persona caiga en la influencia de otra o por una tendencia son de acuerdo al entorno en el que se desarrolla la situación. (p.1)

## **2.4. Hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis general.**

La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia se relaciona con la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.

### **2.4.2. Hipótesis específicas.**

- Existe una relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.
- Existe una relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.

## 2.5. Cuadro de operacionalización de variables, dimensiones e indicadores

VARIABLE INDEPENDIENTE: “CLASIFICACION DE LA SELECCIÓN PERUANA AL MUNDIAL DE RUSIA 2018”			
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	Definición Operacional		
	Dimensión	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
“El fútbol es un deporte competitivo, sumamente popular, que se juega con dos equipos de 11 jugadores cada uno, deporte que mueve masas, dinamiza economías y se apodera de los sentimientos, ello según el resultado que se obtengan en la competencia deportiva.”	<b>Movimiento social</b>	Medios de comunicación	<b>TÉCNICA N°1</b> Encuesta
		Inclusión e igualdad	
		Organización de barras	
	<b>Movimiento económico</b>	Venta de entradas	Turismo
		Industria deportiva	

---

**VARIABLE DEPENDIENTE: "IDENTIDAD NACIONAL"**


---

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL		
	Dimensión	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
<p>“Se entiende por identidad nacional aquella identidad de una persona que se relaciona con la nación a la cual pertenece, sea esta por haber nacido en tal territorio, por formar parte de una comunidad o por sentir lazos de pertenencia con las costumbres y tradiciones de tal nación.”</p>	<b>Sentimiento de pertenencia</b>	Respeto colectivo	<b>TÉCNICA N°1</b> Encuesta
		Bienestar emocional	
	<b>Orgullo nacional</b>	Orgullo por la tierra y lugar de nacimiento	<b>INSTRUMENTO N°1</b> Cuestionario
		Respeto por los símbolos patrios	
		Unión social	

---



## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Nivel y tipo de investigación

##### 3.1.1. nivel de investigación

El nivel del presente proyecto de investigación es descriptivo/ correlacional; porque se describió la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana a Rusia 2018 y su relación con la identidad nacional de los ciudadanos de la provincia de Huánuco.

##### 3.1.2. Tipo de investigación

El presente proyecto de investigación está inmerso en los siguientes tipos.

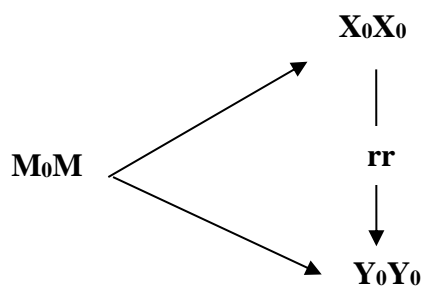
- **Por su alcance temporal.** El presente proyecto fue sincrónico, porque se desarrolló en un tiempo aproximado de 8 meses.
- **Por su profundidad.** El presente trabajo de investigación fue descriptivo/correlacional; porque se describió la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana a Rusia 2018 y la identidad nacional de los ciudadanos de la provincia de Huánuco.
- **Por su fuente:** El presente proyecto de investigación fue mixto; porque, se analizaron datos de fuentes primarios, en donde la recolección de la información fue por los mismos investigadores mediante el uso de técnicas e instrumentos; fuentes secundarias; porque, se utilizó información recopilada por otras personas y entidades para fines pertinentes.

- **Por su carácter:** El presente proyecto de investigación fue cuantitativa; porque, se utilizaron indicadores frecuencia les y porcentuales.
- **Por su naturaleza:** El presente proyecto de investigación fue de tipo encuesta, porque los datos se recolectaron mediante entrevistas.
- **Por el marco:** El presente proyecto de investigación fue de campo, porque se acudió a la sociedad de la provincia de Huánuco para recolectar datos.
- **Por el tipo de estudio:** El presente proyecto de investigación fue evaluativa, porque se evaluó la relación de la variable independiente (la clasificación de la selección peruana) con la variable dependiente (identidad nacional).

### 3.2. Diseño de investigación

El diseño que se utilizó en el presente proyecto de investigación fue No Experimental, el diseño no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular las variables. El propósito que tiene es describir y analizar las variables

El diseño descriptivo correlacional tiene el siguiente esquema;



**Dónde:**

$M_0$  = Observación de la muestra (ciudadanos de la provincia de Huánuco).

$X_0$  = Observación de la variable independiente (clasificación de la selección peruana a Rusia 2018).

$Y_0$  = Observación de la variable dependiente (identidad nacional)

$r$  = Relación entre las dos variables.

**3.3. Determinación del universo, población y muestra****3.3.1. Población.**

Hernández (2010) manifiesta que, “La población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Se consideró como población a las 55724 personas que pertenecen a la población del distrito de Huánuco desde los 15 años de edad hasta los 59 años de edad. (INEI, 2018, p. 71- 73)

**Habitantes del Distrito de Huánuco según edad- INEI**

<b>DISTRITO</b>	<b>EDAD</b>	<b>SUB TOTAL</b>
Huánuco	15-59	55724
<b>TOTAL</b>		<b>55724</b>

*Fuente:* Instituto Nacional de Estadística e Informática - 2018

*Elaboración:* tesis

**3.3.2. Muestra.**

Sierra (2007) define a la muestra como una parte de un conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos, también para el universo total investigado. (p. 364)

Se aplicó el tipo de muestreo probabilístico, con su variante muestreo estratificado, en el que consideramos a ciudadanos de 15-59 años de edad en los ciudadanos del distrito de Huánuco. Para el desarrollo de nuestra investigación la muestra estuvo representada por 379 personas de 15-59 años de edad.

Cálculo de la muestra aplicando la fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

*DONDE:*

N: Tamaño de la muestra = 55724

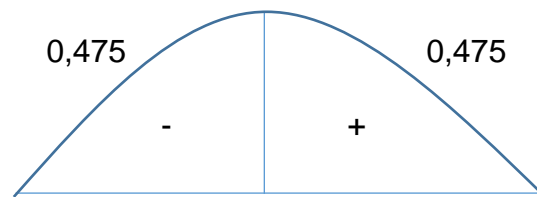
Z: Nivel de confianza 95% = 1.96

p: Probabilidad de éxito = 0,5

q: Probabilidad de fracaso = 0,5

E: Error = 0,05

**Nivel de confianza=** 95%/2 = 47,5%/100 = 0,475



$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot 55724}{0,05^2 (55724 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,84) \cdot (0,25) \cdot 55724}{0,0025 (55723) + 3,8416(0,25)}$$

$$n = \frac{53517.3296}{139.3075 + 0.960375}$$

$$n = \frac{53517.3296}{140.267875}$$

$$n = 382$$

### Ajuste de la muestra

$$n_0 = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

$$n_0 = \frac{382}{1 + \frac{382}{55724}}$$

$$n_0 = \frac{382}{1.006855215}$$

$$n_0 = 379.399$$

$$n_0 = 379 \text{ Personas.}$$

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica e instrumento que se utilizó durante el trabajo de campo para el recojo de datos se menciona lo siguiente:

TÉCNICA	INSTRUMENTO	APLICACIÓN/USO
Encuesta	Cuestionario	Investigadores/ ciudadanos

### 3.5. Procesamiento y presentación de datos

Quistión Pro (2018). Esta revista plantea que: La mayoría de las veces se necesita analizar estos valores en un grupo de individuos, para ello, estas variables también se expresan en el valor promedio de los datos que conforman el grupo. El análisis de datos es fundamental en la toma de decisiones basadas en la investigación, para ello se recurre a un análisis de comparaciones

numéricas y estadísticas, un análisis de datos cuantitativos eficaz nos mantendrá en el camino correcto para comprobar nuestra teoría y tomar las mejores decisiones. Los datos cuantitativos nos dan las bases, el soporte y sobre todo confiabilidad a nuestra investigación. Los podemos ubicar por categorías, darle un orden de acuerdo a su importancia o unidad de medida. Se puede realizar gráficas o tablas para representarlos. (p. 4)

Por lo tanto, con los datos recolectados en el trabajo de campo, se construyó una base de datos en el programa SSPS para ser procesado y finalmente analizado. Asimismo, los datos que han sido procesados están representados en tablas y gráficos estadísticos de barras.

### **3.6. Procedimiento del trabajo de campo**

El trabajo de campo del proyecto de investigación fue desarrollado de la siguiente manera:

- Elaboración de los instrumentos
- Validación de los instrumentos
- Aplicación de los instrumentos
- Análisis e interpretación de datos
- Contrastación de resultados

## CAPITULO IV

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Resultados

**Tabla 1: Sexo de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019**

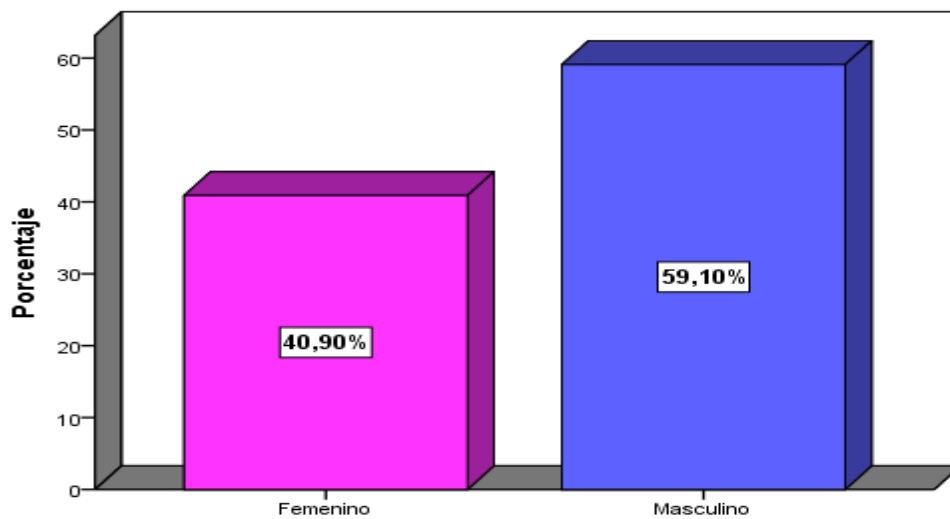
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Femenino	155	40,9	40,9	40,9
Masculino	224	59,1	59,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesisistas

La población encuestada está compuesta del 59,1% de varones y 40,9% de mujeres, teniendo por principio que anteriormente predominaba una diferencia de sexo por el interés por los deportes, haciendo ver que este deporte es de varones, hoy en día el fútbol es un deporte que acapara el interés de todos los sexos y más si es de la selección peruana.

Veamos la gráfica correspondiente a esta tabla.

**Gráfica 1 Sexo de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019**



Fuente: Tabla N° 01  
Elaboración: Los tesisistas

**Tabla 2: Edad de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019.**

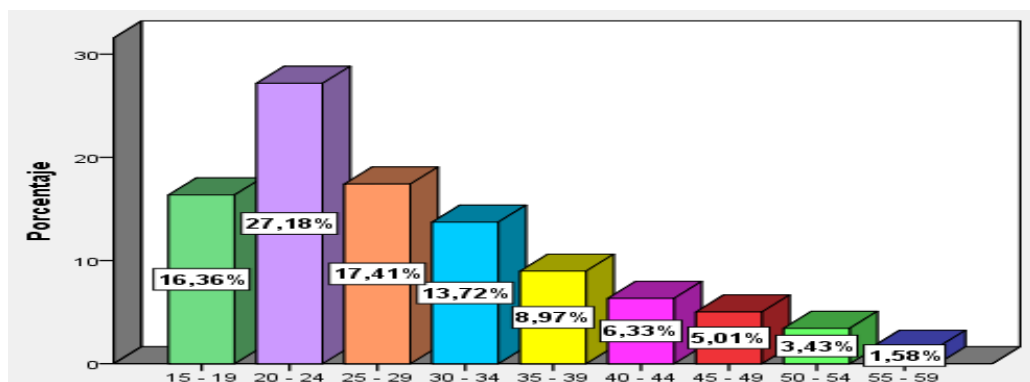
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 15 - 19	62	16,4	16,4	16,4
20 - 24	103	27,2	27,2	43,5
25 - 29	66	17,4	17,4	60,9
30 - 34	52	13,7	13,7	74,7
35 - 39	34	9,0	9,0	83,6
40 - 44	24	6,3	6,3	90,0
45 - 49	19	5,0	5,0	95,0
50 - 54	13	3,4	3,4	98,4
55 - 59	6	1,6	1,6	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesistas

La presente tabla nos muestra las edades de los encuestados que se encuentran agrupados y teniendo ellos las edades entre los rangos de 15 a 59 años, de los cuales podemos visualizar que la mayor población encuestada se encuentra entre los 20 a 24 años con un porcentaje del 27,2%, seguidamente la población de 25 a 29 años de edad con 17,4%, en tercer lugar los que se encuentran entre las edades de 15 a 19 años con un 16,4%, en la cual cabe mencionar que son estos tres grupos de edades quienes más predispuestos estuvieron a contestar nuestro instrumento de trabajo, pero también entendemos que son esos grupos, los que mayor interés tienen por el deporte rey llamado fútbol.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 2: Edad de los ciudadanos encuestados del distrito de Huánuco, 2019**



Fuente: Tabla N° 02  
Elaboración: Los tesistas



**Tabla 3: Cree usted que los medios de comunicación influyeron para que usted fuera hincha de la selección peruana**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	221	58,3	58,3	58,3
No	158	41,7	41,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario

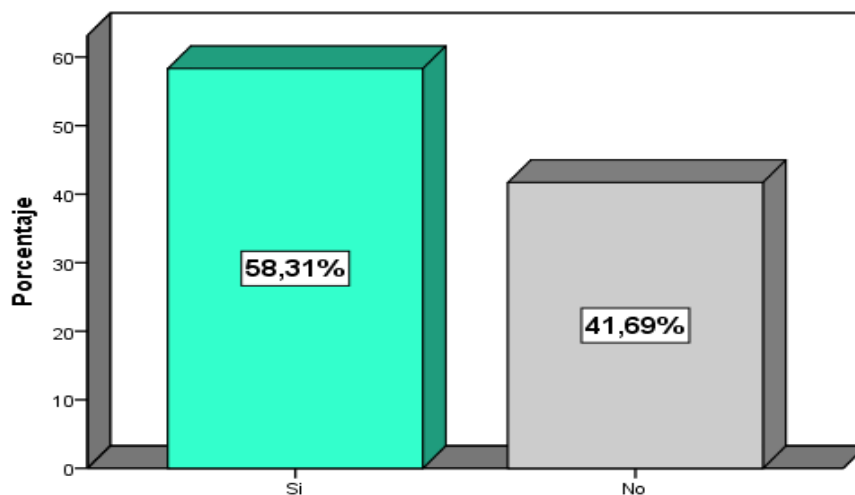
Elaboración: Los tesistas

Ver a la selección peruana se convirtió en el espectáculo de entretenimiento en los medios de comunicación más deseado por los peruanos y un espacio para toda la familia.

En esta tabla observamos que la mayor parte de los encuestados afirman que los medios de comunicación si influyeron para que fueran hincha de la selección peruana de fútbol en el proceso en que la selección clasificaba al mundial de Rusia 2018, para ser exactos un 58,3%, un 41,7% respondieron que no influyo. Los medios de comunicación cumplen un rol muy importante como agente formador, es por ello que podemos afirmar que su influencia para que el ciudadano vista y siga a la selección fue muy importante.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 3: Cree usted que los medios de comunicación influyeron para que usted fuera hincha de la selección peruana**



Fuente: Tabla N° 03

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 4: Cree usted que la noticia más importante en el periodo de clasificación de la selección al mundial de Rusia, fue el fútbol**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	310	81,8	81,8	81,8
No	69	18,2	18,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

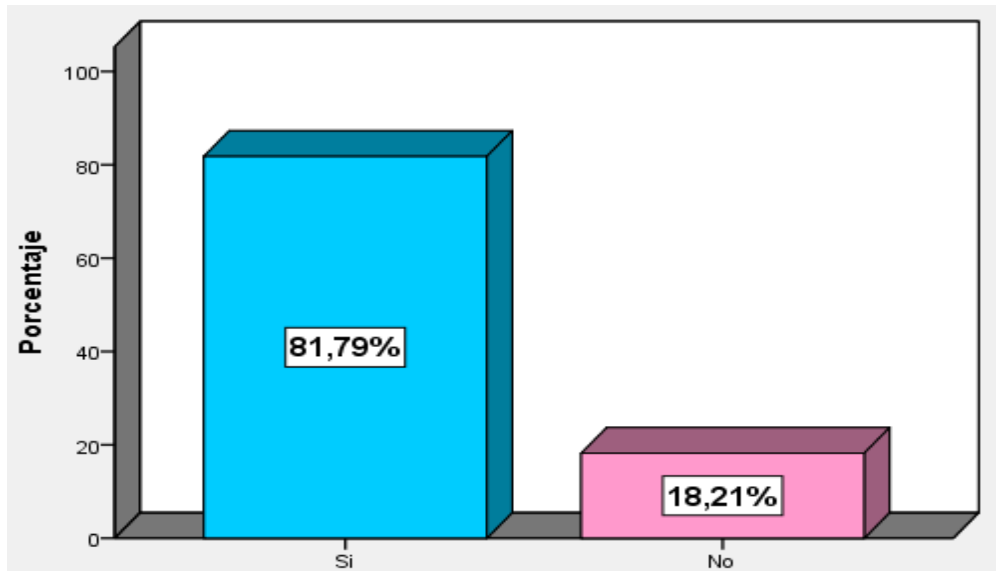
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesisistas

La época en que la selección jugaba su clasificación al mundial de Rusia 2018, un 81,8% de los encuestados afirman que en esos tiempos fue esta la noticia más importante, una de las etapas difícil para el Perú se daba en el tiempo en que nuestra selección jugaba su boleto al mundial, todo el norte de nuestro país caminaba bajo aguas y a ello se suma el destape de corrupción más grande de los últimos tiempos y que trajo consigo involucrar a muchas autoridades y exautoridades de nuestro país.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 4: Cree usted que la noticia más importante en el periodo de clasificación de la selección al mundial de Rusia, fue el fútbol**



Fuente: Tabla N° 04

Elaboración: Los Tesisistas

**Tabla 5: Usted considera que la clasificación de la selección Peruana al mundial de Rusia 2018 a unido todas las sangres (no hubo discriminación por razón de color, condición económica, cultura, religión, etc.)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	303	79,9	79,9	79,9
No	76	20,1	20,1	100,0
Total	379	100,0	100,0	

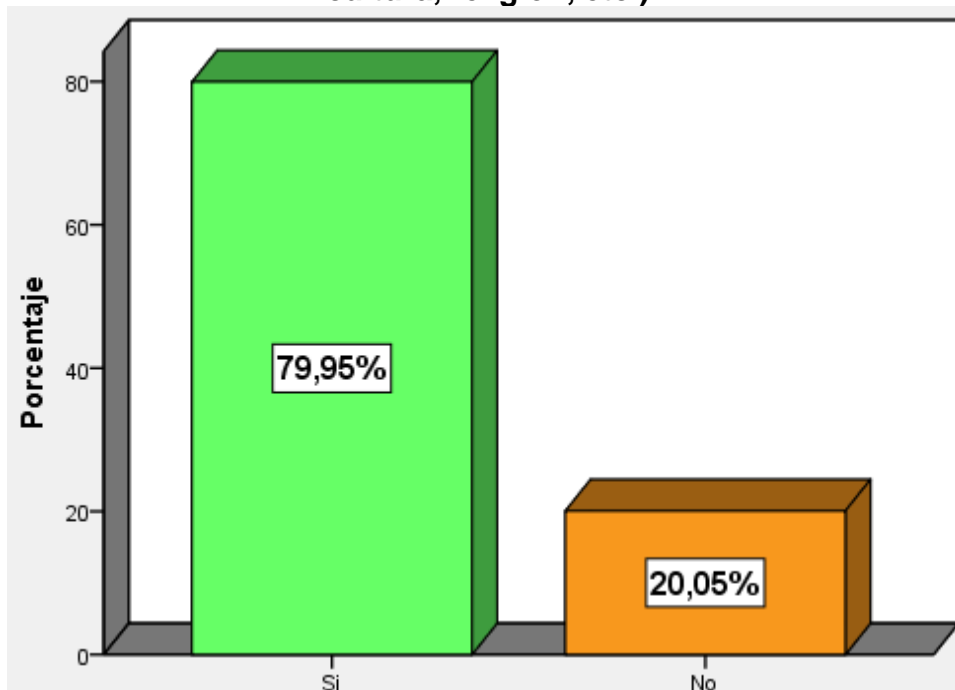
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

El fútbol es un evento que une masas y ello se refleja en la presente tabla, un 79,9% afirmaron que cuando clasificamos al mundial todos éramos uno, se unieron todas las sangres, dejamos de lado las discriminaciones, no existían condiciones económicas que nos diferencien, todo nuestro país vestía un solo color.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 5: Cree usted que cuando clasificamos al mundial todos éramos uno (no hubo discriminación por razón de color, condición económica, cultura, religión, etc.)**



Fuente: Tabla N° 05

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 6: Te has organizado para alentar a la selección peruana de fútbol**

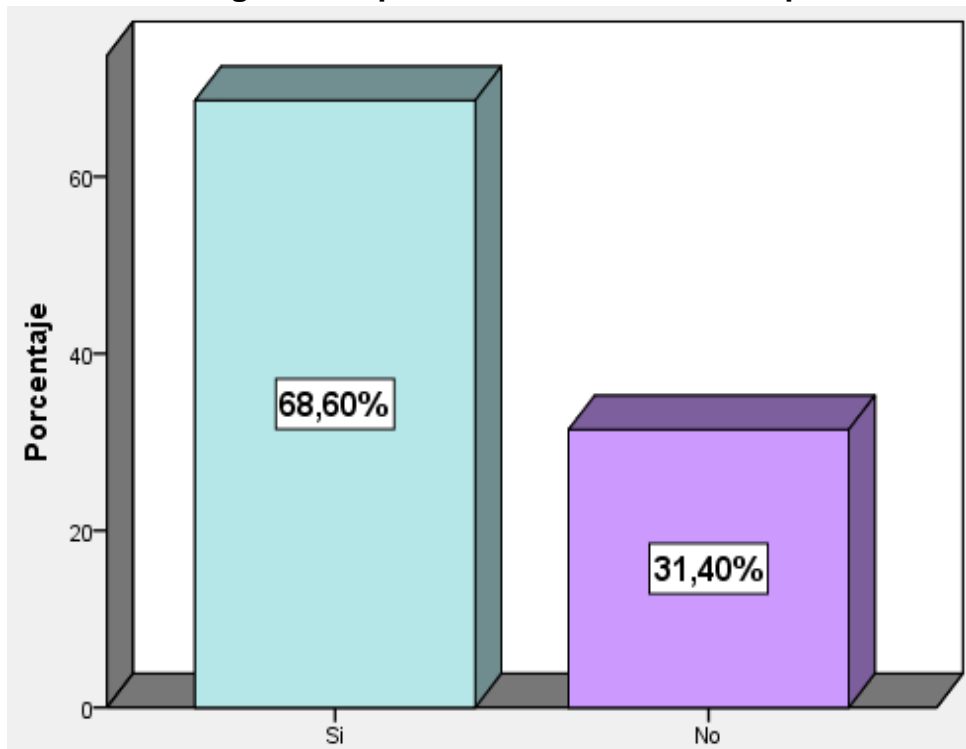
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	260	68,6	68,6	68,6
No	119	31,4	31,4	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

En la tabla podemos ver que el 68,6% se organizaron para ver el partido de la clasificación de la selección peruana y un 34,1% que no, sabiendo la programación de los partidos, la mayor parte de nuestra población indica que se organizaban tanto con sus familiares, amigos, compañeros para ver los partidos en determinados lugares que ellos veían conveniente.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 6: Te has organizado para alentar a la selección peruana de fútbol**

Fuente: Tabla N° 06

Elaboración: Los tesistas

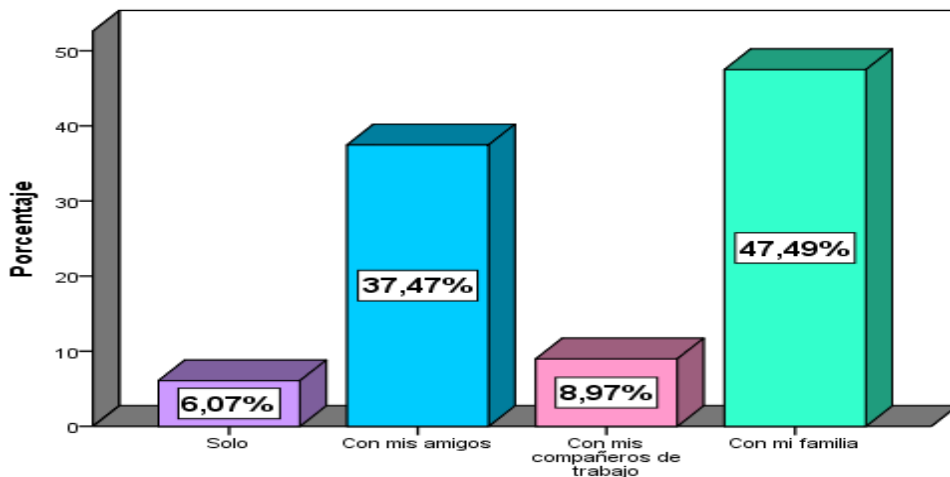
**Tabla 7: Con quiénes vieron los partidos de la selección peruana**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Solo	23	6,1	6,1	6,1
Con mis amigos	142	37,5	37,5	43,5
Con mis compañeros de trabajo	34	9,0	9,0	52,5
Con mi familia	180	47,5	47,5	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesistas

En la tabla podemos observar que un 47,5% de la población encuestada vieron el partido con sus familiares, un 37,5 con sus amigos y un 9% con los compañeros de trabajo, una mínima población del 6,1% que vio el partido solo, la mayor parte de nuestra población opto por verlos acompañado de su familia, amigos, compañeros de trabajo, pues es ahí donde se delibera cada gol con emoción o la frustración de un gol en contra.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 7: Con quiénes vieron los partidos de la selección peruana**

Fuente: Tabla N° 07  
Elaboración: Los tesistas

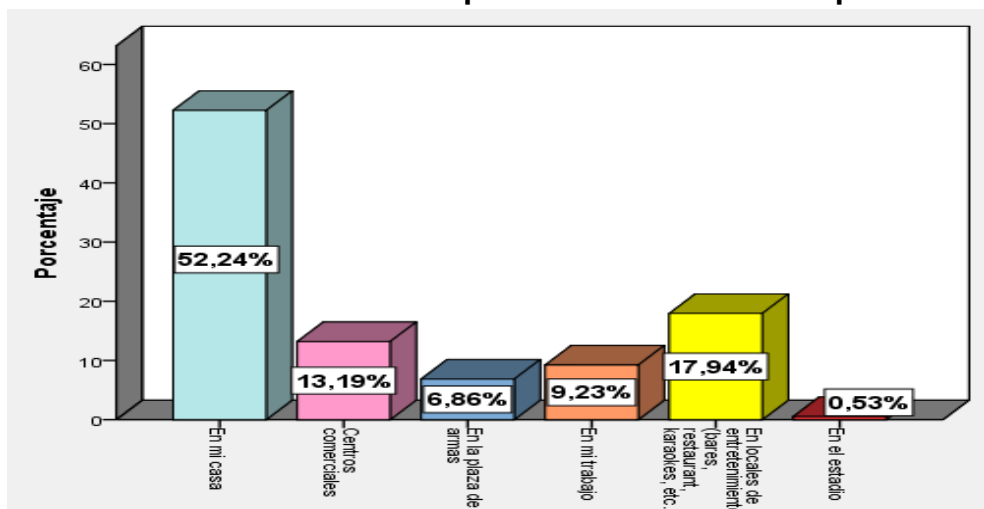
**Tabla 8: En dónde vio los partidos de la selección peruana**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En mi casa	198	52,2	52,2	52,2
Centros comerciales	50	13,2	13,2	65,4
En la plaza de armas	26	6,9	6,9	72,3
En mi trabajo	35	9,2	9,2	81,5
En locales de entretenimiento (bares, restaurant, karaokes, etc.)	68	17,9	17,9	99,5
En el estadio	2	,5	,5	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesisistas

En la tabla N°8 responde y afirma lo que se observó en la tabla N°7 con algunas diferencias pues la mayor parte de la población escogió como el mejor lugar para ver los partidos de clasificación fue en sus casas, para ser más precisos un 52,2%, otro de lugares elegidos fueron los locales de entretenimiento con un 17,9% en la cual quienes acudían lo hacían con sus amigos, los centros comerciales se encuentran en el tercer lugar con 13,2% seguido por un 9,2% que vieron los partidos en sus centros de labores, pues indican todos que los partidos se jugaban en la hora que ellos laboraban y sus empleadores habilitaron televisores y equipos de sonido para que puedan seguir los partidos.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 8: En dónde vio los partidos de la selección peruana**

Fuente: Tabla N° 08  
Elaboración: Los tesisistas

**Tabla 9: Usted fue a alentar algún partido de la selección peruana al estadio**

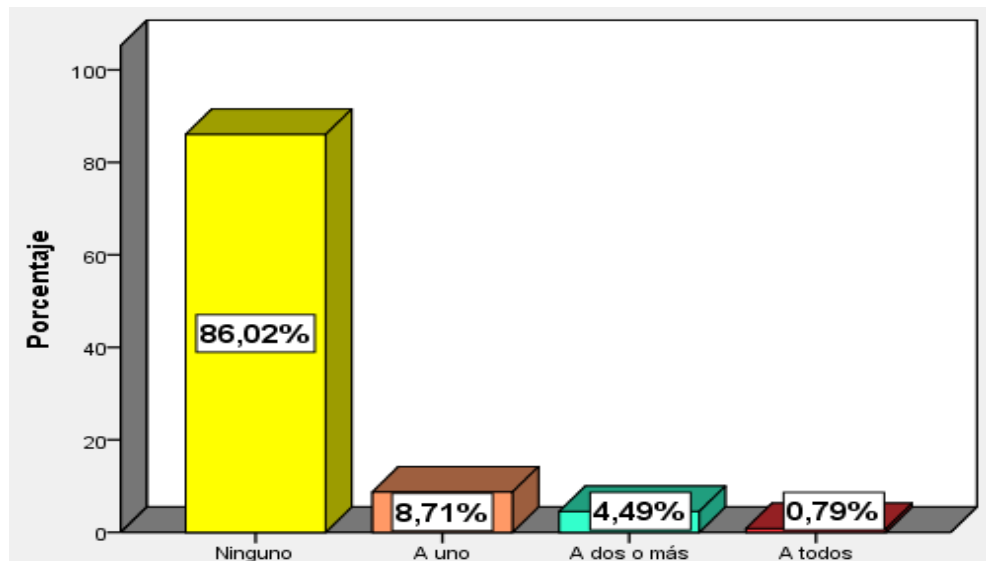
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Ninguno	326	86,0	86,0	86,0
A uno	33	8,7	8,7	94,7
A dos o más	17	4,5	4,5	99,2
A todos	3	,8	,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesisistas

En la presente tabla podemos observar que un 86 % no fue a ningún partido ya que todos los partidos se realizaron en Lima pues no todos cuentan con las posibilidades para viajar, un 8 % afirmó que fue a todos los partidos que se realizó en el estadio Monumental.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla

**Gráfica 9: Usted fue a alentar algún partido de la selección peruana al estadio**



Fuente: Tabla N° 09  
Elaboración: Los tesisistas

**Tabla 10: Durante la clasificación de la selección al mundial usted adquirió algún artefacto como televisor, equipo de sonido, señal de cable, etc.**

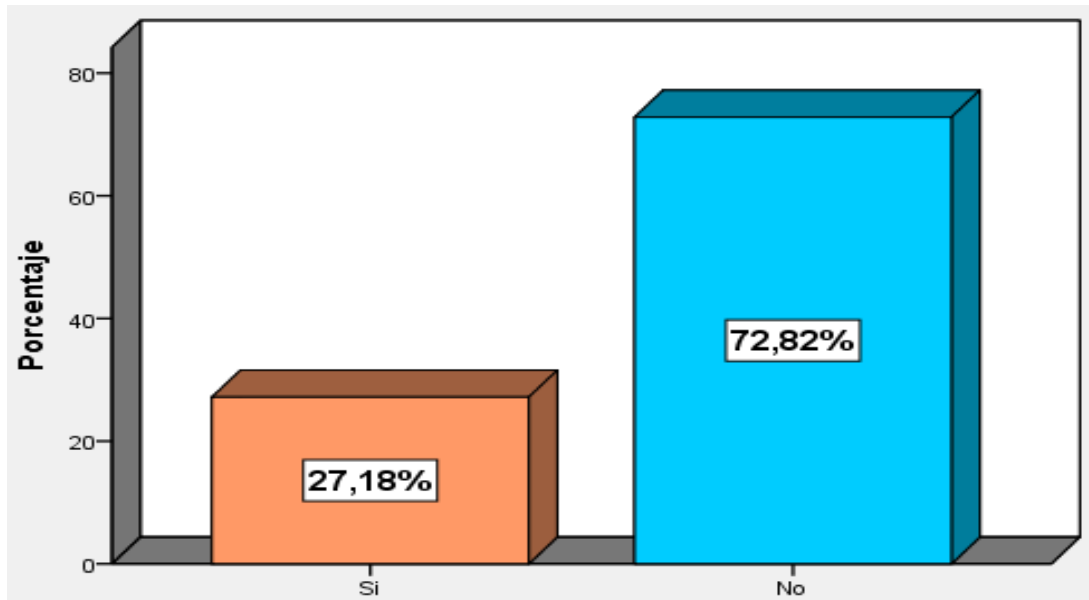
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	103	27,2	27,2	27,2
No	276	72,8	72,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesisistas

En la presente tabla podemos observar que un 72,8% no adquirió algún artefacto y un 27,2% que sí, esta parte de la población que afirmó que sí, fue netamente en la adquisición de señal de cable y televisores, mencionan que fue una buena excusa para poder adquirir o renovar sus televisores y poder ver mejor los partidos de la selección peruana.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 10: Durante la clasificación de la selección al mundial usted adquirió algún artefacto como televisor, equipo de sonido, señal de cable, etc.**



Fuente: Tabla N° 10  
Elaboración: Los tesisistas



**Tabla 11: Respetas las tradiciones y costumbres de nuestra diversidad cultural**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	368	97,1	97,1	97,1
No	11	2,9	2,9	100,0
Total	379	100,0	100,0	

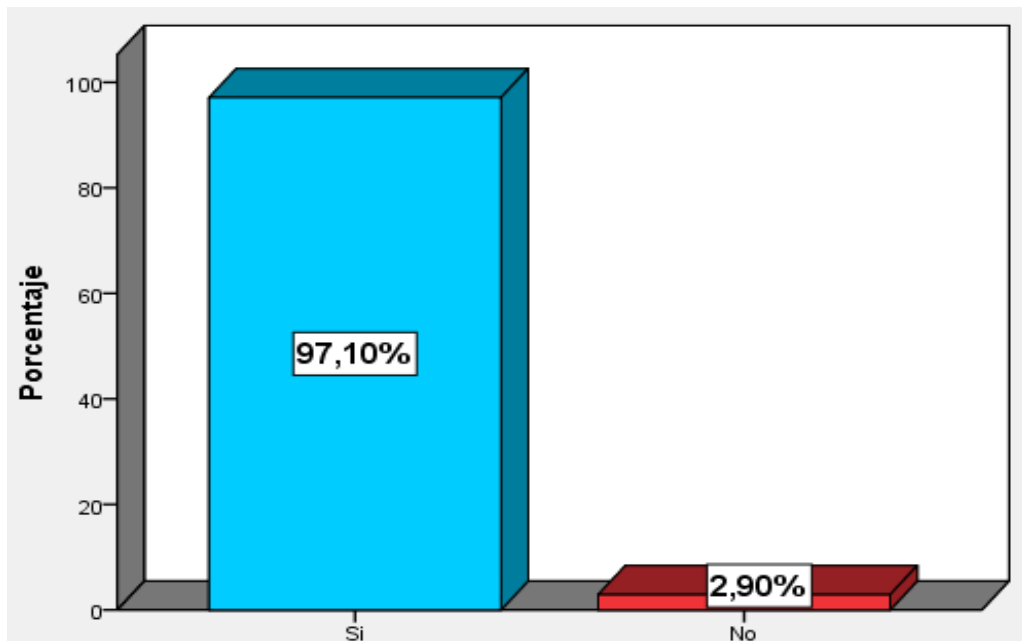
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

En la presente tabla podemos ver que un 97,1% de la población respeta las costumbres y tradiciones de nuestra diversidad cultural, pues somos un país con una gran diversidad de costumbres y tradiciones que a lo largo de los años hemos venido heredando, este resultado es la muestra fiel del respeto colectivo y aún más visibles cuando nuestro país clasificó después de 36 años de sequía sin mundial. El 2,9% representan a una parte de la población influenciada por estereotipos ajenos a lo nuestro.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 11: Respetas las tradiciones y costumbres de nuestra diversidad cultural**



Fuente: Tabla N° 11

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 12: Con qué frecuencia se involucra con los problemas sociales (violencia, robo, discriminación y otros)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Siempre me involucro	73	19,3	19,3	19,3
Casi siempre me involucro	177	46,7	46,7	66,0
Algunas veces me involucro	98	25,9	25,9	91,8
Muy pocas veces me involucro	31	8,2	8,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

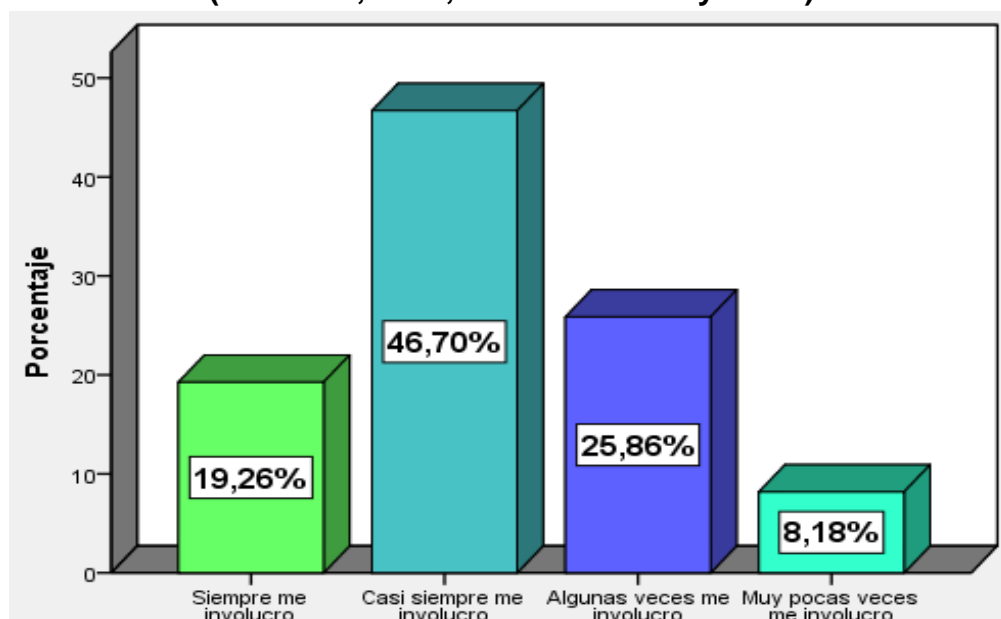
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

La tabla nos muestra que un 46,7% casi siempre se involucra en los problemas sociales, un 25,9% que algunas veces se involucra, 19,3% que siempre se involucran en los problemas sociales, a ello podemos dar cuenta que hay una población atenta y consciente a los problemas sociales que afronta nuestro país, una clave señal de ello son los últimos movimientos sociales que movieron a nuestro país y a todas las regiones, Huánuco no ha sido ajeno a ello y siempre que se ha convocado a movilizaciones se ha presentado un grupo notable de personas.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 12: Con qué frecuencia se involucra con los problemas sociales (violencia, robo, discriminación y otros)**



Fuente: Tabla N° 12

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 13: Cuándo la selección peruana clasificó al mundial de Rusia 2018 usted se sintió orgulloso de ser peruano**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	350	92,3	92,3	92,3
No	29	7,7	7,7	100,0
Total	379	100,0	100,0	

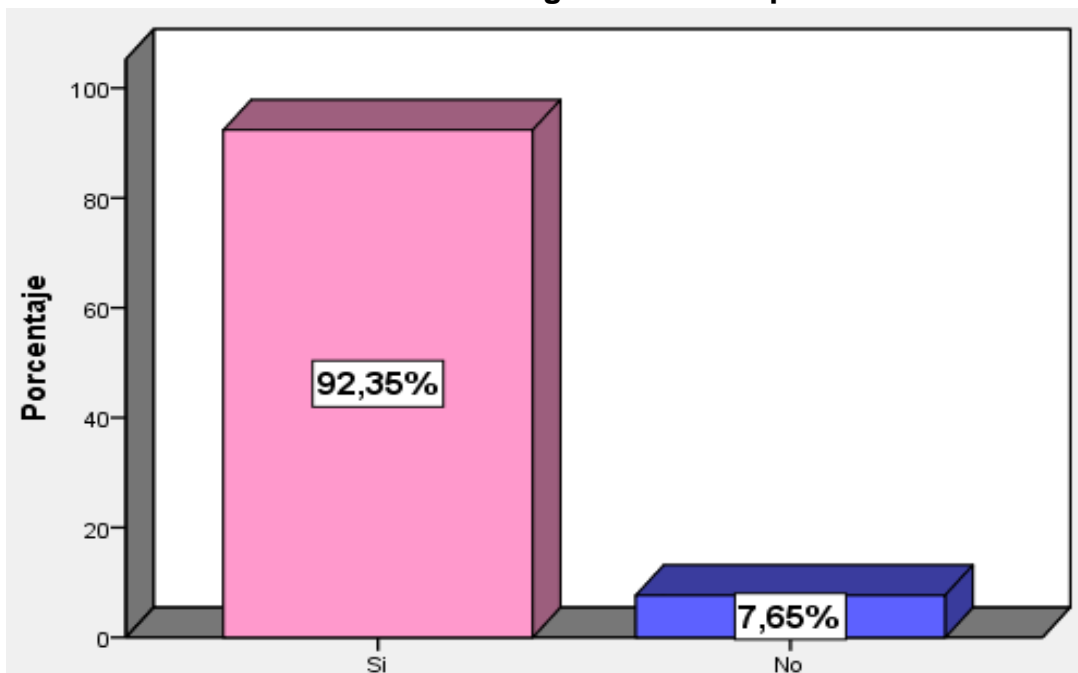
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

Podemos ver en la tabla que un alto índice de la población afirmaron que cuando la selección peruana clasificó al mundial de Rusia 2018 se sintieron orgullosos de ser peruanos siendo un 92,3% los que indicaron ello, pasar de una sequía de más de 36 años sin asistir a un evento de gran magnitud como es el mundial de fútbol, fue ese fervor y esas ansias de grito contenido que nos llevaron a sentir la emoción y el orgullo por nuestra tierra, tierra que nos vio nacer y vivir este suceso que marco a nuestro país en un tiempo en la que se vivía crisis interna y nos azotaba las inclemencias de la naturaleza.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 13: Cuándo la selección peruana clasifico al mundial de Rusia 2018 usted se sintió orgulloso de ser peruano**



Fuente: Tabla N° 13

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 14: Hasta qué punto diría usted que sintió orgulloso de ser peruano por la clasificación de la selección de fútbol al mundial de Rusia 2018**

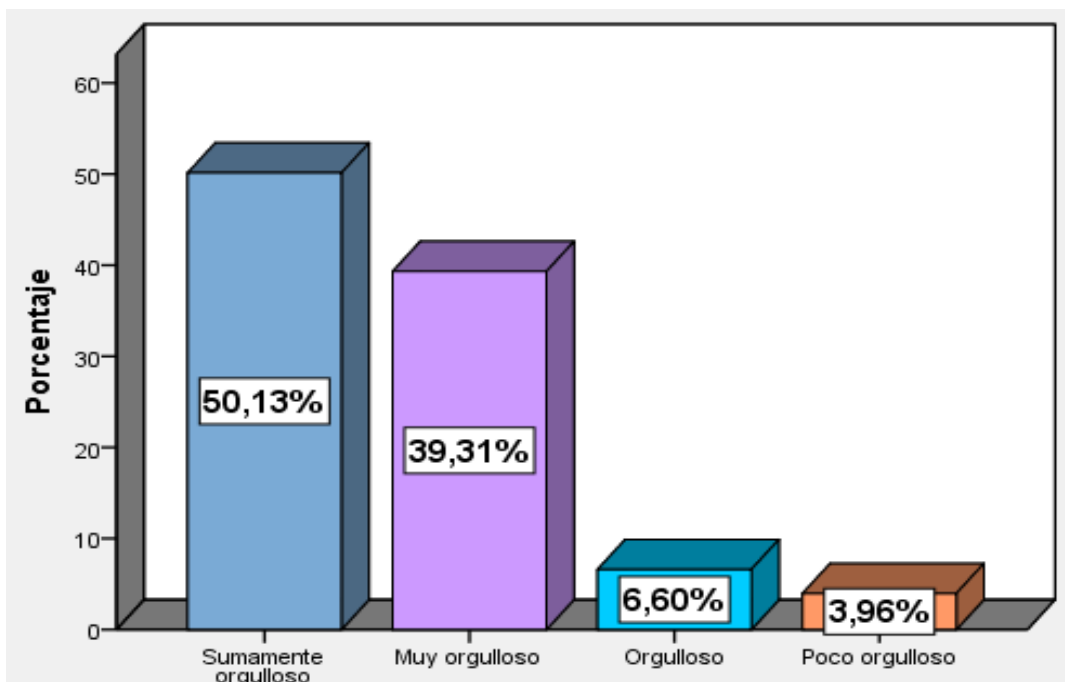
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sumamente orgulloso	190	50,1	50,1	50,1
Muy orgulloso	149	39,3	39,3	89,4
Orgulloso	25	6,6	6,6	96,0
Poco orgulloso	15	4,0	4,0	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario  
Elaboración: Los tesisistas

En la tabla N° 14 nos refleja la intensidad con la que la población se sentía orgulloso de ser peruano por la clasificación de la selección nacional, un 50,1% nos indica que están sumamente orgullosos, 39,3% se siente muy orgullosos, a partir de este evento reafirmaron su sentimiento de orgullo por ser peruanos, pues los estados de ánimo son variantes de acuerdo a las circunstancias y sucesos aún más si son con sentimientos colectivos.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 14: Hasta qué punto diría usted que sintió orgulloso de ser peruano por la clasificación de la selección de fútbol al mundial de Rusia 2018**



Fuente: Tabla N° 14  
Elaboración: Los tesisistas

**Tabla 15: La clasificación al mundial ha influido en tu identidad nacional**

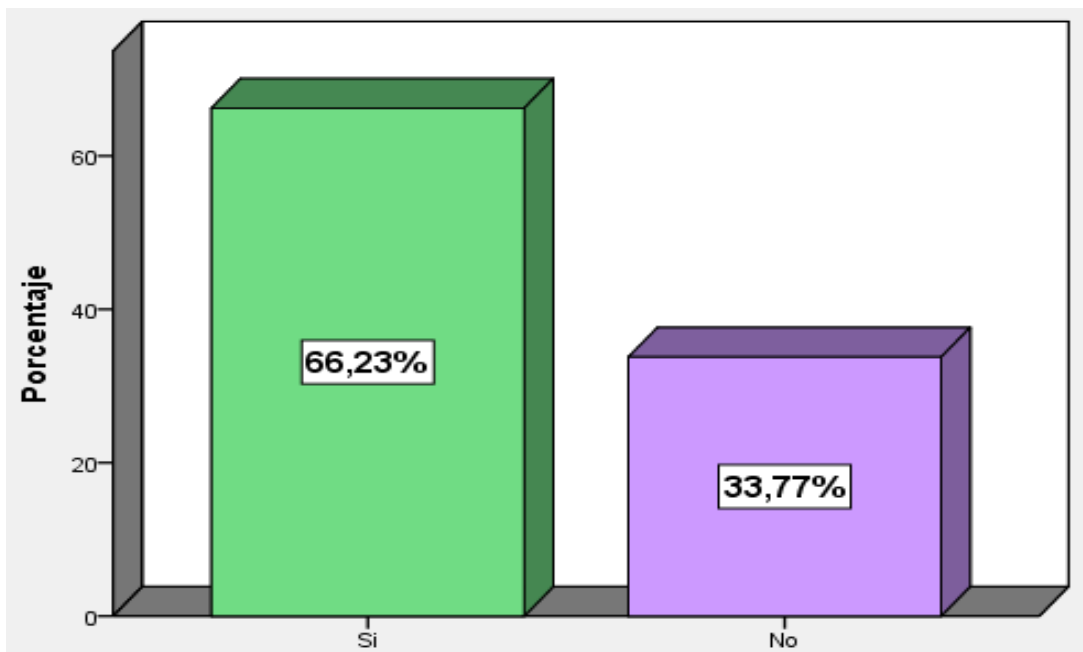
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	251	66,2	66,2	66,2
No	128	33,8	33,8	100,0
Total	379	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

En la presente tabla podemos observar a un 66,2% afirman que la clasificación al mundial de Rusia 2018 a influido en su identidad nacional, como veníamos explicando en la tabla anterior, existe una población que ya por diferentes sucesos se siente más peruanos, la identidad nacional es un estado cambiante de acuerdo al momento, y siendo la clasificación de la selección un evento positivo y de unión como país, siendo un fiel reflejo las calles de nuestro país y de nuestra ciudad pintadas de rojo y blanco, cuando se entonaban el himno nacional en el estadio, los que siguieron el partido por sus aparatos reproductores lo hacía como si ellos fuesen los que se encontraban ahí, de una u otra manera querían hacer sentir su presencia.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 15: ¿La clasificación al mundial ha influido en tu identidad nacional?**

Fuente: Tabla N° 15

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 16: Vistió alguna indumentaria con los colores de los símbolos patrios durante los partidos de clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	271	71,5	71,5	71,5
No	108	28,5	28,5	100,0
Total	379	100,0	100,0	

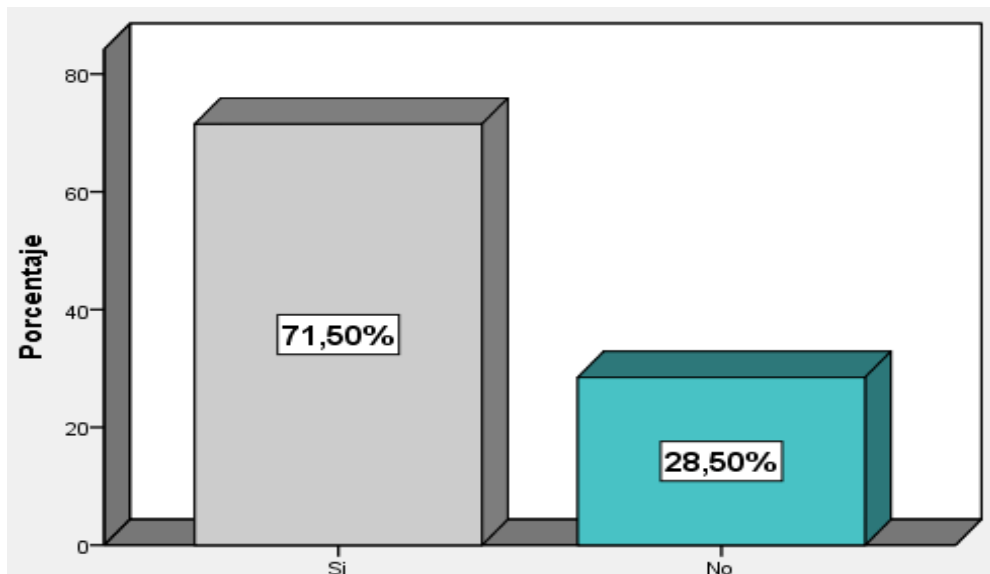
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

Desde vestir las camisetas hasta la ropa interior con estampados de un escudo dorado, banderas, nombre de los jugadores, etc., son algunas de las expresiones de las hinchas peruanas. El 71,5% de la población vistió alguna indumentaria con los colores de los símbolos patrios durante los partidos de clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018, y un 28,5% quienes mencionan que no vistieron alguna indumentaria. Para todos es innegable que aquella época en la que clasificamos al mundial, salíamos a las calles y veíamos todo pintado de rojo y blanco, chicos y grandes vestían los colores de nuestra bandera.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 16: Vistió alguna indumentaria con los colores de los símbolos patrios durante los partidos de clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018**



Fuente: Tabla N° 16

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 17: Considera usted que la clasificación de la selección peruana de fútbol al mundial de Rusia 2018 levantó el ánimo de la población y nos hizo olvidar los malos tiempos que estábamos pasando (el fenómeno del niño, los destapes de Odebrecht, entre otros)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	360	95,0	95,0	95,0
No	19	5,0	5,0	100,0
Total	379	100,0	100,0	

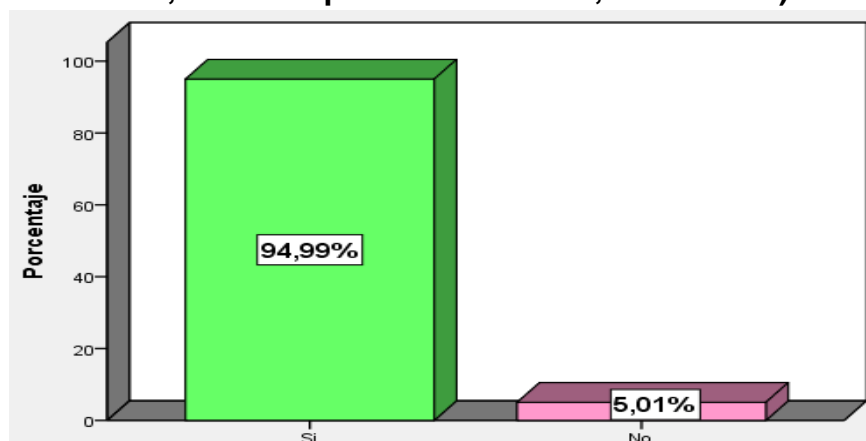
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

Nuestro país vivió una de las etapas más difíciles en pleno proceso donde nuestro país jugaba sus chances de ir a un mundial, pues como habían empezado las eliminatorias pensábamos que todo iba a ser lo mismo de los procesos anteriores, una selección en la cola de tabla de clasificación. Un Perú que estaba sumergido por los huaicos del norte, la política se veía manchada por los destapes de corrupción de Odebrecht, solo tendíamos a agachar la cabeza de dolor y decepción, pero en medio de todo lo negativo salió una luz de esperanza, nos prendimos del fútbol para poder olvidar los malos tiempos y ello nos refleja en la presente tabla donde un 95% afirma que fue la clasificación de la selección al mundial, que levantó el ánimo de la población e hizo olvidar los malos tiempos que atravesaba nuestro país.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 17: Considera usted que la clasificación de la selección peruana de fútbol al mundial de Rusia 2018 levantó el ánimo de la población y nos hizo olvidar los malos tiempos que estábamos pasando (el fenómeno del niño, los destapes de Odebrecht, entre otros)**



Fuente: Tabla N° 17

Elaboración: Los tesistas

**Tabla 18: Hizo algún reto o apuesta en el proceso que la selección peruana clasificaba al mundial de Rusia 2018**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	181	47,8	47,8	47,8
No	198	52,2	52,2	100,0
Total	379	100,0	100,0	

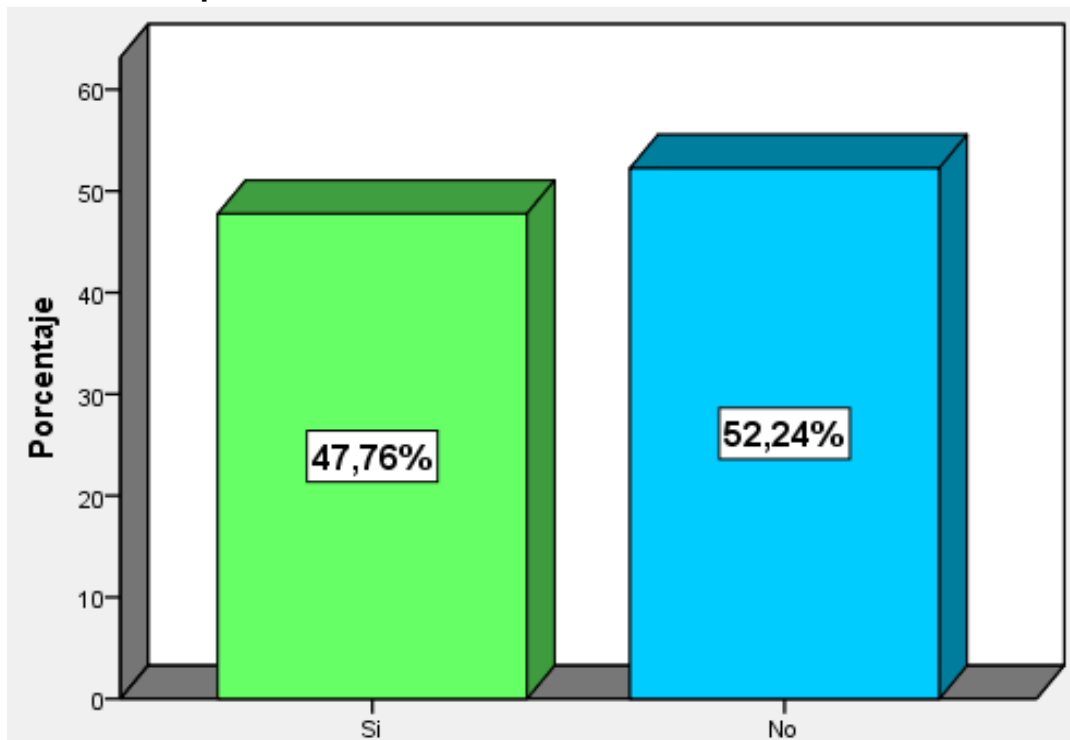
Fuente: Cuestionario

Elaboración: Los tesistas

La tabla nos indica que un 52,2% de la población indican que no hicieron ningún reto ni apuesta y un 47,8% que si hicieron retos, apuestas, la población que afirmo nos indica que sus apuestas iban entre dinero, comida y viajes, los retos estaban entre cortes, teñidos y cambios de look.

Veamos la gráfica correspondiente a la presente tabla.

**Gráfica 18: Hizo algún reto o apuesta en el proceso que la selección peruana clasificaba al mundial de Rusia 2018**



Fuente: Tabla N° 18

Elaboración: Los tesistas



## 4.2. Discusión de resultados

En este último capítulo del presente informe de investigación se presenta la discusión de resultados, para lo cual fueron tomados como base los resultados que obtuvimos durante el trabajo de campo, para contrastarlo y confrontarlo con los antecedentes de investigaciones ya realizadas anteriormente y con las citas de las bases teóricas, las mismas que se detallan a continuación:

Según Flores (2003) el fútbol es un deporte que se difunde por todos los medios de comunicación, información deportiva, que en ocasiones tiene mayor relevancia mediática que la política. En España el diario más leído es el diario deportivo Marca, ello refleja el mayor interés de la sociedad española por el fútbol que por otras noticias. El consumo masivo de información deportiva provoca una clara desinformación en otros aspectos.

Sin duda los medios de comunicación juegan un rol muy importante en toda sociedad y su influencia en ella es muy notable, los resultados obtenidos gracias al trabajo de campo concuerda con el autor antecedido, reflejado en la tabla y gráfico N° 3 donde un 58,31% indicaron que fue por la influencia de los medios de comunicación que se volvieron hinchas de la selección peruana y un 81,79% que la noticia más importante durante el proceso de clasificación al mundial fue el futbol según se consta en la tabla y gráfico N° 4; consecuencia de ello es que olvidamos los acontecimientos que se estaba viviendo como son: el fenómeno del niño que se vivía en el norte de nuestro país y agregado a ello el destape de corrupción más grande a nivel internacional de Odebrech, que incluía a funcionarios y exfuncionarios de nuestro país según se consta en la tabla y gráfico N° 17 donde un 94,99% mencionan que el evento deportivo que vivía

nuestro país y por influencia de los medios de comunicación hicieron que se olvidaran los malos momentos que se estaba viviendo.

Del Real (2004) en su tesis titulada “Clubes de fútbol profesional masivos, los nuevos referentes de identidad cultural” de la Universidad Santiago de Chile, afirma que para analizar los clubes de fútbol profesional como referentes de identidad se retoma el tema del establecimiento de fronteras como mecanismo de identidad, según el cual la delimitación es una reacción para protegernos y también para saber quiénes somos, la cual hoy en día, dada la pérdida de sentido y funcionalidad del espacio, deriva en la pérdida de sentido cultural del espacio, ante lo cual se reaccionaría estableciendo nuevas fronteras en torno a grupos donde se rescatan los lazos primitivos de identidad. Estos conglomerados necesitan antes que todo instaurar su carácter colectivo a través de símbolos, banderas o insignias que les otorguen características de distinción y de demarcación territorial, y en el caso de nuestros clubes efectivamente tienen una identidad clara y formada, en base a símbolos compartidos ampliamente difundidos y asimilados; por lo tanto, la Identidad Nacional también se aprecia como una identidad básicamente discursiva, sólida, permanente y requerida como la identidad que generan los clubes de fútbol como grupos.

Los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación demuestran que el fútbol es un evento que une masas y ello se refleja en la tabla y gráfico N° 5, un 79,95% afirmaron que cuando clasificamos al mundial todos éramos uno, dejamos de lado las discriminaciones, no existían condiciones económicas que nos diferencien, todo nuestro país vestía un solo color. Del mismo modo podemos ver en la tabla y gráfico N°15 donde un 66,2% de la población afirma que la clasificación al mundial Rusia 2018 influyó en la identidad nacional,

haciéndonos sentir más peruano que nunca, sintiéndonos parte de algo tan importante y que se escuche el nombre de Perú en otros países. Por lo tanto, podemos señalar que la conclusión del antecedente coincide en cuanto a la integración de culturas e identidad y la eliminación de aquellos espacios que nos aleja de nuestros semejantes.

Para Carrión (2006) el fútbol es una de las prácticas sociales de identificación colectiva más importante, porque es un fenómeno que trasciende su condición de juego para convertirse en un hecho social, cultural, político y económico y porque rompe con las fronteras de su origen como actividad de ocio circunscrita a un territorio y a un segmento social para convertirse en una actividad global, a lo que también sostiene Flores (2003) al afirmar que el fútbol es un deporte que se practica en todas partes del mundo, sin discriminación de color, raza, género, origen, estatura, etc. Que une a todos con un único fin de ganar, de generar alegrías al país al cual representan y honran los colores de la camiseta que llevan puestas.

En los resultados obtenidos gracias al trabajo de campo podemos corroborar en la tabla y gráfico N° 5 donde un 79,9 % afirmaron que cuando clasificamos al mundial todos éramos uno y dejamos de lado el racismo, no existían condiciones económicas, políticas que nos diferencien y todo nuestro País se sentía más unido que nunca.

Para Barrios (2017) las expresiones exorbitantes hacen referencia a las acciones y formas de expresar sus emociones por este deporte llevándolo al extremo de andar con cuerpos desnudos pintados del color de su selección, banderas tatuadas en el rostro y el cuerpo, bandas organizadas, gritos y cantos a las cuales los hinchas lo llaman himnos, expresiones que vimos en los estadios

desde una televisión las cuales nos llenan de emoción, una noción compartida en toda una nación entera a través de este deporte del mundo.

A lo mencionado por el autor antecedido, podemos corroborarlo con los resultados presentados en la tabla y gráfico N° 18 la cual nos muestra que un 47% realizó un reto o apuesta durante la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia las cuales eran desde hacerse un corte de cabello de algún jugador de la selección peruana, pintar sus vehículos con los colores patrios, pintarse el cabello, etc.; también podemos corroborar a ello con la tabla y gráfico N° 16 donde el 71,5 % vistieron algunas indumentarias con los colores patrios durante el proceso de clasificación, esta fiebre del mundial era tan contagianté que centros de trabajo, centros de estudios, centros comerciales, instituciones públicas y privadas en general, etc., vestían los colores de nuestra de nuestra querida patria, todo ese suceso era algo que escapaba de lo común en nuestro país.

Miranda (2016) en su tesis “Fútbol globalizado: identidades, prácticas culturales y nuevas formas de asociación. Análisis de los casos de la peña blaugrana de lima y los hinchas del Real Madrid en Lima durante las temporadas 2014 – 2015 y 2015- 2016”, de la Universidad Pontificia Católica del Perú, llega a la conclusión que: Respecto a las prácticas culturales, el fútbol es un deporte donde se producen prácticas propiamente globales, actividades que nos permiten identificarnos más con el club de la cual somos hinchas, es decir, de alcance global pero enraizadas en cada contexto local como el uso de camisetas con nombres personalizados o con el nombre de ídolos peruanos, el consumo de bebidas y comidas peruanas, y la colección de objetos con motivaciones muy personales de cada uno de los miembros.

Los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación demuestran que, desde vestir las camisetas hasta la ropa interior con estampados de un escudo dorado, banderas, nombre de los jugadores, etc., son algunas de las expresiones de los hinchas peruanos. El 71,5% de la población vistió alguna indumentaria con los colores de los símbolos patrios durante los partidos de clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018, y un 28,5% quienes mencionan que no vistieron alguna indumentaria, representada en la tabla y gráfico N° 17.

Del mismo modo en la tabla y gráfico N°13 en la cual nos demuestra que un 92,3% de la población se sintió orgulloso cuando el Perú clasificó al mundial de Rusia 2018 ya que tantos años pasaron para que este acontecimiento suceda y los ciudadanos estaban muy emocionados y orgullosos, también se corrobora con la tabla y gráfico N°14 donde un 50,1% afirma que se sintieron sumamente orgullosos cuando el Perú clasificó al mundial Rusia 2018 ya que los estados de ánimo son variantes de acuerdo a las circunstancias y sucesos y más si son con sentimientos colectivos.

#### **4.2.1. Contrastación de la Hipótesis.**

Los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos cuyos resultados se encuentran en las tablas y gráficos: N° 5, N° 10, N° 11, N° 12, N° 13, N° 14, N° 15, N° 16, N° 17, N°18. Evidencian con altos índices porcentuales que sin lugar a dudas la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia, se relaciona de manera positiva con la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco 2018. Ya que los mismos ciudadanos manifestaron que al momento de realizar el cuestionario se sintieron orgullosos

y muy identificados con su nación por la participación de la selección peruana en dicho evento.

## CONCLUSIONES

1. Si existe una relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia con la identidad nacional en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018, la clasificación al mundial creó una atmósfera positiva en los huanuqueños y en cada rincón del país, la selección de fútbol cumplió un rol a destacar, haciendo que todo el país se paralice para ver los partidos, identificándose con los colores de la bandera, cantando con fervor cada letra del himno nacional y pese a la distancia muchos transmitieron fuerzas y apoyo a la selección generando un amor sin igual por el País. Esta identidad nacional, es un sentimiento dinámico y voluble, que es influenciada por el contexto de la realidad en la que se ubique, como ya mencionamos la clasificación de la selección peruana.
2. La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia tiene una relación positiva con el sentimiento de pertenencia en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018, ya que esta situación deportiva nos involucró a integrarnos a un grupo social, con ansias de poder desatar la euforia de una clasificación deseada por años, todos éramos Perú, se podría decir que en ese momento no hubo ningún rincón de nuestro país que se sintiera ajeno, representada por una camada de jugadores que lograban una gesta muy anhelada durante años. Los ciudadanos manejaban sus emociones de diferentes maneras, todos llevamos la fiebre mundialista, algunos hacían retos, desafíos o apuestas tras cada partido ganado, algunos pintaban sus carros, sus motos, casas, otros compraban televisores con la finalidad de ver el partido.

3. La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia tiene una relación positiva en el orgullo nacional en los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018, a partir de que la selección peruana de fútbol marco un importante acontecimiento, en el estado de ánimo de la población, donde logro conseguir despertar el sentimiento de orgullo y fortaleció la integración para apoyar a nuestro equipo, y a su vez se demostró la admiración por el país, sintiéndonos importantes dentro de muchos países y que todos hablen del Perú, que conozcan el himno nacional, y nuestra cultura, incluso los hinchas iban alentar a la selección con trajes típicos del lugar de origen, llevando las danzas más representativas. Fue una oportunidad para llevar esa ilusión a otras áreas de nuestras vidas, ya sea compartiendo con la familia, amigos, en el trabajo, etc.



## RECOMENDACIONES

1. La identidad nacional, se puede construir y enriquecer aún más, mediante el respeto a las leyes nacionales, generando credibilidad de nuestro sistema de justicia, fortaleciendo la transparencia institucional, consolidando nuestra democracia. Por tanto, es indispensable que en las escuelas diseñen y apliquen un modelo educativo con identidad nacional en cuya formación académica fortalezca el espíritu de peruanidad que venga inculcado desde la familia. Mantener estable la identidad nacional debe ser un proceso que involucre compromiso de todas las esferas públicas y privadas, porque a partir de ello podemos construir un país diferente y comprometido con el desarrollo de todos.
2. Destacamos que el fútbol es una oportunidad para sentir emoción colectiva, y eso permite integrarnos, no hay duda de que la afición puede tener una importancia muy grande para los fanáticos y que hay fenómenos sociales que merecen ser estudiados no solo el fútbol sino muchos otros deportes que dejamos de lado, pero que también tienen un gran impacto social. La hazaña de nuestra selección debe replicarse en todas las índoles de nuestra vida diaria, fortalecer ello es un proceso muy grande porque hemos sido heridos y reheridos muchas veces, tenemos una imagen dañada por políticos que negociaron nuestro país, el fútbol es un deporte que acapara sentimientos, ello debe llevarnos a ser más conscientes y empezar a transferir esos logros a la vida cotidiana y a nuestro accionar con nuestro país.

- 3.** Se sugiere desarrollar programas de sensibilización de desarrollo y prácticas que promuevan la identidad nacional y el orgullo nacional de los ciudadanos, a través de actividades deportivas y culturales. La idea es unificar a los peruanos a partir de una identidad nacional que sea más sólida y estable.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Abc. (8 de Agosto de 2008). *Los jóvenes, el sentido de pertenencia y la participación*. Obtenido de <http://www.abc.com.py/articulos/los-jovenes-el-sentido-de-pertenencia-y-la-participacion-1090613.html>
- Acosta Oviedo, K. (24 de Mayo de 2012). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado de La pirámide de Maslow: <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>
- Araya, R., Bravo, L., & Corrales, O. (2000). Entre glorias y agonias: Fútbol e identidad nacional en la prensa. *Comunicación y Medios*, 67 - 73. doi:10.5354/0719-1529.2011.13035
- Barrios, E. M. (2 de Septiembre de 2017). *Fanatismo deportivo*. Recuperado de El Nuevo Herald: <https://www.elnuevoherald.com/opinion-es/article170841127.html>
- Brea, L. (2014). *bitstream*. Recuperado de Factores determinantes del sentido de pertenencia de los estudiantes de Arquitectura de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, Campus Santo Tomás de Aquino: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284952/TLMBA.pdf?sequence=1>
- Calderón Rodríguez, M., González Mora, G., Salazar Segnini, P., & Washburn Madrigal, S. (2012). *Aprendiendo sobre las emociones: Manual de educación emocional*. Recuperado de <http://www.culturacentroamericana.info/sites/default/files/docs/Aprendiendo-emociones-manual.pdf>
- Cañedo Iglesias, C. M. (s.f.). *Fundamentos teóricos para la implementación de la didáctica en el proceso enseñanza-aprendizaje*. Recuperado de [https://clasesvirtuales.ucf.edu.cu/pluginfile.php/19814/mod\\_resource/content/1/Did%C3%A1ctica%20%28ca%C3%B1edo%29.pdf](https://clasesvirtuales.ucf.edu.cu/pluginfile.php/19814/mod_resource/content/1/Did%C3%A1ctica%20%28ca%C3%B1edo%29.pdf)

- Castellanos, S. (23 de Abril de 2005). Orgullo nacional. *El diario de hoy*. Recuperado de <http://archivo.elsalvador.com/noticias/2005/04/23/editorial/edi3.asp>
- Cazzato Dávila, S. (1996). *El respeto colectivo y la norma consuetudinaria: Consideraciones de una etnia*. Recuperado de Docplayer: <https://docplayer.es/18255251-El-respeto-colectivo-y-la-norma-consuetudinaria-consideraciones-de-una-etnia.html>
- Cerna, D. (28 de Julio de 2019). *Universidad de Piura*. Recuperado de La importancia de la historia en el orgullo nacional de un país: <http://udep.edu.pe/hoy/2019/la-importancia-de-la-historia-en-el-orgullo-nacional-de-un-pais/>
- Definiciona. (s.f.). *Clasificar*. Recuperado de Definiciona: <https://definiciona.com/clasificar/>
- Definiciona. (s.f.). *Mundial*. Recuperado de Definiciona: <https://definiciona.com/mundial/>
- Díaz, D., & Mantilla, M. (2008). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/84692735.pdf>
- Ecured. (s.f.). *Identidad nacional*. Recuperado de [https://www.ecured.cu/Identidad\\_nacional](https://www.ecured.cu/Identidad_nacional)
- El nuevo diario. (26 de Setiembre de 2013). Los símbolos patrios merecen respeto. *El nuevo diario*. Recuperado de <https://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/297657-simbolos-patrios-merecen-respeto/>
- El Peruano. (30 de Junio de 2018). El amor por el Perú. *El Peruano*. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-la-necesaria-diversificacion-productiva-57161.aspx/noticia-el-amor-por-peru-67767.aspx>
- El Universo. (4 de Julio de 2018). Cuánto afecta el fútbol. *El Universo*. Recuperado de

<https://www.eluniverso.com/vida/2018/07/04/nota/6841781/cuanto-afecta-futbol#6841781>

Flores Córdova, C. (15 de Noviembre de 2017). Fútbol y Economía: los millones que genera el buen momento de la selección peruana. *InfoMercado*. Recuperado de <https://infomercado.pe/futbol-y-economia-los-millones-que-genera-el-buen-momento-de-la-seleccion-peruana/>

Guerrero, A. (04 de Setiembre de 2016). *El futbol visto desde una perspectiva sociológica, por investigador mexicano*. Recuperado de Sinembargo : <https://www.sinembargo.mx/04-09-2016/3087444>

Granero Gallegos, A. (Junio de 2007). Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 7(26). Recuperado de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/3616/25216\\_4.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/3616/25216_4.pdf?sequence=1)

Hoyos de los Ríos, O. L. (Julio - Diciembre de 2001). Identidad nacional una aproximación cognitiva. *Psicología desde el Caribe*(8). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21300802>

Lessmann, I. (8 de Noviembre de 2011). *Unión*. Recuperado de Blogspot: <http://caminaconvalores.blogspot.com/2011/11/union.html>

Lopez del Campo, R. (02 de Febrero de 2015). *Dirección de Equipos de Fútbol*. Recuperado de El motor que mueve al futbolista: <https://direcciondeequipos.com/2015/02/02/el-motor-que-mueve-al-futbolista/>

Macera, D. (17 de Noviembre de 2017). Rusia 2018: ¿Cómo impacta nuestra economía? *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/impacta-futbol-nuestra-economia-dias-noticia-473964>

Maneiro, C. (Diciembre de 2017). *Sociología y Fútbol: Una aproximación desde los autores clásicos y sus continuadores*. Recuperado de researchgate.net:

[https://www.researchgate.net/publication/323918393\\_Sociologia\\_y\\_Futbol\\_Una\\_aproximacion\\_desde\\_los\\_autores\\_clasicos\\_y\\_sus\\_continuadores](https://www.researchgate.net/publication/323918393_Sociologia_y_Futbol_Una_aproximacion_desde_los_autores_clasicos_y_sus_continuadores)

- Maslow, A. (1954). *Motivación y Personalidad* (3 ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz Santos.
- Menéndez Pelayo, M. (s.f.). *Hacia la búsqueda de una definición de la identidad nacional*. Recuperado de [https://www.iberamericana-vervuert.es/introducciones/introduccion\\_521546.pdf](https://www.iberamericana-vervuert.es/introducciones/introduccion_521546.pdf)
- Murayama, C. (23 de Julio de 2010). *El futbol como industrial global y nacional*. Recuperado de Instituto de Estudios para la Transición Democrática: <http://www.ietd.org.mx/futbol-y-economia/>
- Nadinic, J. (24 de Mayo de 2016). *CyTA Instituto Leloir*. Recuperado de El orgullo nacional: <https://www.agenciacyta.org.ar/2006/05/el-orgullo-nacional/>
- Norbert , E., & Dunning, E. (1996). *DEPORTE Y OCIO. EN EL PROCESO. DE LA CIVILIZACION*. Mexico: Fondo de Cultura Economica.
- Ocampo, M. (7 de Octubre de 2007). *Barras de fútbol: violencia, identidad y territorialidad*. Recuperado de Pontificia Universidad Javeriana: <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/barras-de-futbol-violencia-identidad-y-territorialidad/>
- Palos, J. (6 de Marzo de 2018). *Identidad y sentimientos de pertenencia*. Recuperado de Convivencia y educación en valores: <https://eldiariodelaeducacion.com/convivenciayeducacionenvalores/2018/03/06/identidad-sentimientos-pertenencia/>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2009). *Identidad nacional*. Recuperado de Definicion.de: <https://definicion.de/identidad-nacional/>
- RPP. (16 de Noviembre de 2007). Perú al Mundial Rusia 2018 y su impacto en nuestra economía. *La fiesta del fútbol*. Recuperado de <https://rpp.pe/economia/economia/peru-al-mundial-rusia-2018-y-su-impacto-en-nuestra-economia-noticia-1089031>

# **ANEXOS**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>TITULO:</b> La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y su relación con la identidad nacional de los ciudadanos del Distrito de Huánuco – Periodo 2018								
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÒTESIS</b>	<b>VARIABLES E INDICADORES</b>			<b>TIPO, DISEÑO Y NIVEL DE INVESTIGACION</b>	<b>POBLACION Y MUESTRA</b>	<b>TECNICA E INSTRUMENTOS</b>
			Variable independiente: Clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018					
			Dimensiones	Indicadores	Ítems			
<p><b>PROBLEMA GENERAL:</b> ¿Existe relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</b> <b>P<sub>1</sub>.</b> ¿De qué manera se relaciona la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia con el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos del distrito</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b> Determinar la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b> <b>O<sub>1</sub>.</b> Conocer la relación de la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia con el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos del distrito</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL:</b> La clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia se relaciona con la identidad nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECIFICAS:</b> <b>H<sub>1</sub>.</b> Existe una relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos del distrito</p>	Movimiento social	Medios de comunicación	Figura en el anexo	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b> Básica</p> <p><b>DISEÑO DE INVESTIGACION:</b> El diseño que se utilizó en el presente proyecto de investigación es no Experimental y se define como la investigación que se realiza sin manipular las variables. El propósito que tiene es describir y analizar las variables.</p> <p><b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b></p>	<p><b>POBLACION:</b> Se consideró como población a las 55724 personas que pertenecen a la población del distrito de Huánuco desde los 15 años de edad hasta los 59 años de edad.</p> <p><b>MUESTRA:</b> Se aplicará el tipo de muestreo probabilístico, con su variante muestreo estratificado, en el que consideramos a</p>	<p><b>Variable independiente:</b></p> <p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p> <p><b>Variable dependiente:</b></p> <p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>
				Organización de barras				
				Inclusión e igualdad				
			Movimiento económico	Venta de entradas	Figura en el anexo			
				Turismo				
				Industria deportiva				
Variable dependiente: Identidad nacional								



<p>de Huánuco periodo 2018?</p> <p><b>P</b><sub>2</sub>- ¿Cuál es la relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018?</p>	<p>de Huánuco periodo 2018.</p> <p><b>O</b><sub>2</sub>- Describir cuál es la relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.</p>	<p>de Huánuco periodo 2018.</p> <p><b>H</b><sub>2</sub>- Existe una relación entre la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y el orgullo nacional de los ciudadanos del distrito de Huánuco periodo 2018.</p>	<p>Sentimiento de pertenencia</p>	<p>Respeto colectivo</p> <p>Bienestar emocional</p>	<p>Figura en el anexo</p>	<p>El nivel del presente proyecto de investigación es descriptivo/ correlacional; porque se describirá la relación que existe entre la clasificación de la selección peruana a Rusia 2018 y su relación con la identidad nacional de los ciudadanos de la provincia de Huánuco.</p>	<p>ciudadanos de 15-59 años de edad en los ciudadanos del distrito de Huánuco. Para el desarrollo de nuestra investigación la muestra estará representada por 379 personas de 15-59 años de edad.</p>	
<p>Orgullo nacional</p>	<p>Orgullo por la tierra y lugar de nacimiento</p>	<p>Figura en el anexo</p>						
	<p>Respeto por los símbolos patrios</p> <p>Unión social</p>							



**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO  
VALDIZAN"**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**E.P. SOCIOLOGÍA**



Estimado ciudadano: te invito a responder el presente cuestionario, tus respuestas son confidenciales y anónimas, tienen por objetivo recoger tu importante opinión sobre **la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia y su relación con la identidad nacional**, por esto es muy importante que tus respuestas sean con honestidad. Marque con un (X) las respuestas que cree conveniente. Agradecemos su participación

1. SEXO: F  M

2. EDAD: \_\_\_\_\_

3. ¿Cree usted que los medios de comunicación influyeron para que usted fuera hincha de la selección peruana?

a) Si

b) No

4. ¿Cree usted que la noticia más importante en el periodo de clasificación de la selección al mundial de Rusia, fue el fútbol?

a) Si

b) No

5. ¿Usted considera que la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018 a unido todas las sangres (no hubo discriminación por razón de color, condición económica, cultura, religión, etc.)?

a) Si

b) No

6. ¿Te has organizado para alentar a la selección peruana de fútbol?

a) Si

b) No

**7. ¿Con quiénes vieron los partidos de la selección peruana?**

- a) Solo
- b) Con mis amigos
- c) Con mis compañeros de trabajo
- d) Con mi familia

**8. ¿En dónde vio los partidos de la selección peruana?**

- a) En mi casa
- b) Centro comerciales
- c) En la plaza de armas
- d) En el trabajo
- e) En locales de entretenimiento (bares, restaurant, karaoke, etc)
- f) Estadio

**9. ¿Usted fue a alentar algún partido de la selección peruana al estadio?**

- a) Ninguno
- b) A uno
- c) Dos o más
- d) Todos

**10. ¿Durante la clasificación de la selección al mundial usted adquirió algún artefacto como televisor, equipo de sonido, señal de cable, etc.?**

- a) Si
- b) No

**11. ¿Respetas las tradiciones y costumbres de nuestra diversidad cultural?**

- a) Si
- b) No

**12. ¿Con qué frecuencia se involucra con los problemas sociales (violencia, robo, discriminación y otros)?**

- a) Siempre me involucro
- b) Casi siempre me involucro
- c) Algunas veces me involucro
- d) Muy pocas veces me involucro

**13. ¿Cuándo la selección peruana clasificó al mundial de Rusia 2018 usted se sintió orgulloso de ser peruano?**

- a) Si
- b) No

**14. ¿Hasta qué punto diría usted que sintió orgulloso de ser peruano por la clasificación de la selección de fútbol al mundial de Rusia 2018?**

- a) Sumamente orgulloso
- b) Muy orgulloso
- c) Orgulloso
- d) Poco orgulloso

**15. ¿La clasificación al mundial ha influido en tu identidad nacional?**

- a) Si
- b) No

**16. ¿Vistió alguna indumentaria con los colores de los símbolos patrios durante los partidos de clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018?**

- a) Si
- b) No

**17. ¿Considera usted que la clasificación de la selección peruana de fútbol al mundial de Rusia 2018 levantó el ánimo de la población y nos hizo olvidar los malos tiempos que estábamos pasando (el fenómeno del niño, los destapes de Odebrecht, entre otros)?**

a) Si

b) No

**18. ¿Hizo algún reto o apuesta en el proceso que la selección peruana clasificaba al mundial de Rusia 2018?**

a) Si

b) No