MENOSCABO DEL IDIOMA QUECHUA EN LOS MILLENNIALS

IMPAIRMENT OF THE QUECHUA LANGUAGE IN MILLENNIALS

Arleth Matta¹, Luis E. Vásquez²

RESUMEN

El quechua, es una lengua indígena con el mayor número de hablantes. Tuvo protagonismo en la época de los Incas y entró en declive después de la conquista. Su extensión abarcó seis países en Sudamérica, al norte de Argentina, suroeste de Bolivia, noreste de Chile, suroeste de Colombia, con mayor presencia en Ecuador y Perú. Es a partir de 1535, con la llegada de los españoles al Imperio incaico que entra en decadencia, no solo por la inclusión de otro idioma, el castellano, sino por la prohibición de continuar la práctica del quechua. Actualmente, se considera que los millennials, más conocidos como la generación Y, y la generación Z, han sido las que más cambios bruscos han tenido en la sociedad. Ambas generaciones no solo han nacido con las nuevas tecnologías sino también con los cambios acelerados que se tienen en los diferentes ámbitos del mundo; por tanto, ¿Cuáles son los factores que influyen en los millennials para menoscabar al idioma quechua y prescindir de su práctica? En tal sentido, el siguiente estudio asumió como objetivo: Analizar los factores que han llevado a los millennials al desinterés en aprender y practicar el idioma quechua. Es una investigación de enfoque cualitativo con un diseño etnográfico. Se utilizó como técnicas la observación y entrevista con sus respectivos instrumentos (registro de observación y guion de entrevista). Como informantes clave se

¹ Tesista Egresada de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. UPN-Comas. Email: arlethcatta@gmail.com

² Docente e Investigador. Asesor Metodológico. Doctor en Gestión y Ciencias de la Educación. Magíster en Educación con mención en Orientación. Licenciado en Filosofía y Educación Integral. (UPN/Universidad Norbert Wiener). Email: lev9c4@gmail.com

seleccionaron a 12 jóvenes con edades comprendidas entre 24-28 años del distrito de San Juan de Lurigancho-Lima. Se concluye dando respuesta a la problemática del estudio que los factores que influyen en los millennials para menoscabar al idioma quechua y prescindir su práctica es la enseñanza en casa, la presión de la sociedad y la falta de publicidad.

PALABRAS CLAVE: Quechua, Millennials, Idioma, Lengua y Cultura.

ABSTRACT

Quechua is an indigenous language with the largest number of speakers. It had prominence in the time of the Incas and went into decline after the conquest. Its extension covered six countries in South America, north of Argentina, southwest of Bolivia, northeast of Chile, southwest of Colombia, with a greater presence in Ecuador and Peru. It is from 1535, with the arrival of the Spaniards to the Inca Empire that it goes into decline, not only because of the inclusion of another language, Castilian, but because of the prohibition to continue the practice of Quechua. Currently, it is considered that millennials, better known as generation Y, and generation Z, have been the most abrupt changes in society. Both generations have not only been born with the new technologies but also with the accelerated changes that are taking place in different areas of the world; Therefore, what are the factors that influence millennials to undermine the Quechua language and to dispense with its practice? In this sense, the following study took as its objective to analyze the factors that have led millennials to disinterest in learning and practicing the Quechua language. It is a qualitative research with an ethnographic design. Observation and interview with their respective instruments (observation record and interview script) were used as techniques. As key informants, 12 young people between the ages of 24 and 28 were selected from the district of San Juan de Lurigancho-Lima. It is concluded by responding to the problem of the study that the factors that influence the millennials to undermine the Quechua language and to dispense with their practice is teaching at home, the pressure of society and the lack of publicity.

KEY WORDS: Quechua, Millennials, Language, Language and Culture.

INTRODUCCIÓN

El quechua, es una lengua indígena con el mayor número de hablantes (aproximadamente ocho o diez millones de personas hablan esta lengua). Tomó protagonismo en la época de los Incas y entró en declive después de la conquista. Su extensión abarcó seis países en Sudamérica, norte de Argentina, suroeste de Bolivia, noreste de Chile, suroeste de Colombia, con mayor presencia en Ecuador y Perú. Es a partir de 1535, con la llegada de los españoles al Imperio incaico, que entra en decadencia, no solo por la inclusión de otro idioma, el castellano, sino por la prohibición de continuar la práctica del quechua.

La penúltima encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), publicada en el 2017 indicó que solo el 13.2 % de la población peruana, esto quiere decir que aproximadamente, 3 millones 261 mil personas, hablan el quechua como lengua aprendida desde niños. En el caso de los departamentos, el porcentaje es el siguiente, Apurímac con 71 %, Ayacucho con 63 %, Cusco 52 %, Puno con 38.5 % y en Arequipa con el 15 %. En ese ámbito, se hace referencia a la situación actual que tiene el Perú; social y cultural, con relación a conservar el idioma quechua. Más específico, ante la pérdida de valor que tienen los *millennials* o Generación Y, para su idioma ancestral.

Álvarez y De Haro (2017), refieren que los millennials, son personas nacidas entre los años 1980 y 1995, es decir, que actualmente tienen entre veintiuno (21) y treinta y seis años (36), por ser esta la franja que se utiliza de forma más habitual (quizás de forma algo arbitraria) para hacer referencia a los Millennials. Los nativos digitales, como también se los llama, se caracterizan porque se acoplan rápido a los cambios. Además, las redes sociales como *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* y *blogs*, son las nuevas plataformas que absorben todo su interés. Los *millennials*, utilizan este nuevo portal no solo como distracción, sino como una herramienta de ocupación, que les permite exponer sus habilidades. Además, les gusta estar actualizados en todo lo que respecta a tecnología.

El quechua, es originario de la sierra peruana. En el Perú, se ha instaurado la idea, como una verdad absoluta, que la capital es superior, no solo tecnológicamente, sino también, económica, social y racial. En consecuencia, todo lo que sea innato a ella será subestimado. Por esta misma razón, es que a lo largo de los años se ha formado una idea de relación entre la carencia, pobreza, ruralidad en torno al quechua. Es por ello, el menosprecio al idioma y valoración a otras lenguas, como es el caso del inglés o alemán, al ser la lengua oficial de potencias mundiales, la persona siente que tendrá mejores oportunidades laborales y se siente realizado.

Hornberger y King (1998), exponen que el quechua es una lengua franca, esta premisa y muchas otras cuestiones referidas al idioma la explican en el estudio titulado: *Authenticity and Unification in Quechua Language Planning*. Si bien el quechua es una lengua que se habla en los países de Sudamérica, esta comparte

muchas variaciones, no solo como lenguaje, ya que depende del país, sociedad o comunidad, el idioma quechua varía. En Perú el quechua del Cusco, no es el mismo que el quechua de Ayacucho o el quechua que se habla en Bolivia o Ecuador, no es el mismo que se usa en Perú. Se destacan de estas clasificaciones que se mencionan, las diferencias geográficas, lingüísticas y sociolingüísticas, porque a pesar de que es un idioma que muy pocos lo hablan, el quechua está disperso por varios países.

De esta manera, conociendo el significado de cada palabra clave del título en cuestión: quechua y *millennials*. El quiebre del asunto, es el menoscabo del idioma quechua en los *millennials*, ya que uno de los principales problemas que tiene el Perú para hablar y aprender el quechua, es sentirse discriminado. Se entiende como discriminación, cuando una persona hace un acto dañino, ya sea con el uso de palabras o actos físicos, a otra persona que tenga una posición diferente, ya sea en temas religiosos, de raza, entre otros...

Por otro lado, Medina (2017), señala que los *millennials*, más conocidos como la generación Y; esta y la generación Z, han sido las que más cambios bruscos han tenido en la sociedad. Ambas generaciones que han nacido con las nuevas tecnologías, también han nacido con los desastres que se han vivido la tierra, a lo largo de su periodo (1995-2010), la cual no solo ha sido invadida por problemas naturales, sino también por el terrorismo. Muchas de estas acciones, han influido en los *millennials*. Es por ello que, también se dice que esta generación Y es tan cambiante, que no puede estar en un solo espacio por mucho tiempo. Además, si bien no les gusta estar estáticos, también saben acoplarse a los nuevos cambios.

Ante lo descrito anteriormente, se hace necesario expresar lo siguiente: ¿Cuáles son los factores que influyen en los *millennials* para menoscabar al idioma quechua y prescindir su práctica? Por tanto, el siguiente estudio se planteó como objetivo: analizar los factores que han llevado a los *millennials* al desinterés en aprender y practicar el idioma quechua. Lo que conllevó al recojo información en fuentes documentales y artículos académicos sobre el desinterés de los *millennials* en practicar y aprender el idioma quechua. Asimismo, examinar la información obtenida de las diferentes fuentes, documentales, como los artículos académicos

más relevantes sobre el desinterés que tienen los *millennials* en practicar y aprender el idioma quechua y lograr el objetivo propuesto. En tal sentido, la presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo con un diseño etnográfico que será descrito en el siguiente apartado.

MATERIALES Y MÉTODOS

Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que el enfoque cualitativo, es la investigación que proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas. También aportan un punto de vista “fresco, natural y holístico” de los fenómenos, así como flexibilidad. Es así que el tipo de investigación que se empleó para el siguiente estudio, fue cualitativa; ya que se asumió una conclusión subjetiva a partir de los instrumentos utilizados, de donde se recogió información de las anécdotas, historias, argumentos, observaciones y todo lo que expresaron los informantes clave, los cuales fueron seleccionados mediante una previa exploración. Una de las razones que conllevó a su selección fue establecer criterios tales como año en que nacieron para determinar su rango de edad, así como el distrito en que residen.

Cabe resaltar que, en una investigación, cuando el enfoque es cualitativo, se tiene que determinar el diseño que se empleó para realizar el estudio. Es importante mencionar que el diseño empleado en la investigación realizada fue el etnográfico, por ser el que mejor se ajustó a la problemática a estudiar; ya que esta tipología permitió analizar y obtener una interpretación de lo observado e investigado. Además, de poder entender a una sociedad, grupo y cultura a través de los participantes seleccionados. Los diseños etnográficos estudian categorías, temas y patrones referidos a las culturas. Desde civilizaciones antiguas, como el Gran Imperio Inca, los Mayas, la Cultura Mochica y el antiguo Egipto, hasta grupos y organizaciones actuales, como las grandes transnacionales del mundo, las etnias indígenas o los hinchas de un equipo de fútbol. Hernández, R (2014).

Se seleccionó el enfoque cualitativo de tipo etnográfico, ya que este resulta ser el más adecuado para recoger los datos descriptivos, la observación de comportamiento, la grabación de historias que contaron, donde cada familia descri-

bió el árbol genealógico del idioma quechua en sus hogares, entre otros; este enfoque demostró ser la mejor herramienta para interpretar y detallar sus experiencias. Al utilizar este tipo de investigación, la cercanía que se logró con los informantes clave favoreció la obtención de la respuesta al problema.

Figura 1. Tipo de diseño para un estudio cualitativo.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

En cuanto a la población y muestra, se considera necesario e importante hacer previamente una acotación con respecto al uso de la terminología empleada y propia de este tipo de investigación. Antes de comenzar a detallar y describir lo que pide el apartado, es importante hacer una rectificación con respecto al título que tiene esta sección del estudio. Cuando se habla de una investigación cualitativa, no se emplea la palabra “población”, para determinar el público a estudiar, la manera adecuada de nombrar a las personas es llamarlos, “informantes clave”. A partir de este apartado y cada vez que se hace referencia a las perso-

nas seleccionadas para la investigación, se debe utilizar el nombre de informantes clave.

Se puede decir, que el informante es una persona capaz de aportar información sobre el elemento de estudio, además de ser un informante clave, es una persona que se sitúa en el campo y ayuda en el proceso de selección de participantes en el caso de realizar entrevistas o grupos focales. Hernández, J., Mirabal, K., Otálvora, J., & Uzcátegui, M. (2014). Población, Muestra, Informantes Clave, Variable y de unidad de análisis.

Los informantes clave que se consideraron para el siguiente estudio, son personas que comparten el mismo pensamiento de superación y optan por dejar el lugar donde nacieron, para mudarse a la capital. Es así, que con el pasar de los años, la migración de provincia a Lima aumentó considerablemente. Teniendo mayor presencia en el distrito de San Juan de Lurigancho ubicado en el cono este de la ciudad.

Se llevó a cabo una indagación de documentos para conocer la población y certificar si es la adecuada, todo a criterio de los investigadores. La problemática es “el menoscabo del idioma quechua en los *millennials*”. El estudio se enfocó en la ciudad de Lima-Perú, pero la limitación es muy ostentosa y para ello se hizo necesario la restricción. Primero, se tuvo que conocer quiénes son los *millennials* y qué se quería analizar. Entonces, la investigación se enfocó en personas que hablaban quechua, y que, con el pasar de los años, lo han reemplazado por el castellano; ya sea por cambiar de ciudad, porque sus padres le enseñaron castellano, entre otras presunciones.

Se recogió información sobre el distrito a estudiar y esta documentación permitió seleccionar según criterio, cinco establecimientos humanos. El distrito con mayor migrantes, también es el que tiene mayor cantidad de habitantes. En el último censo realizado en el 2007, se contaron 108 establecimientos humanos. INEI (2007). De los cuales, solo se escogió a cinco, ya que se conoce a personas que residen en estas urbanizaciones. De esta manera, permitió tener mayor accesibilidad a sus informantes clave. El lugar que fue estudiado es: La urbanización Virgen de las Mercedes.

Para realizar la delimitación de edad, se utilizó el libro “La generación *app*”, de Gardner y Davis, (2014). Donde indica que son llamados *millennials* a todo aquel que ha nacido entre 1980 y 2000. Es por ello que para esta investigación se escogió solo a jóvenes que han nacido entre 1990 y 1994, esto comprende un

rango de edad, de 24 a 28 años. Según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (APEIM), el nivel socioeconómico que más prevalece en el distrito de San Juan de Lurigancho, son las personas que tienen un nivel socioeconómico “C”. Hombres y mujeres, que estén pendiente de la tecnología y redes sociales.

De esta manera, teniendo expuestos los criterios del por qué se utilizó esta población, se expone lo siguiente; jóvenes de ambos sexos (hombre y mujer), que han nacido entre 1990 y 1994, en un rango de edad de 24 a 28 años, que vivan en los asentamientos humanos, la urbanización Virgen de las Mercedes; en el distrito de San Juan de Lurigancho, será la población para investigar y de donde se tendrá la información necesaria para realizar el estudio. La selección se tomó a partir de lo que grafica Sampieri en su libro Metodología de investigación (2014), (adaptado por Johnson y Christensen 2012). Y que se presenta a partir de la siguiente figura donde señala la población adecuada para cada tipo de investigación cualitativa con respecto a su enfoque de estudio.

Figura 2. Tipos de estudio para determinar la cantidad de informantes claves
[Según Sampieri, (adaptado por Johnson y Christensen 2012)].
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Por otro lado, las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos utilizadas fueron las entrevistas que se realizaron a los informantes clave. Las mismas tuvieron un diseño semiestructuradas, se basaron en una guía de preguntas, además que permitió al entrevistador la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información sobre los temas deseados; para ser más descriptivo con la información obtenida, para lograrlo se utilizó una grabadora de audio, lo que favoreció la recolección de datos de manera fidedigna y así no crear confusión, ni ruido al momento que se transcribiera la grabación. Se obtuvo una redacción limpia de lo que expresó cada informante clave, de esta manera, teniendo como sustento el aporte de Sampieri quien clasificó las entrevistas de dos maneras: entrevistas de tipo Grinnell y entrevistas de Mertens. Para este trabajo de investigación, se utilizó la segunda clasificación. Según Mertens (2005), las entrevistas se clasifican en cinco tipos de preguntas: 1. De opinión. 2. De expresión de sentimiento. 3. De conocimiento. 4. Sensitivas. 5. De antecedentes.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron fueron de acuerdo con el enfoque cualitativo y diseño etnográfico. La recolección de datos varía de acuerdo con el enfoque que tiene cada estudio. Es por ello, que, al tratarse de seres humanos, los datos que se matizaron y recogieron fueron conceptos, percepciones, imágenes, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas a través del lenguaje de los participantes. Mostradas individual, grupal o colectivamente. La finalidad de esta recolección de información fue analizarlos y comprenderlos. De esta manera, se logró responder a las preguntas de la investigación y originar conocimiento, como lo indica Sampieri, Fernández y Baptista (2014) en su libro Metodología de la Investigación.

El tiempo que dure la entrevista no tiene un tiempo exacto. Algunas preguntas pueden durar más y otras menos. Es de acuerdo con el entrevistador e incluso pueden realizarse en varias ocasiones. También, es importante señalar que, al no regirse a un orden, este tipo de entrevistas son más amigables, ya que al momento de empezar el diálogo, pueden aparecer nuevas interrogantes y la conversación se vuelve más amical. Además, el ritmo en que se realiza las entrevistas es de acuerdo a ambos personajes, el entrevistado y entrevistador. Las dos personas tienen que ir en la misma dirección.

El tipo de diseño Etnográfico se utiliza para analizar y estudiar una determinada sociedad, grupo y cultura. Donde la principal razón es conocer a profundidad dicho lugar, la manera en que se relacionan, cómo viven, qué estilo de vida tienen, qué costumbres tienen y qué actividades realizan, además, describir todo

lo que suceda entre los integrantes de dicha sociedad. Sampieri (2014), cita a Caines (2010) y Álvarez-Gayou (2003), donde ambos actores explican la definición de un diseño etnográfico.

El propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas de un sitio, estrato o contexto determinado hacen usualmente (se analiza a los participantes en “acción”), así como los significados que le dan a ese comportamiento realizado en circunstancias comunes o especiales, y finalmente, presenta los resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural. (Sampieri, 2014).

Para realizar este estudio con un diseño etnográfico, se especificarán algunas preguntas que ayuden a realizar y comprender la problemática. En este sentido, el cuestionario es el pilar de las entrevistas, es por ello, que al momento de formular las preguntas se debe pensar que cada respuesta no debe limitarse, sino que permita analizar e interpretar y comprender una sociedad. Es por ello, que se plantearon algunas que se consideraron de gran utilidad y aporte para recoger la información necesaria, entre las que destacan: ¿Qué cualidades posee el grupo o comunidad que lo distinguen de otros? ¿Qué lenguaje utilizan? ¿Qué hábitos tienen? ¿Qué creencias comparten? ¿Qué rasgos los caracterizan? ¿Qué patrones de conducta muestran? ¿Cuáles son sus condiciones de vida, costumbres, mitos y ritos?

Cuando se habla de un análisis de datos cualitativos, no hay una estructura a seguir, como sí lo hay en una cuantitativa. Un enfoque cualitativo, se va estructurando de acuerdo con la información recogida. Se realiza un análisis minucioso, y como es en este caso, cada vez se extraía una información emergente. En el caso de las preguntas, como se explicó, no todas fueron impresas en una hoja bond, porque algunas salieron en el momento de la entrevista. Es así, como se ve reflejado lo expuesto en esta sección, porque en un análisis de datos cualitativo, siempre la información es cambiante y cada vez se extrae nuevos análisis, como sucedió con la presente investigación.

El análisis de datos del enfoque cualitativo que tiene el presente estudio se inició con la recolección de datos, mediante las técnicas de observación y entrevistas, además, de los correspondientes instrumentos. Después, fue necesario revisar toda la información recogida y así se logró tener una idea de cómo estructurar los testimonios expuestos por los informantes clave.

Luego de revisar la información obtenida, se organizó en unas matrices que fueron diseñadas para tal fin, es aquí donde se comenzó a tener más claro cuál es

la dirección que va a tener el estudio y cómo se iba a organizar. Es importante mencionar que se transcribió todo lo que se grabó e igualmente se deseó información que no se consideró provechosa para la investigación. Así, las grabaciones de voz estuvieron limpias para iniciar el estudio. De igual forma, sucedió con las imágenes de la cámara fotográfica. Se seleccionó las fotos necesarias, las que generaron una interpretación de un hecho o las que sirvieron para describir a los informantes clave. Es así que, después de detallar todos los pasos del análisis de datos, se logró el estudio y se obtuvo una mejor comprensión de la problemática.

Matriz 1

CARACTERÍSTICAS E INFORMACIÓN OBTENIDA DE LAS ENTREVISTAS

Informante	Incidente	Propiedades
I.1	Estaba tranquila, sentada junto a su hija afuera de su casa. Por momentos no entendía las preguntas y la investigadora le tenía que explicar las preguntas. La investigadora le explicó lo que significa ser un <i>millennials</i> . Actitud alegre, por encontrar a una persona que se interesa por el idioma quechua.	-El parecido del idioma aimara con el quechua. La semejanza es bastante, por lo que es difícil reconocer uno del otro. -La discriminación con las personas que hablan quechua. -Sí desea aprender el quechua y compartirlo.
I.2	Actitud tranquila. No existió la necesidad de explicar las preguntas. Fluidez a la hora de responder las preguntas. Muy atenta y colaboradora al momento de la entrevista.	-Aprender un idioma aborigen del Perú, antes que uno extranjero. -No es rentable promocionar un curso online del quechua. -Discriminación con personas que hablan quechua. -Sí desea aprender el quechua y compartirlo.
I.3	Nerviosa, porque no se sentía capacitada para responder las preguntas. Una actitud risueña.	
I.4	Actitud risueña. Al principio nerviosa. Se arreglaba a cada momento el cabello. Se le tuvo que explicar algunas preguntas. Se le aclaró lo que significa ser un <i>millennials</i> .	-El internet, ni las redes sociales ayuda a la difusión del quechua. -Sí desea aprender el quechua y compartirlo.
I.5	No entendía las preguntas, se le tuvo que explicar varias interrogantes. Tenía una actitud distraída. No sabía que responder. Respuestas cerradas.	-En el internet, ni redes sociales, hay publicidad relacionada al quechua. -Sí desea aprender el quechua y compartirlo.
I.6	Serio y con una actitud que domina el tema. Muy expresivo al momento de responder las preguntas.	-Su hijo que estudia en jardín, le hicieron comprar un libro donde la mitad era en quechua y la otra en castellano. -No desea aprender el quechua. -En la universidad Mayor de San Marcos su primo estudió quechua.

Matriz 1 (Cont.)

Informante	Incidente	Propiedades
I.7	Seria. Domina el tema. Sus respuestas son abiertas.	-Su amiga que vino de provincia, tuvo que aprender castellano para poder comunicarse, desde entonces, no volvió a utilizar el quechua para comunicarse. Solo cuando habla con sus padres. -La vergüenza que se siente cuando se habla quechua y la sociedad te mira raro.
I.8	Risueña. Nerviosa, se cambia varias veces el asiento.	-Sí desearía practicar el quechua. -No desea aprender el quechua.
I.9	Seria. Respuestas cerradas. Tranquila al momento de responder.	-Sí desea hablar y practicar el quechua. -No es rentable y por ende no hay publicidad del quechua.
I.10	Amable. Domina el tema. Respuestas abiertas. Seria y tranquila.	-Los padres deberían inculcar desde niños el idioma quechua.

Fuente: elaboración propia, 2018.

Para esta investigación cualitativa, el tipo de matriz diseñada y que se empleó fue dividida en tres columnas: informantes, incidentes y propiedades, esta tuvo como objetivo, resaltar las menciones más relevantes de los informantes clave. En los incidentes, se colocaron las características de cada entrevistado. Sobre todo, las actitudes que mostraron frente a la entrevista. En la siguiente columna, propiedad, se resaltó las frases que ayudaron a resolver la problemática de la investigación. De esta manera, permitió a la investigación estructurar mejor cada testimonio y ordenar las ideas expuestas por cada informante clave.

El tratamiento de una investigación cualitativa, siempre será desde la perspectiva del investigador, ya que es quien sabrá entender y llegar a una conclusión a partir de lo expresado por sus informantes clave. Así, lo explica Baptista (2014), donde indica que un estudio cualitativo es aquel donde la riqueza interpretativa, a partir de anécdotas, experiencias de convivencia y expresadas por el informante clave, es el punto importante de una investigación. La cual es esencial para conocer los resultados de la problemática.

Tomando en cuenta la importancia de la validez y confiabilidad, se consideró importante plantearla desde una triangulación de técnicas e instrumentos y pueda ser más clara la descripción de los resultados. Además, que

ayudará a conocer la credibilidad de la solución. “Es la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos, métodos de investigación, en el estudio de un fenómeno singular.” Denzin (1970). Una triangulación varía de acuerdo con el tipo de investigación. El estudio al tener un enfoque cualitativo se relaciona más con una triangulación entre métodos.

Figura 3. Triangulación de Técnicas e instrumentos.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Una triangulación, permite conocer mejor los *ítems* de una problemática y examinar las formas en que se están relacionando. Como se observa en la imagen, el ítem entrevista está al frente del ítem cuestionario y el ítem de observación al frente del ítem evidencia física. Ambas están relacionadas en diagonal, ya que al cruzarse darán un mismo resultado, a pesar de que sus instrumentos y técnicas sean diferentes. En el centro se encuentra la opción resultados. Ya que al momento en que ambos instrumentos y técnicas se crucen, las conclusiones que se obtendrán por parte de los distintos informantes clave coincidirán, asumiéndolas desde la triangulación la validez y confiabilidad que se utilizó para la investigación.

RESULTADOS

En la siguiente sección se mostrarán los resultados obtenidos en esta investigación cualitativa; la cual se orientó en entrevistar a 10 informantes clave, ubicados en la urbanización Virgen de las Mercedes, en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima-Perú. Los resultados demostraron la opinión que tienen los *millennials* respecto al idioma quechua, disipando así la interrogante del problema; ¿Cuáles son los factores que influyen en los *millennials* para menoscabar al idioma quechua y prescindir su práctica?

La manera en que se expusieron los resultados fue a través de matrices y figuras, las cuales ayudaron a tener una representación más explícita de la investigación. En algunos casos, por cada informante clave, algunas preguntas pudieron variar de acuerdo con sus respuestas. Es importante indicar, que las preguntas analizadas, estuvieron de acuerdo con la perspectiva de la investigación. Si bien se realizó más de 10 preguntas, en algunos casos no se logró completar el cuestionario, porque algunos informantes, no tuvieron información relevante y solo se optó por preguntar lo que se consideró más relevante e importante para el presente estudio. Es así, que solo se escogerá algunas preguntas por su relevancia y pertinencia, ya que, a partir de ellas, se logrará establecer el análisis y conclusión.

Matriz 2

¿QUÉ OPINA SOBRE LA PÉRDIDA DE INTERÉS QUE TIENEN LOS MILLENNIALS, POR APRENDER Y PRACTICAR EL QUECHUA?

Entrevistado	Información citada	Palabras clave
Informante clave 1	"Es dependiendo a la familia. A veces los padres no le toman importancia al idioma quechua y no enseñan a sus hijos. Ahora nadie se interesa por el quechua. Todos quieren aprender otros idioma, el inglés, por ejemplo".	<ul style="list-style-type: none">• Familia.• Quechua.• Padres.• Desinterés.• Inglés.
Informante clave 2	"Está mal, porque se debería aprender alguna lengua de nuestro país, incluso antes de aprender una lengua extranjera, porque ayuda a mantener la cultura peruana y conocer nuestros orígenes".	<ul style="list-style-type: none">• Lengua extranjera.• Cultura peruana.
Informante clave 3	"Con el tiempo se ha dejado el quechua, porque ahora el idioma que predomina, es el inglés"	<ul style="list-style-type: none">• Quechua.• Inglés.

Matriz 2 (Cont.)

Entrevistado	Información citada	Palabras clave
Informante clave 4	"Está mal, deberíamos fomentar lo nuestro, el quechua. En los colegios también se debería implementar el quechua, así como el inglés. Así, se podría conocer más sobre nuestra lengua".	<ul style="list-style-type: none"> • Quechua. • Colegios. • Inglés.
Informante clave 5	"Más que todo es por cultura. Nos hemos acostumbrado al idioma español, un derivado del castellano. Nuestro idioma original es el quechua, ya que viene de la época del pre incas, incas. En mi opinión, el Estado debería difundir cursos o por canales de tv, como es Perú tv. Fomentar sobre este bello idioma que es el quechua es importante, para que no se pierda. Además, en las universidades también se debería enseñar".	<ul style="list-style-type: none"> • Cultura. • Castellano. • Quechua. • Incas. • Estado. • Universidad.
Informante clave 6	"Es por la necesidad. En Lima no se habla el quechua, entonces se ha formado como costumbre comunicarse en castellano".	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad. • Lima. • Castellano.
Informante clave 7	"Para la mayoría no es importante ya que normalmente los medios de comunicación, la televisión, el internet, la radio, el periódico, en general, en casi todo el Perú, la lengua que predomina es el castellano y no es importante el idioma quechua".	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de comunicación. • Perú. • Castellano. • Quechua.
Informante clave 8	"Es una pena, porque el quechua es una lengua que tuvo mucha importancia en la época de los Incas y que ahora se esté perdiendo, es triste. Además, que no hay iniciativa por parte del estado por incentivar a la juventud y a los niños por aprender y practicarlo".	<ul style="list-style-type: none"> • Quechua. • Incas. • Estado. • Juventud. • Niños. • Aprender.

Fuente: elaboración propia, 2018.

Ante lo expuesto se evidencia una difícil reacción en la actitud de los *millennials*. Todos han coincidido en que "está mal", "es triste" ver cómo una lengua con tanto significado para los peruanos se está perdiendo con los años. Además, señalan que influyen mucho los padres en este aspecto. Ya que la mayoría de ellos son de la sierra y tienen como lengua nativa al quechua. Indican que si los padres enseñasen a sus hijos el idioma quechua, los niños crecerían aprendiendo dos lenguas: quechua y castellano.

Otra de las respuestas sobresalientes, y en la que más de uno coincidió, es que se debería aprender una lengua aborigen del Perú. En este caso, el quechua, ya que es la más significativa, aprender un idioma nativo, antes que un idioma extranjero. En este contexto, los *millennials*, también indican que el inglés es el idioma que ha ganado mayor importancia en la actualidad. Todos desean aprender inglés, porque te abre más oportunidades en la vida laboral. A diferencia del quechua.

En la información proporcionada, los *millennials* han adicionado a sus respuestas algunas soluciones. La mayoría indicó, que para que se pueda hacer una costumbre el practicar y hablar el quechua, se debería implementar un curso del idioma en los colegios, así como lo hay del inglés, para que de esta manera no sea tan indiferente a la sociedad, de igual forma, en las universidades. Otra solución que consideraron fue respecto al canal TV Perú, ya que es una herramienta que tiene el Estado y que debería ser utilizada para poder difundir el idioma quechua.

Matriz 3

¿CREE QUE LAS REDES SOCIALES, NOS MUESTRAN UN MUNDO
NUEVO Y NOS HACE OLVIDAR LO NUESTRO? ¿POR QUÉ?

Entrevistado	Información citada	Palabras clave
Informante clave 2	"Sí, porque todo en las redes sociales, la mayoría está en inglés. Aunque en una forma de ayuda, porque los vídeos en YouTube te puede hacer ver historia y tal vez aprender un poco sobre nuestros orígenes, pero no es lo mismo".	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociales.• YouTube.• Historia.
Informante clave 3	"Sí, porque ahora todo es con tecnología y esto se relaciona con lenguas extranjeras. En las redes sociales se ve más publicidad de idiomas extranjeras, no del quechua".	<ul style="list-style-type: none">• Tecnología.• Lenguas extranjeras.• Redes Sociales.• Quechua.• Publicidad.
Informante clave 4	"Nada, todo lo contrario. Ahora toda la publicidad es para otros idiomas. Hasta en las redes sociales, la mayoría es en inglés o francés, pero del quechua no se ve nada. Hasta hay página en inglés".	<ul style="list-style-type: none">• Publicidad.• Redes Sociales• Idiomas.• Quechua.

Matriz 3 (Cont.)

Entrevistado	Información citada	Palabras clave
Informante clave 5	"Sí, porque a través de las redes sociales podría enterarme si hay cursos de quechua, pero la forma en que se utiliza las redes sociales, no dan oportunidad para promocionar al idioma quechua, pero sería una buena herramienta para difundirlo. Ojalá algún día se puede difundir".	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales. • Quechua.
Informante clave 6	"No, porque no he visto alguna publicad en alguna red social, todo lo contrario, hay de otros idiomas. En el colegio de mi hijo, la profesora mandó a comprar a todos, un libro donde la mitad era en quechua y la otra en castellano. Esta es una buena manera para incentivar el quechua y además que los pequeños se puedan relacionar con el idioma y conocerlo".	<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad. • Red social. • Idiomas. • Castellano. • Quechua.
Informante clave 8	Todo lo contrario, ya que en las redes sociales, solo se ve publicidad de instituto que enseñan lenguas extranjeras. Debería de existir, al igual que hay del inglés, páginas donde te dicen frases en otro idioma. Así, debería de existir con el quechua, para poder aprender aunque sea algunas palabras.	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales. • Lenguas extranjeras. • Inglés. • Quechua.

Fuente: elaboración propia, 2018.

La mayoría indicó que sí, salvo dos personas que dijeron lo contrario. Referido a la primera premisa, los *millennials*, indican que, en las redes sociales, por ejemplo, en *Facebook* solo te brinda la opción para poner en idioma inglés la aplicación. En las redes sociales, todo está en castellano e inglés. Incluso, si tienes *Instagram*, todo está en inglés. La publicidad de estas aplicaciones, por lo general refieren a casas de estudio donde enseñan inglés o francés, pero no se observa nada referido al quechua. Se podría decir que en las redes sociales no existe el idioma quechua.

Las redes sociales viven de publicidad, entonces una de las soluciones que brindaron los *millennials*, es que sería una buena opción invertir en publicidad, para así incentivar a las personas a que se interesen por el quechua. Que se diseñen páginas en quechua, donde incentiven a practicarlo Al igual que existe con el inglés. Otra alternativa sería crear páginas donde enseñen pequeñas frases que pueden ayudar a comunicarse.

Los demás informantes señalaron que sí ayudaba. Ellos indicaron que, por medio de YouTube, podría observar vídeos del quechua donde le enseñarían sobre la historia y así conocer lo nuestro. Aceptan, que no hay mucha información o motivación, pero al igual que hay cursos de idiomas extranjeros por YouTube, podría existir uno del quechua.

CONCLUSIÓN Y DISCUSIÓN

Para la realización del presente estudio de investigación se observaron limitaciones no solo en información, sino también geográficas. Cuando se refiere a información, se hace hincapié a los insuficientes documentos que se encontraron sobre el distrito de San Juan de Lurigancho, respecto a cuántos migrantes han venido desde provincia a Lima y que se han ubicado en ese lugar. Asimismo, conocer cuántas personas hablan quechua en el distrito en mención. Si bien se encontraron trabajos académicos, no se hallaba la información exacta.

Al culminar de analizar las entrevistas y teniendo los documentos que sirvieron para respaldar la investigación, se concluyó con una nueva información a partir del estudio realizado en el distrito de San Juan de Lurigancho para entender mejor la nueva información que se obtuvo, comenzando con el concepto que se tiene de los *millennial*. Las respuestas han evidenciado muchas diferencias con la definición que se entiende por *millennials*, es importante hacer esta mención, ya que como se sabe un *millennials*, siempre quiere estar a la vanguardia y nunca quiere estar por detrás de alguien o algo. Siempre junto a las nuevas tecnologías.

Lo que se ha podido verificar a través de este estudio, son las respuestas de los *millennials*, ya que todos, a excepción de dos, han aceptado el querer practicar el idioma quechua. Se sabe que el quechua es un idioma antiguo y por su falta de práctica está casi en extinción. Por tanto, un primer resultado final es que, los *millennials* ubicados en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima-Perú, desean practicar el quechua, estudiar y poder conocer más sobre su lengua autóctona.

Asimismo, se evidenció que todos los informantes a excepción de dos, expresaban su cariño por el idioma. “Es un bello idioma”, “es hermoso”, “te puedes comunicar con las personas de los pueblos”... Escuchar frases como estas, es satisfactorio, porque al inicio de la investigación, se pensó que ninguno desearía practicar el quechua, ya que en la actualidad no hay oportunidades para poner aprenderlo.

En tal sentido, los jóvenes de la generación Y, saben y reconocen que el quechua es su primera lengua y que fue arrebatada con la llegada de los españoles. Es por ello, que en sus respuestas expresan pena, porque fue la primera lengua utilizada por los ancestros y porque se peleó tanto en la época de los Incas por prevalecer, y, sobre todo, porque actualmente sea motivo de vergüenza y hasta discriminación comunicarse utilizándola.

Hasta el momento se tienen dos premisas ante la solución del problema: La discriminación y la vergüenza. Ahora bien, esta se relacionó con la pregunta: ¿El internet ha favorecido la práctica del idioma quechua?, ocho de los informantes clave respondieron que no, a diferencia de dos, los cuales mencionaron que sí favorecía. Al expresar que no favorece, los informantes clave han indicado que el internet ha traído cosas buenas y malas. Se puede encontrar muchas cosas en la web, pero si buscas contenido referido al quechua, solo encuentras historia de una lengua, pero no hay nada más. No hay técnicas para aprender el quechua, palabras en quechua, sitios web para generar un aprendizaje o algún traductor web donde se puede practicar el idioma. No hay absolutamente algo parecido para poder ponerlo práctica. A diferencia de los demás idiomas, donde se encuentra un sinnúmero de páginas que brindan *tips*, consejos, o lecciones en otros idiomas.

En la actualidad, los *millennials*, por sus propios méritos, podrían acercarse a una casa de estudio y poder practicar. Entonces, el problema ya no es la intención, sino la presión de la sociedad. La discriminación que se da a las personas que emplean el quechua. No habrá una reacción agresiva, pero con el solo hecho de miradas raras y burlas, es un tipo de

discriminación, generando vergüenza en los jóvenes interesados en querer practicar el quechua, porque ninguna persona desea pasar un mal momento en un espacio público.

Según un estudio publicado por ManpowerGroup en el 2016 en el diario Gestión, refiere que el Millennials, si bien es cierto son las personas nacidas en la generación Y, se caracterizan por ser cambiantes y tener trabajos *freelance*, lo cual pone en duda el perfil que se tenía hasta entonces sobre los *millennials*. Se explica que, a través de esta investigación, el resultado dio que la mayoría de las personas pertenecientes a la generación Y, son jóvenes que se están volviendo adictos al trabajo, muy contradictorio a lo que se tenía como perfil de un *millennial*. El estudio detalla, que los jóvenes se han podido sentir como mártires del trabajo y desean sentirse irremplazables. Uno de los conceptos que se extrae, es que los jóvenes quieren complacer en todo a sus jefes, sentirse muy útiles en la empresa, que, si en alguna ocasión ellos faltan, la empresa no pueda seguir sin ellos.

Al analizar las respuestas de los informantes clave y por lo explicado hasta el momento, influyen tres cosas: la enseñanza en casa, la presión de la sociedad y la falta de publicidad. De esta manera, se puede concluir dando respuesta a la problemática del estudio ¿cuáles son los factores que influyen en los *millennials* para menoscabar al idioma quechua y prescindir su práctica en el distrito de San Juan de Lurigancho, Lima - Perú?

Se desea lograr un cambio en la sociedad, un cambio respecto al concepto que tienen muchas personas con el idioma quechua y la forma en que lo relacionan con la pobreza, racismo, entre otros. De igual forma, se espera que el presente estudio, pueda ayudar a futuras investigaciones que estén relacionados con el problema o con las principales variables del estudio: *millennials* y quechua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Monzoncillo, J. M., & Haro, G. de. (2017). Millennials. La generación emprendedora (Ed. rev.). Recuperado de http://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2018/04/Millennials_lageneracionemprendedora.pdf
- Denzin, N. (1970): Métodos sociológicos: La triangulación como estrategia en investigación. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Gardner H. y Davis K. (2014). La generación APP Buenos Aires: Paidós. Disponible en: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-owardGardnerYKatieDavisLaGeneracionAPP-5436831.pdf>
- Hernández S., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill education
- Hernández, J., Mirabal, K., Otálvora, J., & Uzcátegui, M. (2014). Población, Muestra, Informantes Clave, Variable y de unidad de análisis. Recuperado de: <file:///C:/Users/USER1/Downloads/poblacinmuestrainformantesclavevariableunidaddeanlisis-141031210523-conversion-gate01.pdf>
- Hornberger, N. H., & King, K. A. (1998). Authenticity and Unification in Quechua Language Planning. *Language, Culture and Curriculum*, 11 (3), 390-410. <http://dx.doi.org/10.1080/07908319808666564>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2017). Recuperado de: <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0944/cap04.pdf>
- Manpower group (2016). Las carreras de los Millennials: visión 2020 Datos, cifras y consejos prácticos de los expertos en recursos humanos. Disponible en: <https://www.manpower.com.pe/mpintranet/publicaciones/4126-2439610693189.pdf>
- Medina, C. (2017). Los *millennials* su forma de vida y el *streaming*. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=shib&db=fua&AN=121727410&lang=es&site=ehost-live&custid=s4509042>
- Mertens, D. (2005). Investigación y evaluación en educación y psicología: integración de la diversidad con métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos. Thousand Oaks: Sage.