

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



TESIS

*Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso
de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda
década del siglo XXI*

(Para optar el título profesional de Licenciada en Periodismo)

PRESENTADO POR:

Cristina Alejandra Reyes Caballero

ASESOR:

Víctor Zenón Cumpa Gonzáles

LIMA – PERÚ

2024

**INFORME DE SIMILITUD DE LA
TESIS DE CRISTINA ALEJANDRA REYES CABALLERO**

| INFORME | |
|--|---|
| Título de la tesis | Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI |
| Autor/a del trabajo de investigación (tesis) | Cristina Alejandra Reyes Caballero DNI: 72624203 |
| Asesor/a | Nombres y apellidos: Víctor Zenón Cumpa Gonzales ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8838-9038 D.N.I: 07956599 |
| Grado/Título para obtener | Título profesional de Licenciado en Periodismo |
| Fecha de la aplicación del software Turnitin | 28 de noviembre de 2023 |
| Índice de similitud | 19 % |
| Máximo permitido por la EPP de la UJBM | 25 % |
| Responsable de la aplicación del Turnitin | Mg. Prisea Giorgina Vilchez Samanez |

| Ausencia_de_contenidos_culturales_en_el_periodismo_imp... segunda década del siglo XXI | | | |
|---|--|----------------------------|--------------------------------------|
| INFORME DE ORIGINALIDAD | | | |
| 19% INDICE DE SIMILITUD | 19% FUENTES DE INTERNET | 2% PUBLICACIONES | 5% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |
| FUENTES PRIMARIAS | | | |
| 1 | www.muyhistoria.es Fuente de Internet | | 1 % |
| 2 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | | 1 % |
| 3 | hdl.handle.net Fuente de Internet | | 1 % |
| 4 | cdn.www.gob.pe Fuente de Internet | | 1 % |
| 5 | repositorio.udesa.edu.ar Fuente de Internet | | 1 % |
| 6 | www.casadelaliteratura.gob.pe Fuente de Internet | | 1 % |
| 7 | es.wikipedia.org Fuente de Internet | | 1 % |
| 8 | es.scribd.com Fuente de Internet | | 1 % |

Nota: Ver informe de similitud completo

Lima, 19 de julio del 2024



Prisea G. Vilchez Samanez
Jefe de Vigilancia de Originalidad del
Instituto de Investigación de la UJBM

DEDICATORIA

A mi mamá Monica Caballero, por su amor y confianza;
a mi abuela Laura Malaver, por su apoyo incondicional,
a mi abuelo, Luis Caballero, por estar siempre conmigo
a donde quiera que vaya, y a Zoom y Milky, por su
compañía; finalmente, a mis amigos, por darme ánimos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las personas que me apoyaron en la elaboración de esta investigación, a los profesionales entrevistados: Mariana Gálvez, Roy Quispe, Michael Magán y Cynthia Bravo por su disposición y buenos deseos.

Al Maestro Christian Schunke y Segundo Serrato que se dieron el tiempo de evaluar mi instrumento de validación para la investigación.

Índice

| | |
|--|------------|
| Resumen | 6 |
| Abstract | 7 |
| Introducción | 8 |
| CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 10 |
| 1.1 Descripción del problema | 10 |
| 1.2 Formulación del problema..... | 12 |
| 1.2.1 Problema General | 12 |
| 1.2.2 Problemas Específicos | 12 |
| 1.3 Objetivos de la investigación..... | 13 |
| 1.3.1 Objetivo General | 13 |
| 1.3.2 Objetivos Específicos..... | 13 |
| 1.4 Justificación de la investigación..... | 14 |
| 1.4.1 Teórica..... | 14 |
| 1.4.3 Práctica..... | 17 |
| 1.5 Delimitación de la investigación | 18 |
| 1.5.1 Espacial | 18 |
| 1.5.2 Social..... | 19 |
| 1.5.3 Temporal | 19 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 20 |
| 2.1 Marco histórico | 20 |
| 2.1.1 Reseña histórica del periodismo | 20 |
| 2.1.2 Aparición del periodismo cultural | 37 |
| 2.1.3 Presencia del periodismo cultural en los diarios europeos..... | 41 |
| 2.1.4 Presencia del periodismo cultural en los diarios estadounidenses y latinoamericanos | 47 |
| 2.1.5 El periodismo cultural en el Perú | 64 |
| 2.2 Antecedentes de la investigación | 74 |
| 2.2.1 Nacional..... | 74 |
| 2.2.2 Internacional | 78 |
| 2.3 Bases teóricas | 81 |
| 2.3.1 Ausencia de contenidos culturales | 81 |
| 2.3.2 Periodismo impreso en Lima Metropolitana..... | 101 |

| | |
|---|------------|
| 2.4 Definición de términos básicos | 110 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 113 |
| 3.1 Las categorías..... | 113 |
| 3.2 Métodos de investigación | 116 |
| 3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación. | 116 |
| 3.3.1 Tipo de investigación..... | 117 |
| 3.3.2 Nivel de investigación..... | 117 |
| 3.3.3 Diseño de investigación | 118 |
| 3.4 Población y muestra..... | 118 |
| 3.4.1 Población | 118 |
| 3.4.2 Muestra | 118 |
| 3.4.3 Muestreo..... | 119 |
| 3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos..... | 119 |
| 3.5.1 Técnicas | 119 |
| 3.5.2 Instrumentos (confiabilidad y validez) | 119 |
| 3.6 Técnicas de procesamiento de datos | 120 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS | 121 |
| 4.1 Análisis de los diarios impresos | 121 |
| 4.2 Resultados por edición revisada de los 3 diarios analizados..... | 122 |
| CAPÍTULO V: DISCUSIÓN | 208 |
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 213 |
| 6.1 Conclusiones..... | 213 |
| 6.2 Recomendaciones | 214 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 217 |
| ANEXOS..... | 223 |
| Anexo 1- Matriz de consistencia..... | 223 |
| Anexo 2 – Instrumento de recolección de datos – Ficha de observación..... | 224 |
| Anexo 3 - Instrumento de recolección de datos - Cuestionario | 225 |
| Anexo 4 - Matriz de operacionalización de variables categoriales | 228 |
| Anexo 5 - Fichas de validación del instrumento | 229 |

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI. El estudio comprende los años 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020, enfocados en el mes de junio, y están bajo las dimensiones: manifestaciones culturales, suplementos culturales, géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales y alcance informativo.

El método de investigación utilizado es cualitativo, de tipo descriptivo. Se emplea la técnica de entrevista y el cuestionario como instrumento de recolección de datos. Estos son acompañados por el análisis de contenido y la triangulación informativa como técnica de procesamiento de datos. La población son los expertos en el ámbito cultural y relacionado al periodismo, la muestra elegida son 5 entrevistados con amplio conocimiento del estudio.

Los resultados obtenidos en la investigación arrojan una desinformación cultural originada por los medios impresos, que tienen una clara preferencia por otras noticias que son más populares, falta de personas especializadas en el rubro y ausencia de espacios para nuevas propuestas culturales.

Las conclusiones determinan que existe una ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en relación a manifestaciones culturales, suplementos culturales, géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales y alcance informativo.

Palabras claves: Ausencia, contenidos culturales, periodismo, periodismo impreso, siglo XXI, Lima Metropolitana.

Abstract

The main objective of this research work is to analyze the absence of cultural content in print journalism in Metropolitan Lima during the second decade of the 21st century. The study covers the years 2010, 2011, 2012, 2013, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 and 2020, focused in June, and are under the dimensions: cultural manifestations, cultural supplements, journalistic genres in the treatment of cultural issues and informative scope.

The research method used is qualitative, descriptive. The interview technique and questionnaire are used as a data collection tool. These are accompanied by content analysis and informational triangulation as a data processing technique. The population are experts in the cultural field and related to journalism, the sample chosen are 5 interviewed with extensive knowledge of the study.

The results of the research show a cultural disinformation caused by the print media, which have a clear preference for other news that are more popular, lack of people specialized in the field and lack of spaces for new cultural proposals.

The conclusions determine that there is an absence of cultural content in the print journalism of Metropolitan Lima in relation to cultural manifestations, cultural supplements, journalistic genres in the treatment of cultural issues and informative scope.

Keywords: Absence, cultural content, journalism, print journalism, 21st century, Metropolitan Lima.

Introducción

El periodismo es una actividad que consiste en recopilar información sobre algún hecho específico para luego crear algún producto que pueda ser publicado en algún medio de comunicación. Es la actividad que se basa en la recolección, interpretación, tratamiento y divulgación de información mediante los medios de comunicación escritos, orales, visuales o gráficos.

Entretanto, se puede definir como cultura al conjunto de características y conocimientos particulares de un grupo de personas que comparten lenguaje, religión, gastronomía, hábitos, música, arte, entre otros. En otras palabras, cultura es normas, valores y creencias, pero, también es el baile, la música, la televisión, los libros, la ropa, entre otros.

Por lo tanto, el periodismo cultural es la manera de divulgar y percibir los productos culturales de la sociedad mediante los medios de comunicación. Sin embargo, aún hay mucha materia por explorar debido a que se cree que cuando se habla de periodismo cultural solo se refieren a las bellas artes, corrientes de pensamiento, ciencias sociales y humanas, pero dejan de lado la “cultura popular” que va más allá de canciones o bailes, sino se enfoca en la producción, creación y circulación de estos productos.

En los últimos años, hubo muchos estudios y juntas de expertos para evaluar la presencia del periodismo cultural y su relevancia en la sociedad debido a los cambios que pasaban por la época y el crecimiento de las redes sociales y plataformas digitales.

En consecuencia, nace la interrogante del por qué la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI, en esta investigación se desarrollará el análisis de la pregunta y la concepción

de expertos sobre este problema. En virtud de todo ello, la presente investigación comprende lo siguiente:

En el capítulo I, se señala la descripción problemática, la formulación del problema general y los problemas específicos, la presentación del objetivo general y los específicos. También, se muestran las justificaciones teórica, metodológica y práctica, y la delimitación espacial, temporal y social de la investigación.

Durante el capítulo II, se detalla el marco histórico de la investigación, se presentan los antecedentes, tanto nacionales como internacionales. También, se indican las bases teóricas necesarias para el desarrollo, y finalmente, la definición de términos básicos que estarán presentes en toda la investigación.

En el capítulo III, se presenta la metodología aplicada, la población y su muestra que forman parte de la investigación. Además, se detallan los métodos de investigación, las técnicas y los instrumentos utilizados para la recolección de datos.

Dentro del capítulo IV, se encuentra la explicación del cuestionario y ficha de observación. Posteriormente, el análisis de la información recopilada en la observación y la transcripción de las entrevistas.

El capítulo V, refleja la discusión que es la comparación entre los resultados obtenidos bajo el uso de los instrumentos seleccionados y los antecedentes que fueron mencionados en el capítulo II.

En el capítulo VI, se presentan las conclusiones y recomendaciones presentadas por la autora, referentes a la investigación.

Finalmente, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos de la investigación.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

La ausencia de contenidos culturales en medios impresos de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI se presenta en las materias de manifestaciones culturales y expresiones vivas de cultura.

Este fenómeno tiene diversas consecuencias en una sociedad. En primer lugar, lleva a una disminución en la comprensión y apreciación de la diversidad cultural. Sin acceso a contenido cultural, las personas pierden la oportunidad de aprender sobre las tradiciones, valores y costumbres de otros grupos culturales, lo que lleva a la intolerancia y la discriminación.

La identidad Afroperuana es una cuestión cultural poco conocida por lo que la falta de interés resultante de su poca difusión se evidencia en los medios impresos al no aparecer regularmente a pesar de las actividades mensuales que realizan, la falta de espacios para representantes culturales que traten el asunto y la poca información que se maneja en los medios.

Asimismo, ya que es un fenómeno nacional, diversas actividades se realizan fuera de Lima, y la falta de recursos como presupuesto o personal especializado en la cultura afroperuana, hace que no haya quien cubra los hechos o pueda informar de primera mano.

El teatro es concebido como elitista o de la alta sociedad, debido a sus precios y temáticas desarrollada, por lo que los medios impresos se ven limitados al momento de tocar el asunto por la segmentación del público, que es menor al que se interesa por farándula o deporte. También, hay una falta de diversidad en los temas y géneros que se presentan, lo que

produce una poca atracción a un público más amplio y los medios deciden no correr riesgos al hablar de asuntos que son controversiales por temor a las repercusiones sociales y económicas.

La producción musical no está presente en los medios de comunicación debido a las prioridades de contenido: los medios de comunicación tienen una amplia variedad de contenido para cubrir, y la música no es una de sus principales prioridades. En algunos casos, se centran en otros apartados o géneros de contenido que son más relevantes o atractivos para su audiencia. También está la competencia, pues los medios de comunicación compiten por la atención de su audiencia, y no consideran que la inclusión de música sea una forma efectiva de hacerlo.

Lo mismo sucede con las artes visuales, hay una falta de interés o conocimiento sobre el arte visual por parte de los medios de comunicación y el público en general. Esto se debe a una falta de exposición o educación, por lo que el arte visual resulta inaccesible o poco interesante. Asimismo, hay cuestiones en el arte visual que son consideradas polémicas o controvertidas, y los medios de comunicación son reticentes a cubrirlas por temor a ofender a su audiencia o a enfrentar críticas.

La literatura no es un interés común, por lo que percibe un público más reducido y debido a la falta de gestión en la educación enfocada en la comprensión lectora, hay obras literarias que resultan complejas o difíciles de entender para algunos lectores, lo que dificulta su disfrute y limita su popularidad. Además, algunas obras son escritas en un idioma o estilo que no es familiar para ciertos lectores, lo que limita su atractivo y no despierta un interés difusivo para los medios

Asimismo, la industria editorial y el mundo de la literatura a menudo no están tan ligados a la publicidad y el marketing como otros sectores, como la industria del entretenimiento o la tecnología, lo que genera que los medios de comunicación no encuentren incentivos comerciales para cubrir la literatura.

El cine no resulta interesante para todos los públicos, por lo que en la era digital y con el auge de las redes sociales, la presencia del cine en los medios impresos ha disminuido, esto se evidencia al no encontrar más la cartelera de cine o críticas sobre las películas más recientes. Además, el presupuesto y la falta de conocedores sobre cine se han visto reducido por el poco interés sobre el asunto en los medios impresos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la identidad Afroperuana, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?
- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes escénicas, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?
- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción musical, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?

- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes visuales, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?
- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción literaria, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?
- ¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción cinematográfica, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Analizar la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI

1.3.2 Objetivos Específicos

- Examinar la ausencia de contenidos culturales para la identidad Afroperuana, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes escénicas, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción musical, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes visuales, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.

- Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción literaria, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción cinematográfica, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Teórica

La presente investigación se justifica porque en aras de superar el problema de ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI sugiere el planteamiento de la teoría denominada *Desinformación cultural*, propuesta por la autora que consiste en erradicar el problema de que los medios de comunicación impresos prefieren vender y no informar, es decir, buscan cumplir una agenda no sólo informativa sino también económica, por lo que sacan los temas que generen menos como la cultura, y dejan el espectáculo y deportes que son más populares en los peruanos. Este problema será resuelto mediante un análisis de la situación por expertos que, a su vez, propondrán soluciones o aspectos de mejora para solucionar y revertir la situación.

Esta teoría pretende evaluar el problema planteado y sus consecuencias en la sociedad, en su totalidad o parcialidad. Sin embargo, se desarrolla en un ambiente complicada e híbrido en el que los medios, productos y géneros se topan con propósitos creativos que rozan con las áreas de las ‘bellas artes’, ciencias sociales y humanas, las corrientes de pensamientos, la cultura popular y otros aspectos relacionados con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destino.

En comparación con otros asuntos, como los culturales, los espectáculos suelen ser menos controvertidos y menos susceptibles de generar polarización o debate en la opinión pública. Por lo tanto, los medios pueden sentirse más seguros al cubrir noticias relacionadas con el entretenimiento. La farándula se refiere a un conjunto de personas que se dedican a actividades relacionadas con el espectáculo, la música, la televisión, el cine y otros medios de entretenimiento. En general, la farándula se centra en la promoción de la imagen pública y la popularidad de las personas involucradas en estas actividades, a menudo a través de los medios de comunicación y las redes sociales, por lo que al presentar mi teoría *Desinformación cultural*, planeo evidenciar la falta de contenidos culturales en los medios impresos y la preferencia de estos por noticias amarillistas.

Los medios de comunicación, en especial los medios impresos, tienen el poder de influir en la vida de los usuarios, debido que, al mantenerlos informados, se construye una relación de unidireccionalidad donde los medios contribuyen con contenidos que los usuarios reciben y construyen opiniones, sentimientos y rutinas. Como la “Teoría del Cultivo” sugiere que la exposición prolongada a la televisión puede influir en las percepciones y creencias de las personas sobre la realidad social. Su enfoque en cómo los medios, especialmente la televisión, moldean la forma en que vemos el mundo, y pueden distorsionar la percepción de la realidad permitiendo la homogeneización de opiniones entre los grupos de la sociedad. De esta manera, se explica como la falta de contenidos culturales permite que se genere una mala o errada formación del concepto en la mente, realidad y opinión de los consumidores.

Asimismo, se bosqueja la complejidad para definir el concepto de periodismo cultural debido a la extensión y diversidad de los espacios que abarca entre los dos campos que ya son amplios por sí solos y con muchas variaciones. Se entiende de un área de indefinición entre los

conceptos de periodismo y los productos culturales artísticos, dejando de lado el tratamiento de la cultura popular.

Los resultados del presente trabajo de investigación, junto con el desarrollo de la teoría de que los contenidos culturales no son una prioridad informativa, pretenden ser de utilidad para futuras investigaciones que ayudarán al estudio de esta problemática y la búsqueda de nuevas soluciones para erradicar la ausencia de información cultural en los medios impresos.



Fuente: elaboración de la autora.

1.4.2 Metodológica

El presente trabajo planteado bajo la teoría denominada *Desinformación cultural* que plantea que los medios de comunicación impresos prefieren vender que informar, tiene una utilidad metodológica en cuanto a la originalidad del instrumento de recolección, ya que fue diseñado considerando las características de la población y del lugar de estudio. Esto basado

en la teoría de la ausencia de contenidos culturales, que metodológicamente sugiere los siguientes pasos:

1. Elección de medios impresos e identificar si hay noticias culturales en los periódicos impresos de circulación en Lima Metropolitana, en la segunda década del siglo XXI, las noticias culturales que tengan cobertura exclusiva o compartida con la problemática.
2. Verificación de que los diarios escogidos hayan sido analizados mediante el empleo de técnicas como la investigación documental y la observación para identificar el tratamiento informativo que le dan a la información cultural, así también determinar su periodicidad en estos.
3. Revisión de las notas elegidas para definir si es considerado cultura según la definición brindada en el proyecto, de lo contrario, establecer que eran notas de espectáculo que desear que llegue a 100%.
4. Aplicación del instrumento creado para identificar la ausencia de contenidos informativos en cada medio analizado de forma organizada, en las materias de manifestaciones culturales y expresiones vivas de cultura.
5. Análisis de la ausencia de contenidos culturales en cada materia expuesta, presentando los resultados finales de la investigación presente y exponer las posibles soluciones ante estas.

1.4.3 Práctica

Esta investigación se justifica en el orden práctico porque aportará en la verificación de la teoría denominada “Desinformación cultural” la cual tiene efectos directos en la difusión de

las manifestaciones culturales y de las expresiones vivas de cultura, también, en los medios de comunicación impresos, productos especializados y personas expertas en cultura. También, para estudiantes y aficionados de la cultura.

Por ello, el estudio y su aplicación servirán a los medios de comunicación impresos y a su equipo profesional para mejorar en la importancia que se otorga a los contenidos culturales y darles más valor a estos debido a su repercusión en la sociedad. De igual forma, ayudará a otros tipos de medios de comunicación a reestructurar la manera en la que informan sobre la cultura.

Asimismo, esta investigación ayudará a los especialistas en cultura (productores, cineastas, críticos, actores, cantantes, escritores, educadores, directores, artistas, literatos) a encontrar espacios dentro de los medios de comunicación para difundir más información cultural a los usuarios y atraer público interesado en su trabajo.

Finalmente, este estudio es útil para la ciudadanía en general debido a que investigará un asunto que no solo repercute en el presente, sino también en el futuro debido a que la cultura también afectará a los tiempos venideros en cuestión de representar lo que se vive diariamente.

1.5 Delimitación de la investigación

1.5.1 Espacial

La presente investigación estuvo situada en Lima Metropolitana, constituida por sus sectores: Lima Norte, Lima Sur, Lima Centro y Lima Este, y cuenta con 43 distritos repartidos en el área.

1.5.2 Social

El grupo social objeto de estudio son los agentes sociales de comunicación de los medios impresos en los diarios de circulación nacional de Lima Metropolitana, debido a que son ellos los que trabajan y difunden la información cultural. Otro grupo son los profesionales y expertos en la cultura como productores, cineastas, críticos, actores, cantantes, escritores, educadores, directores, artistas, literatos.

La investigación también se centra en torno al grupo de personas dedicadas a los medios de comunicación, con la finalidad que el tratamiento otorgado a los asuntos culturales en sus portales y encuentren áreas de mejora con respecto a la problemática tratada.

1.5.3 Temporal

La presente investigación tuvo una temporalidad delimitada durante la segunda década del siglo XXI, utilizando solo el mes de junio de los años próximamente mencionados: 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco histórico

2.1.1 Reseña histórica del periodismo

Origen de la escritura

Según los antecedentes y lo estudiado se determinó que la escritura surgió en el mismo periodo en Egipto y Mesopotamia, aproximadamente un siglo antes del año 3000 AC. Aunque es posible que se iniciara un tiempo antes en Mesopotamia debido a las fechas encontradas en las tablillas de arcilla de Uruk, por el año 3300 AC, y por su historia urbana sosteniblemente más larga que Egipto, se podría dar esa determinación. Además, no se está seguro de la fecha de inscripción egipcia más antigua que está en una enorme paleta de pizarra del rey Narmer, en la que aparece un pez y un cincel, dos jeroglíficos que probablemente representan a los años entre 3150 a 3050 AC.

Por su parte, en China aparece la escritura en los huesos oraculares de la civilización Shang, los cuáles se hallaron al norte del territorio y que datan 1200 AC. Aunque muchos de los símbolos distan mucho de los caracteres chinos actuales, los investigadores refieren que se relacionan con acciones de la época. También, se han llegado a encontrar otros artículos que parecen ser más antiguos en la cerámica de la cultura de Yangshao que datan de 5000 a 4000 AC, pero que hasta el momento no han sido confirmados como la forma de escritura china más antigua.

En Europa, la forma de escritura más antigua conocida es la lineal A, que fue descubierta en Creta que data del 1750 AC, aproximadamente. Si bien aún no ha sido descifrada, sus símbolos tienen mucho parecido a la escritura lineal B que es más reciente y fue usada como una forma antigua de la lengua griega.

En América Central, se encontró como forma de escritura más antigua a la Olmeca que perteneció al grupo artístico de los olmecos, que estuvieron asentados en la región de Veracruz en el Golfo de México. La muestra más concluyente de esta escritura se halló en la década de 1990 y data del año 900 AC, un milenio antes aproximadamente que la escritura jeroglífica maya. Si bien es una muestra de menor tamaño y no está descifrada, hay suficientes razones para pensar que es la primera de América.

Así pues, poseemos las siguientes fechas aproximadas de origen para la escritura: Mesopotamia 3100 AC, Egipto 3100-3000 AC, Creta 1750 AC, China 1200 AC, América Central, 900 AC. Basado en esta cronología, se define que la escritura nace en la civilización de Mesopotamia.

Primeras formas de periodismo

En la antigüedad, las noticias o anuncios se transmitían de forma oral, a esta le siguieron los manuscritos hechos en papiros, pergaminos o papel, materiales en los cuales las civilizaciones como los egipcios, persas, y griegos contaban los sucesos del día a día con la finalidad de dejar una constancia de los acontecimientos de la época. Un ejemplo claro es Babilonia, donde ya existían personas que se dedicaban a escribir diariamente los sucesos públicos, políticos, religiosos y económicos en tablillas de arcilla usando símbolos.



Ilustración 1. Tabillas de Babilonia donde se escribían los sucesos del día a día. Fuente: Infobae

Sin embargo, se le otorga el nacimiento del periodismo a la civilización romana desde el momento en que iniciaron a dejar memoria de los comentarios, actas, edictos, noticias de la sociedad, memorias históricas y sucesos; incluso existían las primeras formas de diarios de información oficial llamados Acta Pública y Acta Diurna. Más adelante, en la Edad Media esta práctica cayó en desuso, aunque los reyes la mantenían viva cuando escribían sobre los juglares y gestas, que se reproducían de pueblo en pueblo, también se contaban sobre hazañas de guerreros, milagros o acontecimientos relevantes para la región.

En el siglo XIII, se crea Nouvelle Manuscrite, un folleto donde se difundían noticias. Más tarde, en el siglo XV, aparece el Journal d'un burgeois, en París, que tenía el mismo corte informativo-social. Sin embargo, estos medios fueron efímeros debido a su poca popularidad. Esto cambia durante el Renacimiento Italiano, cuando empiezan a aparecer gran número de hojas que narraban lo que pasaba.

Aparición de la imprenta

Durante la dinastía Tang, en China del siglo VI dC, entre los inventos que caracterizaron la época, hubo un sistema de permitía imprimir por medio de dos planchas de madera talladas, con tintas que dejaban una impresión sobre una hoja de papel. Aquel sistema, fue el inicio de la histografía moderna china y una de las cuatro grandes invenciones de la Antigua China.

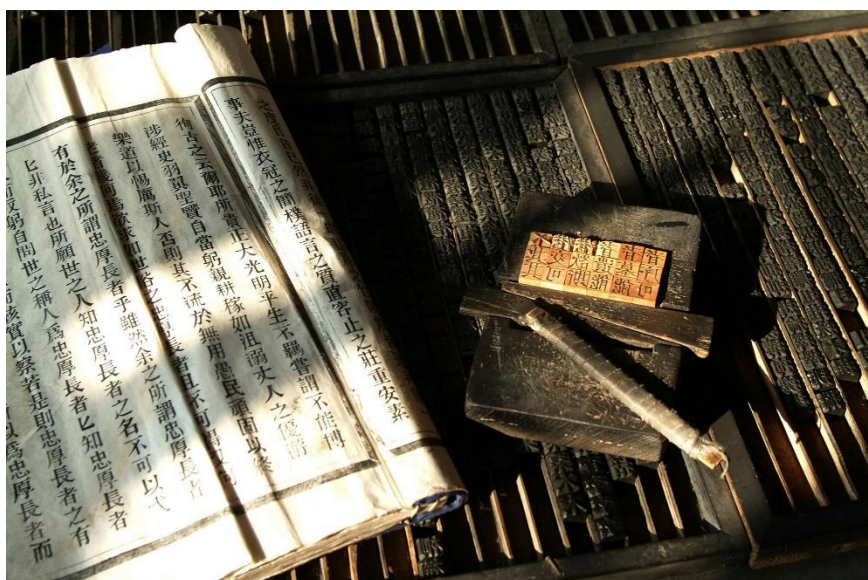


Ilustración 2: Imprenta de la Antigua China en la cual usaban una especie de sellos en madera tallada que dejaba impresión sobre el papel. Fuente: Graffica.info

Una de las primeras producciones impresas con los bloques de madera fue una copia del ‘Sutra del Diamante’, un rollo de seis hojas que medía más de cinco metros de largo. Incluso, se ha descubierto un texto budista aún más antiguo que data del año 750-751 dC.

En 1041, el tipógrafo Bi Sheng creó los móviles de arcillas, pero se rompían con mucha facilidad. En 1298, Wang Zhen comenzó a utilizar una madera más resistente y creó un sistema de mesas giratorias que mejoraba la calidad de la impresión.

Con el nacimiento de las metrópolis en el siglo XVI, las noticias de viajes y descubrimientos aumentaron y cambiaron la visión del mundo de ese momento, lo que produce una necesidad por información que hasta el momento no se había tenido. Por entonces, Gutenberg había creado un sistema de impresión rápida que permitía poder producir más folios con menos tiempo. En los años siguientes, este nuevo sistema se popularizó y se ensanchó velozmente por toda Europa, en especial por su facilidad de reproducir libros que antes eran manuscritos, así se dio el salto de las noticias escritas a mano, a la imprenta.

Al inicio, se hicieron publicaciones muy ocasionales como las ‘hojas volanderas’ de Alemania conocidas como *Newe Zeitung* que eran plegadas de cuatro u ocho cuerpos, que no tenían cabecera ni anuncios y solían tratar un solo asunto. Entre los más comunes estaban las guerras contra el Imperio Turco, viajes, descubrimientos, la división religiosa en Europa y la rebelión de Lutero. Estas producciones se vendían en las imprentas, librerías o puestos ambulantes que ya comenzaban a tomar popularidad durante todo el siglo XVI

Estas hojas informativas tenían gran aceptación y se convirtieron en un medio influyente para la sociedad, por esto, los gobernantes las prohibieron y crearon publicaciones oficiales en las que evitaban críticas a sus gobiernos. Así nacieron las primeras gacetas semanales en el siglo XVII, en Alemania y Países Bajos.

En 1609 en Estrasburgo se publicaba el semanal *Relation* y en Wolfenbüttel, ciudad de Alemania otro titulado *Relation oder Zeitung*. Sin embargo, *La Gazette*, fundada en París en 1631 por Théophraste Renaudot, quien fue considerado el primer periodista de la historia, fue la publicación más importante de Europa. *La Gazette* fue un semanal, de tamaño pequeño y

que constaba de 4 páginas llenas de noticias breves, de corte político y con el visto bueno del gobierno, que se vendía por medio de suscripción.

En París, nacieron los primeros periódicos literarios y científicos, como Le Journal des Savants (1665) y el Mercure Galant (1672). En el siglo XVIII, aparece el primer diario francés, llamado Le Journal de París (1777) y se publicaba sólo con cuatro páginas.

En Italia, la imprenta se implementó mucho más tarde. En Florencia y Génova surgen las primeras gacetas semanales entre los años 1636 y 1639, posteriormente nacieron La Gazzetta di Mantova en 1664 y Gazzetta di Parma en 1734.

Así, aparecen las gacetas en Venecia, donde se contaban noticias de los sucesos comerciales, de esta manera, se popularizaron en toda Europa, y la aparición de la imprenta móvil contribuyó al auge de este producto. A su vez, los intelectuales comenzaron a publicar este tipo de escritos, los cuales fueron cambiando a semanarios, diarios y revistas; mientras, en Inglaterra el periodismo comienza a ser una necesidad.

Llegada de la imprenta a América

A México llegó la primera imprenta en todo América, esto se dio debido a Fray Juan de Zumárraga, quien a su llegada a la Nueva España (México) en 1528, vio la necesidad de crear un taller tipográfico, debido a que los libros que estaban destinados a la evangelización eran importados desde Europa y eso costaba mucho, además que retrasaba el crecimiento intelectual y espiritual de la colonia.

Así pues, en 1539, Zumárraga logra llegar a un pacto con Juan Cromberger y con el virrey Antonio de Mendoza para traer una imprenta a México. Juan Pablós fue el encargado de

llevar el sistema al Nuevo Mundo, él que ya tenía su taller en Sevilla, se convirtió en el primer impresor de la Nueva España y de América.



Ilustración 3: En México llegó la primera imprenta de todo América y fue operada por Juan Pablós.

Fuente: Instituto Nacional de Antropología e Historia de México.

El primer libro que imprimió Juan Pablós fue la Breve y compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana. Sin embargo, la falta de recursos afectó mucho a los inicios de la imprenta mexicana, y su sometimiento a la casa Sevillana causó muchos límites en su desarrollo, así en 1547 Juan Pablós se queja ante los Cromberger debido a las escasas ganancias.

Un año después del establecimiento de su filial en el continente americano, muere Juan Cromberger y la viuda de Cromberger, Brígida Maldonado, decide traspasar el taller a Juan Pablós. Éste, inició una nueva etapa en la imprenta mexicana.

Juan Pablos contrató a Antonio de Espinosa, fundidor de tipos y cortador de grabados o punzones, y pidió capital prestado para modernizar la empresa en cuanto al material tipográfico. Durante esta etapa, imprimió algunos libros de la Universidad de México.

En 1558, le quitaron los derechos que le aprobaban ser el único impresor, dando lugar a la aparición de nuevas imprentas. Durante el resto del siglo XVI, se establecieron en México 11 nuevas imprentas, entre las que sobresalieron: la de Pedro Balli (1574-1608); la del francés de Rouen Pedro Ocharte (1562-1592) que sobresalía por la calidad de sus impresos, y Antonio de Espinosa (1558-1576) que editó el *Missale Romanum*.

Aproximadamente, en mayo de 1570 llega Antonio Ricardo a México donde ocupó el taller de algún impresor de México, que sin duda fue en casa de Pedro Ocharte. Luego, estableció su taller en la propiedad de la Compañía de Jesús, esto llevó a pensar a Joaquín García Icazbalceta que Ricardo “fue llamado por los jesuitas, pues vemos que trabajaba para ellos, y tenía su oficina en el Colegio de San Pedro y San Pablo”.

Entre 1577 y 1579, Ricardo hizo mover todas sus prensas, durante ese tiempo imprimió un total de 12 títulos. Antonio Ricardo estuvo como impresor en México poco tiempo, pues en marzo de 1580 viajó a Acapulco con la intención de llegar al Perú y establecerse como impresor.

Arribo a Estados Unidos

La imprenta llegó a Estados Unidos por primera vez en el año 1638, cuando un grupo de colonos ingleses estableció la primera imprenta en la colonia de Massachusetts. El fundador de la imprenta fue Stephen Daye, quien fue enviado desde Inglaterra para establecer una imprenta en la colonia.

La primera publicación impresa en la imprenta de Daye fue un libro de himnos y salmos, conocido como el "Bay Psalm Book". Este libro se convirtió en uno de los primeros libros impresos en las colonias de América del Norte.

En 1690, se imprimió el primer periódico estadounidense en Boston, Massachusetts, titulado 'Publick Occurrences Tanto Forreign como Domestick', la publicación se suspendió al poco tiempo porque se emitía sin licencia.

Después de la fundación de la primera imprenta en Massachusetts, otras imprentas comenzaron a establecerse en las colonias. En 1685, se fundó la primera imprenta en la colonia de Virginia, y en 1693, se estableció la primera imprenta en la colonia de Nueva York.

Con el tiempo, la imprenta se volvió en una herramienta fundamental para la difusión de información y la propagación de ideas en Estados Unidos. Durante la Revolución Americana, la imprenta fue muy utilizada para distribuir panfletos y periódicos que ayudaron a difundir las ideas revolucionarias. En el siglo XIX, la imprenta se convirtió en una industria importante en Estados Unidos, y el país se convirtió en uno de los mayores productores de papel y libros en el mundo.

Llegada de la imprenta a Sudamérica

En la ciudad de Tarija - Bolivia, llegó la primera imprenta al territorio sudamericano bajo el gobierno del Gral. Manuel Isidoro Belzu.

Al respecto, Montenegro, C. (1984) cita lo siguiente:
"Hasta entonces Potosí, Oruro y Tarija no la tenían (imprenta): hoy las capitales de estos tres departamentos poseen una imprenta costeadas por el gobierno... Al de Tarija, cuyos

habitantes hicieron repetidas reclamaciones por medio de su prefecto, se le proporcionó otra que hoy sirve para la publicación de “El Telégrafo”, sin gravamen de los fondos públicos”.

Por 1855, se comenzó a editar el semanario La Espada que era utilizado para promocionar la candidatura del General Celedonio Ávila y era redactado por el General Timoteo Raña y José del Carpio. El 30 de noviembre de 1870, se publica ‘La Juventud Revolucionaria’, un panfleto revolucionario que ayudó al derrocamiento del presidente de la República, Mariano Melgarejo. Así, poco a poco, el trabajo periodístico impreso retoma el curso que había perdido por algunos años debido a los altos costos.

A inicios del siglo XVIII, llega a Argentina la imprenta traída por la Compañía de Jesús desde Europa. Se instaló en Córdoba como parte de los esfuerzos de evangelización e imprimieron libros de catecismos para que sean repartidos entre los indígenas de la región.

A los años, la Orden fue expulsada y la imprenta fue comprada por el Virrey Vértiz y hace que la trasladen a Buenos Aires, donde sería renombrada como la Real Imprenta de Niños Expósitos. En el taller donde fue instalada también se editó el primer periódico ‘Telégrafo Mercantil, Rural, Político, Económico e Historiógrafo del Río de la Plata’

Por muchos años, la Real Imprenta de Niños Expósitos fue la única responsable de la impresión de los periódicos más importantes de región como la Gaceta de Gobierno, que era la fuente oficial de noticias que difundía ideas coloniales; más adelante, también comenzó a imprimir el Correo de Comercio de Manuel Begrano, un diario opositor al gobierno español.

Sin duda, la obra impresa con más importancia fue el primer periódico independiente argentino en 1810, La Gaceta de Buenos Aires creada por Mariano Moreno, que dio inicio a un nuevo periodo periodístico en la nación. Esta continuaría hasta que fue cerrada por censura.

La máquina siguió manteniendo su importancia dentro del país y en el año 1824, pasa a ser subvencionada por el estado en el gobierno de Rivadavia.

Llegada de la imprenta a Lima

En el año 1576, se crea el primer tratado misional que, junto con el Concilio de Trento, mostraba la necesidad de normar procedimientos y utilizar las lenguas originarias para evangelizar a los nativos. El arzobispo Toribio de Mogrovejo estuvo a cargo de realizar estas actividades bajo el Tercer Concilio Limense y manda traer a Antonio Ricardo a Lima con una imprenta y dos operarios en 1581 desde México.

Ruiz, A. (2021) explica que: “No le fue fácil a Antonio Ricardo obtener un permiso para trasladarse de Nueva España al Perú. Lo ayudó en el puerto de El Realejo (Nicaragua) el gobernador Diego de Artiada Chirinos, dándole una licencia donde decía que «vino de la ciudad de México de Nueva España con imprenta para pasar a los reinos del Perú e usar del dicho oficio e imprimir libros de doctrina cristiana, así en lengua natural como latina y de español y otras lenguas, de que resultará de utilidad a los naturales de aquella tierra». Ricardo fue acogido con su prensa en el colegio jesuita de San Pablo. El Cabildo, la Universidad y el Concilio le escribieron al monarca para que permitiera su funcionamiento. La Real Audiencia de Lima no esperó el dictamen del

rey y, a pedido de ‘los Reverendísimos arzobispo y Obispos congregados en el Concilio Provincial’, el 13 de febrero de 1584, autorizó que se imprimieran tres obras: “nuevo catecismo para la doctrina de los indios y confesionario y preparación para morir, todo en la lengua de los indios”.

En 1584, Antonio Ricardo estaba en proceso de imprimir ‘La Doctrina Christiana y Catecismo para instrucción de Indios’, el primer libro peruano que iba a ser publicado en quechua, aimara y español titulado, sin embargo debió interrumpir su trabajo por orden de la Audiencia e imprimir las cuatro primeras páginas de la Pragmática sobre los diez días del año, que reemplazaba al calendario juliano por el gregoriano.



Ilustración 4: Portada de uno de los primeros impresos de Antonio Ricardo en Lima. Fuente: Repositorio PUCP

Durante el siguiente año, se editó el ‘Tercero Cathecismo y Exposición de la Doctrina Christiana por Sermones y el Confessionario para los curas de indios con la instrucción contra sus Ritos y Exhortación para ayudar a bien morir’, también en las tres lenguas. En 1586, salió el ‘Arte y Vocabulario de la Lengua General del Pirú llamada quichua’. Luego, se imprimieron textos sobre la alcabala, ordenanzas del virrey marqués de Cañete, un relato sobre la detención del pirata Richard Hawkins y una carta de su autoría traducida al español, los mandatos de gramática latina de Julián Martel, la gramática latina del franciscano Juan Vega, la primera parte del poema Arauco domado de Pedro de Oña, el Libro general de las reducciones de plata y oro de diferentes leyes y pesos de Joan de Belveder en 1597 y, en 1598, el Symbolo Catholico Indiano de Jerónimo de Ore. Así se dio inicio a la historia editorial en Lima.

El historiador Pedro Guibovich identifica 31 impresores entre los años 1584 y 1750. Unos solían adquirir una imprenta del dueño anterior y le solo cambiaban el nombre por el propio, como hizo Francisco del Canto con Antonio Ricardo. Para 1630, Lima ya tenía tres talleres operativos, cantidad que fue aumentando con el paso de los años. El historiador Vargas Ugarte indica que entre 1584 y 1825 se realizaron alrededor de 5860 impresos, incluyendo publicaciones hechas en las imprentas independentistas en otras ciudades peruanas.

Hasta 1750, el 53 % de impresos eran eclesiásticos, el 20 % del gobierno civil, 19 % correspondían al ámbito estudiantil e intelectual y 8 % fueron de ciencias aplicadas. Sin embargo, la cantidad de textos religiosos disminuyó en los años posteriores, debido al incremento de los impresos gubernamentales y las publicaciones relacionadas a la ilustración. Asimismo, hubo gran cantidad de autores peruanos o residentes en el Perú, que publicaron sus obras en Europa, y otros cuyos manuscritos tardaron décadas o siglos en ser publicados.

La imprenta fue una herramienta poderosa en el Virreinato del Perú para promover el trabajo evangelizador, pero se convirtió en una técnica para el gobierno y la difusión intelectual. Gran parte de las publicaciones fueron despertando en las elites criollas, mestizas e indígenas muchos sentimientos de pertenencia nacional, que más tarde se convirtieron en la anhelada independencia.

Popularización de las producciones impresas en el mundo

El primer periódico

"Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien" (en español, "Relación de todos los hechos y noticias dignos de mención") es ampliamente considerado como el primer periódico del mundo, fue producido y publicado en Estrasburgo, ciudad que tenía el estatus de ciudad imperial libre del Sacro Imperio Romano Germánico de la Nación Alemana (hoy parte de Francia), por el impresor alemán Johann Carolus. La primera edición se publicó el 1 de julio de 1605.



Ilustración 5: Primera página del periódico *Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien* de 1609. Fuente: University & College Designers Association

Este periódico se publicaba semanalmente y presentaba una variedad de noticias y eventos actuales, tanto locales como internacionales. Aunque su contenido no se asemeja al formato moderno de un periódico, marcó un hito importante en la comunicación de noticias y el inicio de la industria periodística. Su éxito también llevó a la creación de otras publicaciones similares en Europa.

Johann Carolus tuvo la visión de crear un medio de comunicación que proporcionara noticias actuales y relevantes a las personas. Antes de "Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien", existían hojas volantes y panfletos que informaban sobre eventos específicos, pero Carolus aspiraba a crear una publicación periódica que abordara una variedad de temas.

La primera edición del periódico se publicó el 1 de julio de 1605. Contenía noticias locales e internacionales, informes de eventos de la época y otros temas de interés. Aunque el término "periódico" aún no se utilizaba en ese momento, esta publicación sentó las bases para el desarrollo de la prensa periódica. Se publicaba semanalmente. Incluía noticias sobre política, eventos culturales, sucesos sociales y más. No tenía secciones específicas ni una estructura estandarizada, pero sentó un precedente para la presentación organizada de información en futuras publicaciones.

A pesar de sus limitaciones técnicas y de alcance en comparación con los medios modernos, el periódico de Carolus tuvo un impacto significativo. Su distribución se centraba en la región del Sacro Imperio Romano Germánico y alcanzaba áreas circundantes. A lo largo del tiempo, su influencia inspiró a otros a emular su formato y concepto.

"Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien" marcó el inicio de la prensa periódica tal como la conocemos hoy en día. A medida que avanzaban los siglos, otros periódicos comenzaron a surgir en diferentes partes del mundo, adoptando y adaptando el enfoque de Carolus. Esto llevó al desarrollo de una industria periodística más diversa y global.

Otras producciones impresas

En 1615, se crea el Frankfurten Journal; en 1640, en Italia, aparece la Gazzeta Pública; en 1641, en Barcelona, nace la Gaceta Semanal; en 1661, en Madrid, se funda la Gaceta; en 1695, en Inglaterra, el Stanford Mercury, modelo que sería adaptado en México años más tarde, y que daría como resultado la publicación de El Mercurio Volante.

Mientras tanto, en España el progreso de la prensa no se produjo hasta el siglo XVIII, y se estableció como una de las rutas principales por las que se popularizaron las ideas ilustradas en España. El Diario de los Literatos de España; El Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político, que difundía artículos de opinión y de información económica; o El Correo de Madrid, que publicaba artículos de divulgación literaria y científica, fueron algunos de los periódicos más importantes de la época.

En el siglo XIX hubo un cambio grande en el periodismo por informar sobre avances tecnológicos, agilización de las comunicaciones, mejora de los medios de transporte para la distribución; reducción del analfabetismo y concentración de la población en las ciudades. Por lo que en este periodo los medios fueron utilizados para transmitir una ideología y también para noticiar acerca de todo lo relacionado con el contenido masivo y popular cuyo objetivo era el beneficio económico.

En 1870 nace el periodismo informativo y la prensa informativa tuvo más éxito y permitía que más cantidades fueran hechas y vendidas, si bien seguían existiendo los periódicos de opinión, su popularidad fue bajando. Los periódicos españoles más importantes fueron: La Correspondencia de España, El Imparcial y El Liberal.

A mediados del siglo XIX, el escritor Thomas Carlyle atribuye la frase ‘Cuarto Poder’ a los medios informativos cuando el político Edmund Burke la usó en el debate de apertura de la Cámara de los Comunes del Reino Unido en 1787. En su discurso, Burke dijo que había tres poderes en el parlamento; señalando que en la tribuna de prensa era donde se sentaba el cuarto poder y el más importante de todos.

Periodismo en el siglo XX

A inicios del siglo XX, la visión de los periodistas se hacía más amplia y tenían la necesidad de conocer todo lo que pasaba, primero ocurrió en Estados Unidos y luego se trasladó a ciertas partes de Europa. Eventualmente, el sentimiento se expandió por todo el mundo como Argentina, México y Colombia. Mientras tanto, en España los escritores que pretendían renacer la cultura española, usaron los diarios para transmitir sus ideas y aparecieron en periódicos como El País, El Globo, La Nación, El Imparcial, ABC y El Sol.

En los años 70 ocurre una crisis en la sociedad debido al desarrollo de las nuevas tecnologías, que amenazaban con afectar a todos los medios de comunicación. Sin embargo, esta visión cambia pues las usaron a su beneficio, entre ellas la difusión de mensajes y la actualización de contenidos se volverían más rápida, y los contenidos audiovisuales tomarían más importancia. Así, los medios se convirtieron en instrumentos de difusión de información según la necesidad de la sociedad.

En los años 90, llega a Estados Unidos la revolución digital y los diarios empezaron a publicar su contenido en la web. Entre 1993 y 1995, el diario “The Chicago Tribune” empezó a publicar sus noticias de forma digital y de manera periódica. Luego, otros diarios alrededor del mundo se sumaron a la era del periodismo digital, como el diario británico Daily Telegraph, el cual fue el segundo en el mundo en sacar su versión digital.

Así, el mundo digital iniciaba su camino y tuvo mucho éxito en poco tiempo convirtiéndose en una herramienta fundamental para el desarrollo de actividades. El periodismo no fue ajeno y los medios pasaron de solo informar en papel, televisión y radio a explorar este nuevo ambiente. En el siglo XXI puede apreciarse que el periodismo va de la mano con la era digital, sin dejar a lo tradicional, pero utilizando las nuevas herramientas para complementar su labor.

A medida que el periodismo se extendía por todo el mundo, su entorno se volvía más variada, atrayendo a un número progresivo de investigadores interesados en su estudio. Pronto, surgieron diferentes enfoques en la comunicación y los géneros periodísticos empezaron a tomar forma.

2.1.2 Aparición del periodismo cultural

Se considera necesario para la presente investigación definir el término cultura, debido a su relevancia en los contenidos que serán mostrados próximamente. Se define como cultura al conjunto de características y conocimientos particulares de un grupo de personas que comparten lenguaje, religión, gastronomía, hábitos, música, y arte. Bueno, G. (2012) definía a la cultura como sistema de signos materiales e inmateriales manifestados en la vida social y que representan la capacidad de estos para transformar su entorno y su propia realidad. En sus análisis, Bueno destacó la importancia de entender la cultura como una entidad compleja, en

constante cambio y adaptación, que abarca desde las manifestaciones más superficiales y visibles hasta las estructuras más profundas y simbólicas de una sociedad.

El Centro Avanzado de Investigación en Adquisición de Lenguajes (s.f) define a la cultura como “Un conjunto de patrones de comportamiento e interacciones cognitivas, de constructo y de entendimiento que aprendieron gracias a la sociabilización.” Sin embargo, la cultura se puede cubrir desde muchas perspectivas que van más allá de lo común como territorio, lenguaje o religión. Lo único de lo que se está seguro es que la cultura representa todo, lo tangible y lo intangible.

Altieri, A (2001) señala que la cultura es el perfeccionamiento, desenvolvimiento, adoctrinamiento y formación de las habilidades morales e intelectuales de la persona, además, indica que el hombre no puede existir sin la cultura, pues es su propio mundo, pero, ella si puede sobrevivir sin el hombre.

En pocas palabras, cultura es normas, valores y creencias, pero también es el baile, la música, la televisión, los libros, la ropa. Warnier,JP (2001) explica que la cultura no puede transmitirse son una sociedad que la nutra, recíprocamente, no existe sociedad en el mundo que no posea su propia cultura.

Retomando, mientras más presencia tenía el periodismo en la sociedad algunas ramas iban creciendo, así aparecieron áreas especializadas como las artes escénicas, artes visuales, artes plásticas, ciencias sociales, ciencias formales, ciencias naturales, derecho, educación, historia, música, teatro, televisión, . En esta última es que la investigación se centra, el periodismo cultural. Si se separa este término por un lado está ‘periodismo’, anteriormente explicado, y por otro, cultura.

Taylor, E.B. (1984) define a la cultura como un complejo conjunto donde está incluido las creencias, el arte, la moral, la ley, el conocimiento y otras habilidades, costumbres y hábitos que son adquiridos por el hombre como miembro vital de la sociedad. Por lo tanto, si el periodismo se remonta a épocas antiguas, se puede inferir que el periodismo cultural tiene la misma antigüedad. Así, todos los términos anteriores son considerados cultura, el periodismo cultural se enfoca en las artes como el baile, la música, la pintura, el teatro y el cine.

Si bien es cierto, no se puede obtener una fecha exacta de la aparición del periodismo cultural, pero en las primeras pinceladas del periodismo previa a la invención de la imprenta, en la época romana existía un género llamado anales que eran redacciones en las que se ponían noticias de interés para un cierto grupo de la población. Los griegos, quienes eran los redactores y buscadores de noticias se pasaban de pueblo en pueblo tratando de encontrar alguna nueva que se digna de poner en estos ‘anales’ y según Clemente Cimorra (1946) presentaban al gladiador triunfante, el fallecimiento de una persona importante, alguna reunión agitada o la obra más ovacionada en el teatro.

El periodismo cultural nace como una especialización dentro del campo del periodismo que se enfoca en la cobertura de eventos y noticias relacionadas con la cultura y las artes, incluyendo la literatura, el cine, la música, el teatro, las artes visuales y más.

La necesidad de cubrir este tipo de noticias surge a medida que la sociedad se vuelve más sofisticada y diversa, y la cultura y las artes se vuelven cada vez más importantes para la comprensión y apreciación de la vida cotidiana. El periodismo cultural ayuda a fomentar el diálogo y el intercambio de ideas sobre estos temas, así como a promover el valor y la importancia de la cultura y las artes.

A lo largo de la historia, el periodismo cultural ha evolucionado y se ha adaptado a los cambios tecnológicos y sociales. Desde los primeros periódicos hasta la era digital, el periodismo cultural ha sido una parte importante de la cobertura de noticias y eventos culturales, y sigue siendo relevante hoy en día como una forma de informar y educar al público sobre la cultura y las artes.

El primer periódico cultural

Le Mercure Galant fue una de las primeras publicaciones de Europa y se le considera como una de las primeras publicaciones centradas en la cultura, la literatura y las artes. Fue fundado por Jean Donneau de Visé en 1672 en París, Francia. Originalmente, el nombre del periódico sería "Mercure Galant, ou la suite de l'Histoire des Ouvrages des Savans" (El Mercure Galante, o la Continuación de la Historia de las Obras de los Eruditos).



Ilustración 6: Página del diario Le Mercure Galant de 1678. Fuente: The British Museum

Desde sus inicios, en los temas culturales de la época, y sobre todo en la literatura. Con el tiempo, Le Mercure Galant evolucionó y se adaptó a los intereses de la audiencia. Ya no solo se dedicaba a escribir reseñas literarias, sino que comenzó a incluir noticias sobre moda, teatro, música y otros aspectos de la cultura. También publicó ensayos, poesía y otras formas literarias.

Le Mercure Galant tenía un formato mensual, a diferencia de otras publicaciones que aparecían semanalmente o cada quince días. Cada edición ofrecía un repaso general de los eventos culturales y literarios más relevantes del mes anterior. Competió con otros periódicos y revistas literarias de la época, pero siempre se mantuvo como una de las publicaciones más influyentes del momento y como una fuente importante de información y crítica literaria durante el siglo XVII y el siglo XVIII en Francia.

En 1724, cambia su nombre a "Mercure de France," como una especie de diminutivo, pero continuó siendo una publicación relevante en el mundo literario y cultural francés. Más tarde, se convirtió en un espacio para la ilustración y el debate intelectual en el siglo XVIII.

2.1.3 Presencia del periodismo cultural en los diarios europeos

De ahí en adelante, el periodismo se dedicó a crecer con el asunto más popular y relevante en cualquier sociedad, la política. Muchos diarios vieron la luz tratando de mantener informados a los ciudadanos sobre el accionar del parlamento, de la reina, del rey, de las campañas militares y de la corte. A continuación, citaré 4 países donde se desarrolló el periodismo cultural.

En el año 1600, durante el reinado de Luis XIV de Francia, las artes vuelven a tomar protagonismo, las gacetas, que aparecieron poco tiempo antes, se dividieron en dos, por un lado, estaba lo político y por otro, lo literario. Jean-Baptiste Colbert, mano derecha del rey,

defensor de la razón y opositor del fanatismo, decidió otorgar a los franceses un nuevo diario que recogiera todas las novedades científicas y literarias de la época. El ‘Journal de Savants’ o el Diario de los Eruditos nació teniendo como director a Denis de Sallo, posteriormente Gallois toma la dirección del proyecto e incluyó dos modificaciones, la primera consistía en presentar críticas de libros con su descripción, mientras que la segunda fue reducir el formato y darle un tono más manejable.

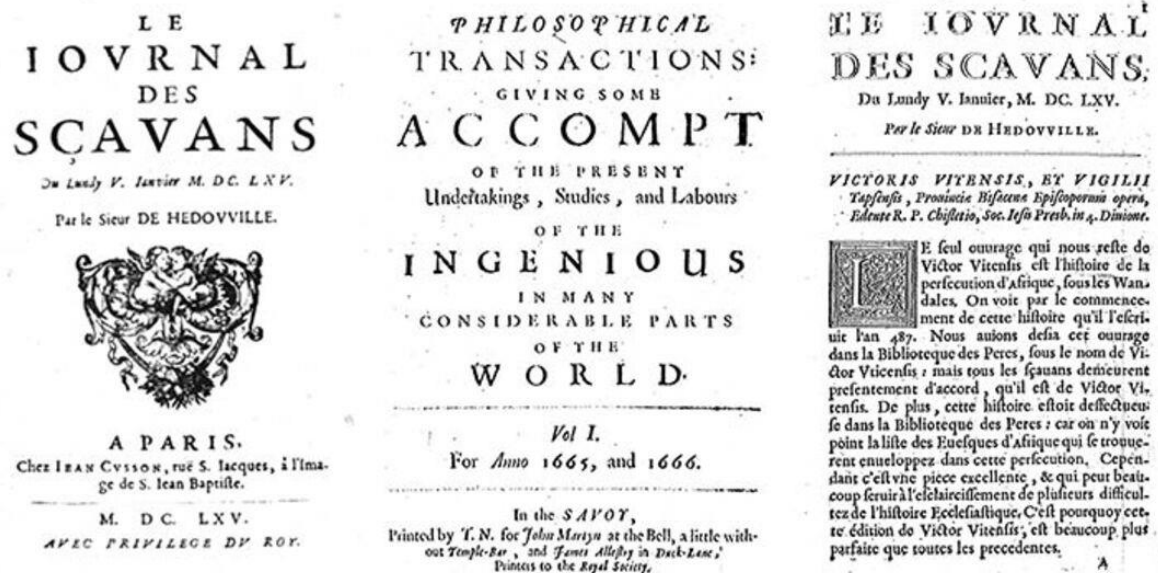


Ilustración 7: Portada y primeras páginas del Journal de Savants. Fuente: Revista Pesquisa

Mientras tanto, en Holanda, donde no había restricciones para la prensa, se creó el periódico literario llamado ‘Nouvelles de la république de Lettres’ que presentaba el mismo contenido que el Journal de Savants pero corregía el aspecto de la crítica. En 1868, Le Clerc expandió la obra del Nouvelles al idioma inglés y comenzó a producir en dos lenguas. La lucha por alcanzar la libertad de prensa seguía en el territorio europeo, pero mientras avanzaban el gobierno ponía cada vez más trabas, en respuesta a esto, aparecieron los periódicos clandestinos

y posteriormente los ‘petites affiches’, que eventualmente se convertirán en diarios, encuentran su lugar en la sociedad y solían celebrar a Querlon, un comentarista de libros. Por muchos años se mantuvo el mismo panorama, la política y la literatura compartían la preferencia, mientras que se luchaba por conseguir la tan ansiada libertad de prensa que, eventualmente, se logró.

En Alemania, comenzaron a surgir las revistas y las gacetas tomaron fuerza, estas ocasionaron una división entre los lectores debido a que unos pensaban que solo se dedicaban a presentar informes sin nada nuevo, por otro lado, había un grupo que aún encontraba belleza en la cotidianeidad. En 1731, el diario ‘Staats-und-Galehrte-Zeitung des Hamburgischen unpartheyschen Correspondenten’ publicaba 4 ediciones a la semana donde incluían secciones científicas y literarias. Por su parte, el rey fomenta la publicación de ‘Intelligenzenblatter’ que eran hojas de anuncios mandadas por Guillermo I, al ver su popularidad, decide que estas publicaciones incluyen críticas de obras literarias nuevas, divulgaciones y artículos universitarios.

Mientras que, en España el proceso de libertad de prensa fue un poco más sencillo y en los años previos a la aparición de Napoleón, surgieron muchos diarios, aunque la gran mayoría especializados en política. El 25 de abril de 1815, Fernando VII decreta que solo quedarán dos periódicos: ‘La Gaceta’ y el ‘Diario de Madrid’; dos años después se permiten algunas revistas literarias. En 1867, nace ‘El Imparcial’ un diario que vino desde América y que otorgaba un buen espacio a la literatura.

El Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político

El 1 de febrero de 1758 aparece en Madrid el Diario Noticioso, Curioso, Erudito y Comercial y Político, primer periódico diario publicado en España. Fue creado por Nipho,

quien luego lo vendió a don Juan Antonio Lozano. La importancia del diario consistió en la forma en que la información, la publicidad y la ciencia unidas podían hacer viable a las publicaciones diarias.

El Diario creado por Nipho, adoptó el título más abreviado de Diario Noticioso Universal en 1759, al inicio solo contaba de cuatro páginas: un artículo principal, noticias de comercio, una sección de anuncios que era lo más innovador del periódico, y diversos artículos sobre varias materias como historia, política, ciencias, también se publicaba los escritos más relevantes publicados en los países de Europa y los descubrimientos más nuevos en las ciencias.

DIARIO
CURIOSO - ERUDITO,
Y COMERCIAL
PÚBLICO, Y ECONOMICO.
Por Don Manuel Ruiz, de Uribe, &c.



CON PRIVILEGIO DEL REY N. S.
y todas las Licencias necesarias.

EN MADRID: En la Imprenta del DIARIO, calle de las Infantas,
cerca de los Capuchinos de la Paciencia. Año de 1758.

© Biblioteca Nacional de España

Ilustración 8: Portada del Diario Noticioso, Curioso, Erudito, Comercial y Político.

Fuente: Biblioteca Nacional de España

A Nipho, se le considera como el padre del periodismo español moderno. Entre las primicias que trajo en su Diario Noticioso, se encuentra la separación entre la noticia y la sección de opinión, la separación entre secciones determinadas, diferenciando la divulgación y

la información. Fue el pionero en publicar las cartas de los lectores, inició con la difusión de noticias comerciales y económicas, discursos morales, artículos eruditos, muchos de ellos traducidos de periódicos franceses e incluyó una serie bajo el título Historia general de los viajes.

El Diario Noticioso ofrecía también noticias sobre ventas, alquileres, empleos (amos y criados) y curiosidades históricas. Después del cambio de dueño, el periódico no se publicó entre julio de 1776 y diciembre de 1777. Después no apareció entre 1782 y junio de 1786, publicándose de nuevo a partir de julio de este año con el título de Diario Curioso, Erudito, Económico y Comercial.

Diario El Cultural

El Cultural fue fundado en 1998 por Luis María Anson. Inició como una revista cultural comerciada a modo de suplemento cultural todos los sábados de forma conjunta con el diario La Razón desde el 8 de noviembre de 1998 hasta el 25 de julio de 1999. Cuando los propietarios del diario La Razón se separaron, el periódico publicó un nuevo suplemento cultural llamado El Caballo Verde.

En septiembre de 1999 , la asociación Prensa Europea del Siglo XXI, S.A, editora a desde entonces de El Cultural y propietaria del periódico diario El Mundo del Siglo XXI, comenzó a distribuir la revista junto con el diario desde el 3 de octubre de 1999 como suplemento cultural del mismo, variando el día de entrega semanal.

Desde su inicio, El Cultural incluyó una sección de ciencia en sus páginas, lo que mantuvo el panorama del periodismo cultural español como innovador y mantuvo la idea de

que la ciencia es parte de la cultura. Actualmente, la sección de ciencia se mantiene únicamente en la edición impresa de El Cultural, y con un espacio más reducido.

La Luna de Madrid

La Luna de Madrid fue una revista de vanguardia publicada en Madrid desde 1983 hasta 1988. Contribuyó a un ambiente de colaboración y creativo en el que muchos de artistas y escritores eran publicados, así promocionando la difusión de nuevas formas de expresión artística como el cómic, la fotografía, el diseño gráfico, la literatura, la filosofía, la moda, la música, el teatro, las artes plásticas y la arquitectura.

La revista tuvo un tono provocador y muy cercano al ciudadano, se convirtió en uno de los referentes culturales de la época y junto a otras revistas como Madrid Me Mata y Madriz, promovieron el talento que había en Madrid.



Ilustración 9: Portada de la revista La Luna de Madrid, publicada por primera vez en 1983.

Fuente: Brown University Library

Borja Casani fue el fundador de la revista y actuó como director de 1983 a 1985. José Tono Martínez se encargó de ella desde 1985 a 1987 y Javier Tímermans fue su último director. Se editaron 49 números mensuales en total y tuvo una tirada de más de 30.000 ejemplares, un hito nunca alcanzado por una revista cultural independiente en España, hasta ese entonces.

La Luna de Madrid fue también organizadora de encuentros y conciertos que tuvieron cierta polémica. Estos eventos se convirtieron en centros contraculturales para la juventud que buscaba otras experiencias que eran condenadas por la Iglesia y los partidos políticos conservadores.

Si bien el nombre de la revista indicaba un enfoque hacia la capital, su contenido también informó sobre noticias y reportajes culturales internacionales. La Luna de Madrid tuvo un gran número de seguidores en toda España, especialmente en Barcelona de donde venían varios de sus colaboradores.

La Luna de Madrid pudo reparar la brecha entre la cultura popular y la elitista, mientras que las revistas de vanguardia del pasado se encargaron de hacer de lo cultural algo más restrictivo, La Luna de Madrid pensaba que todo el mundo podía ser artista y se calificó como un producto activista, democrática, participativa e interdisciplinaria. Gracias a un artículo que apareció en el primer número, se le atribuye el mérito de iniciar conversaciones culturales de alcance popular sobre la posmodernidad, un tema recurrente que marcó la línea de la revista.

2.1.4 Presencia del periodismo cultural en los diarios estadounidenses y latinoamericanos

2.1.4.1 Periodismo cultural en Estados Unidos

En Estados Unidos, la prensa vivió una situación similar a la europea, pero ellos lograron que la censura periodística se eliminara antes que en el ‘viejo continente’. Sin embargo, no hubo mucha diferencia en cuanto a la preferencia temática en los diarios, pues la

política seguía siendo lo principal. Después del éxito del ‘New York Herald’, Horace Greenly fundó el ‘New York Tribune’ donde decidió eliminar las prácticas sensacionalistas de su diario y darle un buen espacio a la literatura.

Actualmente, el periodismo cultural en Estados Unidos es un campo diverso que cubre una amplia gama de temas relacionados con la cultura, incluyendo arte, música, literatura, cine, televisión, teatro, danza, moda y gastronomía. Los periodistas culturales en Estados Unidos trabajan en una variedad de medios de comunicación, desde periódicos y revistas hasta programas de radio y televisión, así como en plataformas en línea y redes sociales.

Uno de los aspectos más importantes del periodismo cultural en Estados Unidos es su enfoque en la crítica cultural. Los críticos culturales revisan obras de arte, películas, libros y otros productos culturales para evaluar su calidad, originalidad y significado, y para ayudar al público a comprender y apreciar mejor la cultura. Además, el periodismo cultural en Estados Unidos a menudo destaca la diversidad y la inclusión en la cultura. Los periodistas culturales a menudo cubren artistas y creadores de diferentes orígenes étnicos, culturales y lingüísticos, y destacan la importancia de la representación y la equidad en la cultura.

El Sensacionalismo

El sensacionalismo se origina a finales del siglo XVIII, se basa en la apuesta por los contenidos de interés humano cuyo objetivo no es sólo informar, sino provocar y generar emociones para movilizar a los lectores mediante técnicas que busquen sensaciones.

Esta tendencia tiene su esplendor en el siglo siguiente, donde no solo se busca provocar algo en el lector, sino que se busca convertir la prensa en un negocio rentable es en la década

de 1830 con periódicos como Le Siecle, New York Sun, NY Morning Herald o Tribune, que se aprecia el auge.

Junto al sensacionalismo, llega el amarillismo y aparecen Joseph Pulitzer, editor estadounidense quién llevó a su máxima expresión este tipo de prensa y su competidor principal, William Randolph Hearst.

El amarillismo, nace bajo la premisa de que todo vale con tal de provocar y aumentar la tirada, para ello, se crean secciones exclusivamente utilizadas para temas morbosos como crímenes, escándalos sociales o deportes populares.

Hearst vs. Pulitzer

Nacido en Hungría, Joseph Pulitzer se crio en Budapest y se unió al ejército estadounidense como soldado durante la Guerra de Secesión (1861-1865). Después de su tiempo en el ejército, comenzó a trabajar como traductor de alemán para el Westliche Post, del que poco después adquirió una parte de la propiedad. Pulitzer se mudó a Nueva York en 1883 para comprar el periódico New York World, que se convirtió en la voz de los demócratas y pronto se volvió muy popular.

William Randolph Hearst, por otro lado, era el hijo de un adinerado dueño de minas de oro y senador por el estado de California. Estudió en Harvard, pero a los dos años fue expulsado por mal comportamiento. Hearst compró el San Francisco Examiner, un periódico en bancarrota que su padre había comprado hace años y logró que se expandiera en pocos años, en 1887. Hearst construyó un imperio de comunicación a lo largo del país cuando se dio cuenta de su éxito. En 1895, compró el New York Morning Journal para enfrentar a Pulitzer y quitarle su liderazgo en el mercado.

Pulitzer quería convertirse en la voz de los que no tenían voz en ciudad de Nueva York. Los términos del sensacionalismo se adaptaron a las necesidades y deseos de la población

neoyorquina utilizando titulares que buscaban llamar la atención y contando historias sentimentales y subjetivas. Además, Pulitzer hizo una gran campaña para ganar el favor de la gente, declarándose una especie de castigador de los corruptos y de la injusticia social. Además, regaló bloques de hielo durante los meses de verano y consiguió que el acceso al puente de Brooklyn fuese gratuito.



Ilustración 10: Portadas de los diarios The New York World de Joseph Pulitzer, y New York Journal de William Hearst.

Fuente: The Bowery Boys

La estrategia fue exitosa, pero la aparición de Hearst alteró todo. Hearst utilizó una gran cantidad de recursos para contratar a los profesionales más destacados del país, muchos de los cuales habían sido robados de la plantilla de Pulitzer, y los llevó a trabajar para su New York Evening. Cuando Hearst contrató a Richard F. Outcault, dibujante de las tiras cómicas muy populares llamadas The Yellow Kid y gran estrella del New York World, comenzó la guerra entre ambos personajes. Se conoce como amarillismo a las prácticas (en tonos amarillos) que ambos emplearon durante esos años, utilizando la mentira y la tergiversación de los hechos para tener más público y atacándose mutuamente a través de sus respectivos periódicos.

En 1898, la competencia se tornó más complicada debido a las crecientes tensiones entre Cuba y España. El presidente estadounidense William McKinley vio la oportunidad de hacer que España perdiera su presencia en América y él la ganara en su lugar. Tanto Hearst como Pulitzer estaban cubriendo los eventos, y cuando ocurrió la explosión en Maine en febrero de 1898, se produjo una campaña de mentiras y falsas noticias que buscaba persuadir a la gente sobre la necesidad de intervenir contra los españoles y publicar más noticias para ganar más audiencia. Un ejemplo de la falta de escrúpulos fue cuando el enviado de Hearst, Frederic Remington, avisó que en Cuba todo estaba tranquilo, su editor le respondió “tú dame las fotos que yo te daré la guerra”.

Con la llegada del nuevo siglo, los ánimos se fueron calmando y la competición disminuyó. Pulitzer perdió interés en imponerse sobre Hearst debido a sus problemas de salud que arrastraba y acabó por retirarse. Pulitzer muere en 1911 y entre sus proyectos más recientes se encuentran la creación de la Universidad de Periodismo de Columbia, que fue financiada con 2 millones de dólares y abrió sus puertas en 1912, y la creación de un premio que llevaría su nombre y se entregaría por primera vez en 1917.

Por su parte, Hearst viviría hasta 1951 y consiguió que su imperio siguiera creciendo. En 1935, poseía 28 periódicos, 18 revistas y varias estaciones de radio, productoras de cine y agencias de noticias. Su inmenso poder le permitió influir en la vida política del país ya fuese presionando determinados grupos o manipulando la opinión pública para que se adaptara a sus preferencias. Fue muy crítico con el entonces Imperio Británico, con la idea de que Estados Unidos formase parte de la Primera Guerra Mundial y con la Sociedad de Naciones. Aun cuando la Gran Depresión le afectó mucho económicamente, Hearst Corporation fue uno de los más importantes en Estados Unidos.

2.1.4.2 Periodismo cultural en Latinoamérica

Las coronas europeas tuvieron mucha influencia en el periodismo de la época colonial, en territorios como México, Perú, Chile y Argentina, comenzaron a crear los periódicos para informar sobre las decisiones del virrey, noticias del rey y todo lo que pasaba en los reinos europeos. En México, José Antonio Álzate creó las ‘Gazetas de Literatura’, publicación que se mantuvo por muchos años gracias a la buena forma en la que difundían los contenidos culturales y el ‘bien decir castellano’. En Cuba, alrededor de 1764 nace el semanario de lectura ‘El Pensador’, redactado por el historiador Urrutia y Montoya.

Años después, con la independencia ya terminando de llegar a todos los territorios y con ella la libertad de prensa, aparecieron nuevos diarios que informaban sobre el avance libertador y otros que pedían el retorno de la corona. En 1826, nace el ‘El Repertorio Americano’ el cual se dedicaba a informar sobre diversos asuntos periodísticos como: Filología Crítica, las Bellas Letras, textos sobre los libros de Caballería, observaciones sobre el antiguo teatro español, traducciones de poemas y críticas de obras.

Durante el siglo XIX, los periódicos y revistas en Latinoamérica comenzaron a incluir secciones dedicadas a la literatura, el arte y la música, y algunos escritores y críticos culturales comenzaron a publicar reseñas y críticas en estos medios. En Argentina, la revista ‘Mundo Argentino’, fundada en 1879, se convirtió en un importante medio para la difusión de la cultura en el país. En México, la revista ‘El Renacimiento’, dirigida por Manuel Gutiérrez Nájera, es considerada una de las primeras publicaciones dedicadas a la cultura en el país.

En el siglo XX, el periodismo cultural se consolidó como un campo importante en Latinoamérica. Muchos periódicos y revistas comenzaron a contar con secciones culturales

regulares, y surgieron nuevas publicaciones dedicadas exclusivamente a la cultura, como la revista 'Letras Libres' en México y 'Casa de las Américas' en Cuba.

El periodismo cultural en Latinoamérica también se caracterizó por su compromiso político y social, especialmente durante los movimientos de izquierda y las luchas por los derechos civiles en la región. Muchos escritores y críticos culturales se involucraron en estas luchas y utilizaron el periodismo cultural como una herramienta para la transformación social.

2.1.4.2.1 Periodismo cultural en México

Entre 1940 y 1976 el crecimiento del público de prensa mexicano se concentró en las zonas urbanas, pero pronto se expandió a amplias capas de la sociedad más allá de la clase media ilustrada capitalina.

Las revistas y suplementos culturales no recibieron directamente la atención de un lectorado tan amplio, pero durante el auge, se les permitió expandirse y desarrollarse, a menudo bajo los auspicios de una vida universitaria, que pronto abriría las puertas a su democratización definitiva. Ese espíritu permanece como base de muchas de las revistas de las décadas de 1950 y 1960. Los ejemplos más claros son las publicaciones institucionales, como la Revista de la Universidad de México y La palabra y el hombre, de la Universidad veracruzana. En especial la primera, tendría una gran relevancia durante la dirección del poeta Jaime García Terrés.

Cuadernos americanos

La revista Cuadernos Americanos es una publicación mexicana que ha desempeñado un rol importante en la difusión de la cultura, la política y la literatura de América Latina. Fue fundada en 1942 por un grupo de intelectuales mexicanos, entre ellos Jesús Silva Herzog,

Daniel Cosío Villegas y Salvador Azuela. Se creó con el propósito de ser un espacio de intercambio de ideas sobre la realidad de América Latina y, en particular, de México.

A lo largo de los años, Cuadernos Americanos se ha centrado en la publicación de ensayos, artículos y reseñas que abordan temas relacionados con la política, la cultura, la historia, la economía y la literatura de América Latina.

En sus primeras décadas de publicación, la revista tocó temas importantes para la historia de América Latina, como la Revolución Mexicana, el surgimiento del movimiento muralista en México y los procesos de industrialización y urbanización en la región. Además de ser un trampolín importante para dar a conocer a escritores y pensadores latinoamericanos, y para promover el diálogo entre intelectuales de diferentes países de la región.

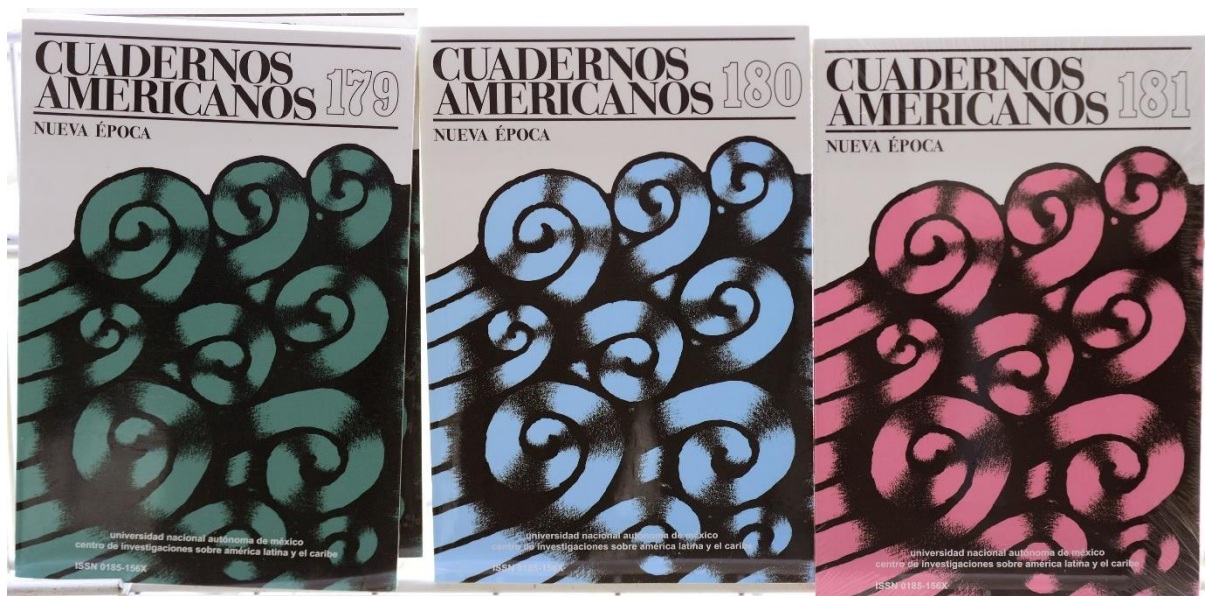


Ilustración 11: Portadas de Cuadernos Americanos, publicación cultural mexicana.

Fuente: Universidad Nacional Autónoma de México

El Iris de México

El Iris fue la primera revista literaria de México independiente, y estuvo a cargo de tres extranjeros que se encontraban en México por motivos políticos: los italianos Claudio Linati y Florencio Galli, así como el cubano José María Heredia.

Linati llegó a México en septiembre de 1825, mientras que Galli, había llegado en enero del mismo año y se encontraba trabajando en las minas de plata de Tlalpujahua. Por su parte, José María Heredia llegó en agosto de 1825, por invitación del presidente Guadalupe Victoria, debido a que fue acusado en la conspiración de Matanzas a favor de la independencia cubana y se vio obligado a huir de Cuba y buscar refugio en Estados Unidos y posteriormente en México.

El Iris apareció entre febrero y agosto de 1826, una época muy movida debido a que se aproximaban las elecciones para la renovación de las diputaciones en el Congreso Federal, la renovación de la mitad del Senado y la de varias legislaturas de los estados. Los grupos políticos que existían estaban empeñados en una pelea por alcanzar más votos. Este clima perturbó a la revista pues los editores acogieron posiciones políticas y comenzaron a criticar algunas de las medidas tomadas por el gobierno e iniciaron confrontaciones con grupos políticos, lo que determinó su corta duración.

Aún con toda la situación, El Iris reunió en sus páginas textos de héroes y sabios americanos. Asimismo, habló sobre la poesía, el teatro, la biografía, la presentación de obras y los descubrimientos recientes en las artes y en las ciencias. De esta manera, la importancia de El Iris no solo está en sus características literarias, sino también en un claro reflejo del ambiente político que ocurría en México en aquellos años.

2.1.4.2.2 Periodismo cultural en Colombia

En el siglo XIX, la sociedad colombiana era mayoritariamente analfabeta. La información llegaba de forma muy lenta y a ciertos lugares, nunca llegaba por la lejanía. La información cultural no fue ajena a esta situación por lo que su forma rural fue poco transmitida en los escasos medios de comunicación. Salvo por las élites que buscaban siempre estar al corriente de la ‘alta cultura’, se podía encontrar información sobre la literatura, el ballet o la ópera.

Al poco tiempo, con la llegada del progreso europeo, se desarrollaron los teatros, bailes, conciertos de música clásica y óperas en algunas ciudades colombianas como prueba del crecimiento intelectual, poder económico y la separación con la mayoría de la población. Además, parte de la prensa impulsó a la divulgación de la literatura pues por cada folletín publicaban un capítulo de novelas, y al final juntaban todo y ya tenían un libro completo, lo que favoreció a ambos productos. Asimismo, imprimieron cuentos, poesías, ensayos y crónicas.

Los periódicos se volvieron círculos intelectuales para hablar sobre literatura, poesía, música y debatir ideas sobre política. Sin embargo, seguía siendo lejano para la mayoría de la población colombiana. Por lo que las publicaciones o secciones culturales permitían un espacio convergente, que le restaba importancia a las diferencias ideológicas.

Había periódicos y secciones culturales de los mismos en los que se podían encontrar intelectuales y defensores políticos. Además, el enfoque cultural según en enfoque: los liberales inspirados en París y que apuntaba a su democratización; mientras que los conservadores tenían un enfoque más religioso, que guardaba las ‘buenas costumbres’ y lo elegante.

Sin embargo, había algunas secciones culturales en donde convivían los liberales y conservadores, eran sitios de encuentro en el que participaban de reuniones, círculos literarios y conciertos. El periodismo cultural era un punto de convergencia que era acogido por ambos partidos y ambos aprovecharon potencial que tenía la cultura para generar identidad nacional y la importancia de las publicaciones para difundir el imaginario de la nación.

Germán Arciniegas creó y dirigió numerosas revistas culturales. Mantuvo una columna en el periódico El Tiempo de Bogotá del que fue director general en 1937. Fundó las revistas Año Quinto (1916) y Voz de la juventud (1917). En 1925 fundó Los Nuevos y Ediciones Colombia.

Las revistas fundadas por Arciniegas recogieron lo más destacado del pensamiento latinoamericano y la literatura del siglo XX. En ellas publicaron Horacio Quiroga, Mariano Picón Salas, Uslar Pietri, Carlos Pellicer, Macedonio Fernández, y en su última revista, Correo de los Andes, escribieron grandes columnistas de todo el mundo.

En esa pléyade estuvo también Baldomero Sanín Cano, quien publicó ensayos, cartillas escolares, prólogos, diccionarios, relatos, artículos periodísticos, entre otros. Publicó algunos libros cuyos temas abarcan el arte, la política, la historia, la filosofía, la literatura, los asuntos del lenguaje y los problemas sociales.

La revista Cromos

La revista Cromos fue fundada por Miguel Santiago Valencia y Abelardo Arboleda y fue publicada por primera vez el 15 de enero de 1916 con una tirada de 2500 ejemplares y en sus inicios fue dirigida a hogares modernos con la promoción de ideales de belleza femeninas

europas. Se caracterizó por tener muchas ilustraciones y crónicas sobre moda y belleza, y el uso de corresponsales francesas.

En 1918 pasó a ser propiedad de los hermanos Tamayo Álvarez, y en 1953 de los hermanos Restrepo Suárez, con el paso de los años los temas abordados por la revista fueron cambiando y variaron entre políticos, económicos, sociales y literarios.



Ilustración 12: Portada revista cultural Cromos de Colombia. Fuente: Panorama Cultural

Durante la Primera Guerra Mundial, los temas recurrentes fueron el cuerpo y el vestido, además de la participación de la mujer en deportes al aire libre, la vinculación al trabajo que requiere de prendas funcionales, reconociendo a la mujer ama de casa que primaba en Colombia. También estudió mucho a la Bogotá de la época que estaba muy influenciada por Europa, la nueva infraestructura y los nuevos servicios que aparecían. De igual manera, el

refuerzo de la imagen de la mujer como símbolo de deseo del hombre y la importancia de su cuidado físico en su rol como esposa y madre.

En relación a la revista Cromos, significó una gran muestra del poder económico y la necesidad de la sociedad por publicitar modelos de vida y de expresión cultural para igualar el pensamiento colectivo.

2.1.4.2.3 Periodismo cultural en Argentina

El periodismo cultural en Argentina tuvo sus inicios a principios del siglo XX, época que coincidió con la era de la modernización y los diferentes cambios sociales que ocurrían en el país. En ese contexto, los periódicos comenzaron a incluir secciones culturales donde trataban sobre la literatura, el cine y las artes en general.

Uno de los primeros periodistas culturales argentinos fue Roberto Payró, quien escribía para el diario La Nación sobre teatro y literatura. También destacaron otras personalidades como Jorge Luis Borges, Victoria Ocampo, Julio Cortázar, Ezequiel Martínez Estrada, entre otros. En la década de 1960, surge el movimiento de periodismo cultural independiente que buscaba un enfoque más subjetivo cuando se cubría eventos culturales. Algunos de los representantes fueron Tomás Eloy Martínez, Rodolfo Walsh y Osvaldo Soriano.

Todo es Historia

Todo es Historia es una revista histórica argentina, fundada por el historiador Félix Luna en 1967 y se publica mensualmente. Se le considera la publicación sobre historia argentina más importante del país y una de las revistas culturales en castellano que ha tenido más publicaciones. La revista está inspirada por la revista francesa Miroir de l'Histoire.

Debido a la dictadura militar autodenominada Revolución Argentina, la revista tardó en ser instalada. Todo es Historia convocó a los historiadores más importantes de Argentina de variadas ideologías. En las primeras ediciones escribió el mismo Félix Luna bajo el seudónimo de Felipe Cárdenas, Osvaldo Bayer y León Benaró.

Después de un tiempo, se sumaron historiadores como Miguel Ángel Scenna, Juan Lucio Almeida, Salvador Ferla, Juan M. Vigo, las hermanas Jimena Sáenz y María Sáenz Quesada, Juan Carlos Vedoya, Francisco Hipólito Uzal, Horacio Sanguinetti, Roberto A. Ferrero, Guillermo Furlong, Roberto Etchepareborda, Ernesto J. Fitte, Luis Alén Lescano, Emilio Corbière, Felipe Pigna, Hugo Chumbita, Mabel Bellucci, Sergio Pujol y Rodolfo Terragno.

2.1.4.2.4 Periodismo cultural en Chile

El periodismo cultural en Chile inició a finales del siglo XIX e inicios del siglo XX, cuando los periódicos incluyeron secciones dedicadas a la cultura y las artes. Eduardo Barrios, quien escribía sobre literatura y teatro en el diario La Unión fue uno de los primeros periodistas culturales en el país. Otros periodistas destacados fueron Luis Orrego Luco y Carlos Silva Vildósola, quienes también escribieron sobre literatura y teatro en diversos periódicos.

Entre las décadas de 1950 y 1960, el periodismo cultural en Chile comenzó a tener presencia gracias a la aparición de revistas culturales como Atenea y Apsi. En ellas se publicaban artículos sobre literatura, arte, música y teatro, y se convirtieron en tribunas para la difusión de la cultura.

En la década de 1970, gracias al nacimiento de la Nueva Canción Chilena, el periodismo cultural comenzó a incluir la música popular y las expresiones culturales de la clase media y trabajadora, además de los diferentes movimientos sociales.

Revista Atenea

La revista Atenea fue creada por unos profesores de la Universidad de Concepción, dirigidos por Enrique Molina Garmendia, en 1924. Desde su concepción, quería ser una tribuna para la promoción de la obra de intelectuales, políticos, artistas y académicos. Por esta razón, se le conoció como un espacio abierto e integral para las ciencias y cultura.

Desde 1930 en adelante, con la dirección de Raúl Silva Castro, la literatura obtuvo más relevancia y la sección de reseñas tuvo más espacio en la publicación. Años después, Domingo Melfi, asumió la dirección hasta 1945. Entre 1946 y 1954, Luis Durand estuvo a cargo, en ese periodo, se añadieron cuentos, ensayos, poesías, reseñas y comentarios de libros.

Asimismo, publicaron las poesías, cuentos y novelas de autores como Pablo Neruda, Margarita Aguirre, Amanda Labarca, Gonzalo Rojas, Hernán del Solar y Miguel Arteche. Además, se compartieron ensayos y artículos críticos de intelectuales extranjeros como Albert Camus, Jean Paul Sartre, T.S. Elliot, Pío Baroja y Paul Valéry. También, se publicaron ediciones dedicadas exclusivamente al homenaje de escritores y géneros literarios.

2.1.4.2.5 Periodismo cultural en Bolivia

El periodismo cultural en Bolivia inició a principios del siglo XX. El escritor y periodista Franz Tamayo fue uno de los primeros periodistas culturales, él escribía sobre literatura y arte en el diario La Razón. Otros periodistas destacados de la época fueron José

Santos Vargas, Jesús Lara y Julio de la Vega, quienes también se especializaron en cultura y artes en medios de comunicación.

Entre las décadas de 1950 y 1960, se crearon las revistas especializadas en cultura como El Pabellón de la Cultura y Huellas, con este suceso, el periodismo cultural en Bolivia comenzó a tener mayor relevancia. Estas publicaciones incluían artículos sobre literatura, arte, música y teatro, y se convirtieron en importantes plataformas para la difusión de arte y cultura del país.

En los años 70, con el crecimiento del movimiento indígena y las luchas sociales, el periodismo cultural amplió sus fronteras e incluyó las tradiciones culturales de las comunidades indígenas y campesinas.

2.1.4.2.6 Periodismo cultural en Venezuela

El periodismo cultural en Venezuela tuvo sus inicios a principios del siglo XX. Durante las décadas de 1950 y 1960, aparecieron revistas culturales como Elite y Momento que se convirtieron en espacios de difusión de la cultura y trataban temas como la literatura, arte, música y teatro.

En la década de 1970, comenzó el auge del grupo cultural llamado El Grupo Sardo y el periodismo cultural acogió la cultura popular y las manifestaciones culturales de las comunidades más marginadas.

Uno de los pioneros del periodismo cultural en Venezuela fue el escritor y periodista Rufino Blanco Fombona, quien escribía sobre literatura y arte en el diario El Universal. Otros periodistas destacados de la época fueron Mariano Picón Salas y Arturo Uslar Pietri, quienes también escribieron sobre cultura y artes en diversos medios de comunicación.

El Grupo Sardo

Sardio fue una especie de un grupo literario de ideología opositora a la dictadura de Marcos Pérez Jiménez entre los años 1954 y 1955. En 1958, se crea la revista homónima Sardio que sacó ocho números después de que la dictadura cayera. Se publicaban textos de diversos géneros entre ficción, de opinión y artículos.

En cada número de Sardio aparecía un equivalente a un manifiesto, en el que se reformulaban los ideales del grupo según era necesario respecto a la realidad que se vivía.

2.1.4.2.7 Periodismo cultural en Costa Rica

Entre las décadas de 1950 y 1960, aparecieron revistas culturales como Repertorio Americano y Trópico, estas publicaciones ayudaron al auge del periodismo cultural en Costa Rica debido a que se convirtieron en plataformas que difundían sobre arte, literatura, música y teatro.

José Marín Cañas, quien escribía sobre literatura y arte en el diario La Prensa Libre, se convirtió en un importante difusor del periodismo cultural. Otros periodistas destacados de la época fueron Fabián Dobles y Carmen Lyra.

En la década de 1970, con la aparición de la agrupación cultural llamada Grupo 70, el periodismo cultural buscó cubrir muchas de las necesidades que este grupo reclamaba como la integración de la cultura popular en las publicaciones culturales.

Repertorio Americano

La revista Repertorio Americano fue creada por Joaquín García Monge quien la publicó de 1919 a 1958 sin interrupciones. Isaac Felipe Azofeifa logró que proyecto se volviera a reeditar en IDELA y se convirtió en una importante publicación universitaria que tenía una proyección cultural internacional y que proporcionaba una visión latinoamericana de la

percepción de la cultura en Costa Rica. Con el tiempo, Repertorio Americano se volvió una fuente relevante de información cultural con un amplio apoyo de la sociedad costarricense.



Ilustración 13: Portada de la revista Repertorio Americano de Costa Rica. Fuente: Hemeroteca Mariátegui

2.1.5 El periodismo cultural en el Perú

Los constantes cambios de gobierno, guerras y conflictos sociales hacían que la agenda periodística otorgue más importancia a cubrir estos eventos, desde la salida de los españoles hasta la Guerra del Pacífico, muchos periódicos nacieron entre ellos El Comercio. Las influencias extranjeras eran muy visibles en los diarios peruanos, estos buscaban asemejarse al Morning Herald de Gordon o al Tribune de Greeley, está de más mencionar a World de Joseph Pulitzer y al New York Journal de William Randolph Hearst, quienes marcaron la pauta de la época y el periodismo peruano conoció al sensacionalismo, y comenzó la época donde el contenido amarillista predominaba en los productos periodísticos nacionales.

En 1837, nace el periódico Museo Erudito en Cusco donde se reunirá información concerniente a la historia, geografía, bellas letras o bellas artes, y prometían recurrir a las

‘fuentes del buen gusto’ con tal de mejorar las costumbres y el ‘progreso de la ilustración’. Después de un tiempo cambia su enfoque y se dedica a informar sobre los trabajos dedicados al Perú, posteriormente, el diario sale de circulación, pero vuelve tiempo después para dedicarse a escribir sobre los héroes de independencia, mártires de la libertad y ciudadanos notables.

La Revista de Lima fue otra publicación que se dedicó a presentar informaciones culturales, entre ellas, la poesía lírica destacó por su participación en la primera etapa de la revista, alrededor de 30 poetas escribieron para los 7 primeros tomos, entre ellos, Ricardo Palma, Arnaldo Márquez y Carlos Augusto Salaverry. A su vez, los cuentos históricos también fueron protagonistas y Juan Vicente Camacho se convirtió en la fuente principal. Otro de los géneros literarios que aparecieron en la revista fue la novela literaria de la mano de Luis Benjamín Cisneros, aunque no se desarrolló mucho en la época. Por su parte, el teatro no tuvo mucha presencia debido a que no supo evolucionar como en épocas pasadas, García, C. (2009) señala que el máximo representante del teatro era Ricardo Palma y él creía que Europa ya no podía enseñar nada debido a que ya no podía comprender la realidad del ‘Nuevo Mundo’.

Por su parte, El Correo del Perú tenía como colaboradores a Ricardo Palma, Carlos Augusto Salaverry y Acisclo Villarán, quienes se encargaron de darle el toque cultural al diario. No era sorpresa encontrar en alguna edición las Tradiciones de Palma, poesía o reseñas a libros extranjeros y nacionales, así como también, biografías sobre los mismos escritores. El Ollantay, traducido al castellano, también tenía sus apariciones al igual que artículos dedicados a la literatura europea.

Entre 1848 y 1875 llegaron avances tecnológicos como el daguerrotipo, la máquina de escribir, el cinematógrafo o el telégrafo, sin embargo, todo esto solo significaba que los medios

de comunicación tenían que cambiar y adaptarse. En 1895, los diarios peruanos comentaron los ingenios de Thomas Edison, tiempo después el kinetoscopio es exhibido por primera vez en la Plaza de Armas de Lima, evento que fue cubierto por todos los medios locales. El 3 de enero de 1897 se realiza la primera proyección del vitascopio, otro artefacto cinematográfico, en el Jardín Estrasburgo de la Plaza de Armas, al día siguiente, el diario El Tiempo publica una reseña sobre el espectáculo ofrecido por este aparato que dejó impactados a todos. Días después, el mismo periódico informa sobre el aumento de la popularidad del vitascopio. En 1899, El Comercio informa sobre la llegada del cinematógrafo a la ciudad de Arequipa, a su vez, todos los medios registraban el paso de este artefacto por las ciudades del Perú.

PERIODISMO CULTURAL EN PERÚ DEL SIGLO XX

Luego de la Primera Guerra Mundial, el poder político trató de reorganizar las sociedades que estaban afectadas económica y socialmente después del conflicto. En el mundo, el fascismo italiano y las dictaduras europeas y latinoamericanas aparecieron y junto con ellos, el reforzamiento del ideal democrático.

La prensa apoyó mucho este proceso y la radio se convirtió en un fuerte aliado para la difusión de ideologías. El uso de lenguaje novedoso y la agresividad competitiva fueron las características que definieron a los medios de comunicación de la época. Sin embargo, también surgía un movimiento que buscaba escapar de la realidad y comenzaron a usar a la prensa como responsable del entusiasmo colectivo.

Augusto B. Leguía, presidente del Perú, tuvo una relación más complicada con la prensa durante su primer gobierno. Las críticas a su mandato hicieron que instaurara una

dictadura que persiguió a los partidos políticos y tuvo un especial ensañamiento con todo el periodismo, incluso los que estaban a favor de él.

El caso del diario La Razón también fue relevante debido a su influencia en el debate de la oposición. Fue dirigido y fundado por José Carlos Mariátegui, a quien le tocó vivir la transición entre los mandatos de José Pardo y Augusto Leguía.

La revista Amauta

Amauta fue una revista cultural peruana que se creó en 1926, fue un punto de encuentro para muchos intelectuales peruanos debido a que fue un espacio de debates sobre corrientes culturales, pensamientos peruanos, sociales, e incluso latinoamericanos y europeos. “Esta revista en el campo intelectual, no representa un grupo. Representa, más bien, un movimiento, un espíritu”, escribió José Carlos Mariátegui (1926) en la presentación del primer número de Amauta.

Cuando vuelve de Europa, Mariátegui tiene el deseo de crear una publicación que difunda la cultura peruana y latinoamericana. Intentó publicar la revista Vanguardia: revista semanal de renovación ideológica. Voz de los nuevos tiempos en 1925, pero por distintas razones no se llegó a culminar el proyecto. Sin embargo, a Mariátegui no se le iba las ganas de poder editar un producto cultural. Así nace Amauta, una revista mensual de arte, literatura, doctrina y polémica.

“Hace dos años, esta revista habría sido una voz un tanto personal. Ahora es la voz de un movimiento y de una generación”, explica José Carlos Mariátegui (1926) en la presentación de Amauta, que tuvo de subtítulo: Voz de la nueva generación.

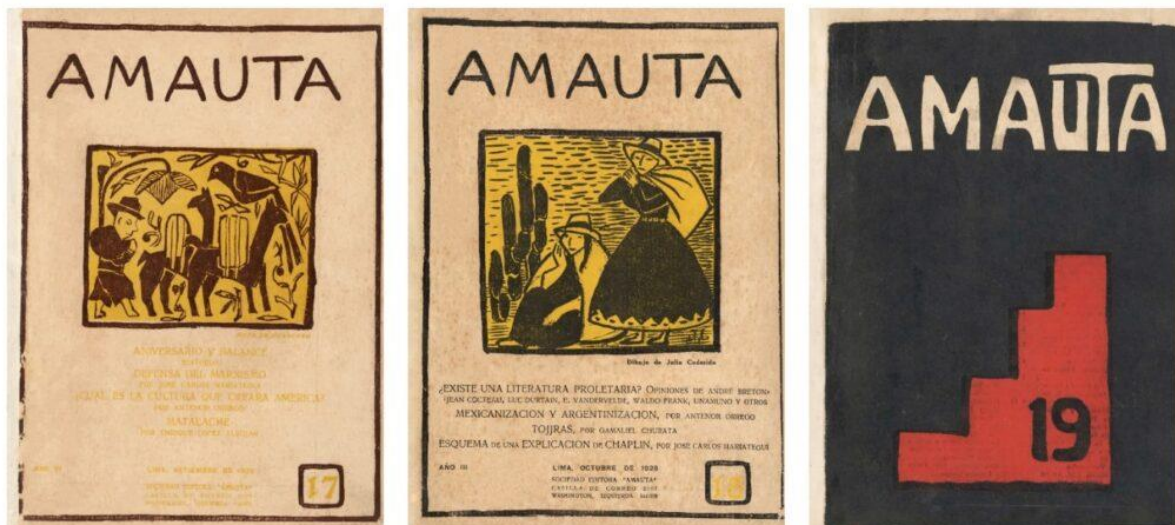


Ilustración 14: Portada de la Revista Amauta, creada por José Carlos Mariátegui. Fuente: Archivo José Carlos Mariátegui

El mismo día de la presentación de la revista Amauta, Mariátegui explica que el objetivo de la publicación es esclarecer, conocer y plantear los problemas peruanos desde un punto de vista científico y doctrinario. Asimismo, buscaba estudiar los movimientos políticos, literarios, artísticos y científicos, también poner al Perú dentro del panorama mundial intelectual.

La revista Amauta tuvo treinta y dos números y tuvo ediciones mensuales, bimensuales y un periodo de silencio entre los números 9 y 10, publicados en mayo y diciembre de 1927, respectivamente, debido a la clausura temporal que sufrió la revista debido a la crítica realizada al gobierno de Augusto Leguía.

La primera publicación de Amauta incluyó la tercera entrega del suplemento Libros y Revistas, que pasaría a ser parte de la revista hasta su entrega número 30, este suplemento ya tenía dos números anteriormente publicados. En la portada de la primera entrega de Amauta, se resumía las ideas que tenía Mariátegui para la revista, José Sabogal fue el artista responsable

por la carátula y por todo el aspecto gráfico de la revista. Además, contribuyó en el interés de Mariátegui por los debates indígenas del sur andino.

La revista constó de tres periodos, el primero corresponde a partir de su primera entrega hasta la número 17, en la cual Mariátegui cambia el formato a uno más pequeño; el segundo periodo abarca desde la entrega número 18 hasta la 29, que fue el último número dirigido por Mariátegui; la última fase ocurre después de su muerte, Ricardo Martínez de la Torre fue el encargado de dirigir los últimos tres números.

Los autores nacionales e internacionales más representativos que participaron de Amauta son José María Eguren, Luis E. Valcárcel, Antenor Orrego, Sigmund Freud, Alberto Hidalgo, Magda Portal, Serafín del Mar, George Grosz, Víctor Raúl Haya de la Torre, Xavier Abril, César Vallejo, Jorge Basadre, Juana de Ibarbourou, Ángela Ramos, Enrique López Albújar, José Vasconcelos, Luis Alberto Sánchez, Juan Parra del Riego, Gamaliel Churata, Carlos Oquendo de Amat, Miguel de Unamuno, André Breton, María Wiese, Filippo Tommaso Marinetti, Gabriela Mistral, César Moro, Martín Adán y Pablo Neruda.

Amauta logró reunir a una gran cantidad de artistas, escritores, intelectuales, educadores y trabajadores, así como establecer vínculos con grupos culturales, educativos y sociales en diferentes regiones del Perú.

Amaya, D. (2017) subraya que: “Amauta dio impulso y renovación al proceso de reivindicación indígena iniciado en la década anterior. También a la renovación de la producción literaria y artística. Esto significó ser una tribuna de difusión y debate de diversos movimientos.

Amauta y Mariátegui fueron importantes agentes culturales que pusieron en contacto a los actores culturales de diversos lugares, dinamizando su producción y el diálogo. De este modo fue un puente cultural, intelectual, un espacio de articulación y encuentro”.

Revista Variedades

Variedades fue una revista semanal ilustrada que marcó un hito en el periodismo gráfico de inicios del siglo XX. Fue la sucesora de Prisma, su primero número salió el 7 de marzo de 1908. Su director fue Clemente Palma hasta el año 1930 aproximadamente, desde ese año el encargado fue Ricardo Vegas García. Sus páginas ofrecen una visión de la realidad política, social, cultural y deportiva de la Lima de la época.

Entre sus principales colaboradores estuvieron Manuel Beingolea, Enrique Bustamante y Ballivián, José Santos Chocano, José María Eguren, José Gálvez, José Carlos Mariátegui, Angélica y Clemente Palma, Horacio H. Urteaga y César Vallejo.

Por los cien años de la proclamación de la independencia del Perú, Variedades publicó una edición especial con artículos y registros fotográficos especiales.

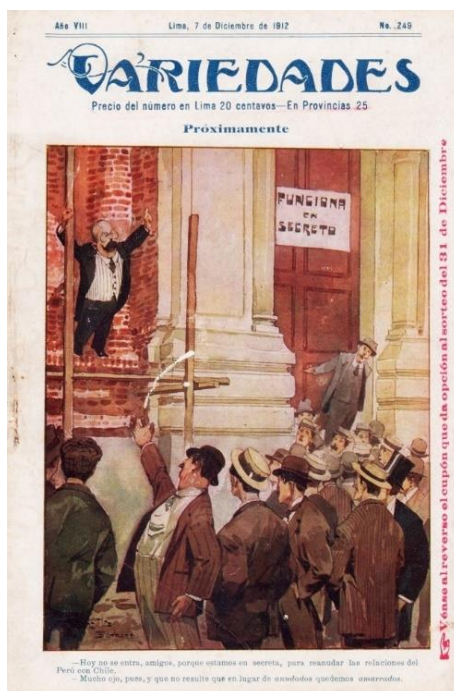


Ilustración 15: Portada de revista Variedades de Perú. Fuente: Una Lima que se fue

Variedades, ofrecía una diversidad de temas, que como su nombre lo dice, era para atraer a todo tipo de lectores. Había secciones de caricaturas como Chirigotas, La caricatura en el extranjero y Gente de casa. También ofreció productos literarios, económicos y políticos, así como información de moda, teatro y espectáculos. También tuvo Figuras y aspectos de la vida mundial, sección que estaba a cargo de José Carlos Mariátegui, que permitía conocer aspectos del extranjero.

Por otra parte, tenía secciones como De provincias y Recetas caseras, que daban un aire local a la revista; por ejemplo, las recetas iban desde cómo curar quemaduras hasta cómo evitar a las termitas.

PERIODISMO CULTURAL EN PROVINCIAS

Periodismo cultural en Arequipa

El periodismo cultural en Arequipa durante el siglo XX fue muy importante para el desarrollo y promoción de la cultura y las artes en la ciudad. En la época, hubo varios medios de comunicación que se dedicaron a la cobertura de temas culturales, como el periódico La Voz de Arequipa y la revista cultural Kukuli.

En la década de 1930, La Voz de Arequipa comenzó a publicar una sección dedicada a la cultura, que incluía noticias sobre eventos culturales, reseñas de libros y obras de teatro, y entrevistas con artistas nacionales. En la década de 1950, la revista Kukuli se convirtió en un importante medio de difusión cultural en Arequipa, y en ella se publicaron artículos sobre literatura, arte, música, teatro y cine, así como sobre la historia y el patrimonio de la ciudad.

En la década de 1970, el diario El Pueblo también comenzó a dedicar una sección a la cultura, en la que se cubrían los principales eventos culturales de la ciudad y entrevistas con artistas locales y nacionales.

En este siglo también hubo importantes figuras del periodismo cultural en Arequipa, como el poeta y periodista Juan Guillermo Tejada, quien fundó la revista cultural La Farsa en 1963, y el escritor y periodista Raúl Allain, quien fue uno de los fundadores de la revista Kukuli en la década de 1950.

Periodismo cultural en Cusco

Durante el siglo XX, el periodismo cultural en Cusco, tuvo una presencia significativa en los medios de comunicación de la ciudad. La importancia del patrimonio cultural de Cusco y su legado histórico y artístico fueron algunos de los temas que los periodistas culturales abordan con frecuencia.

Uno de los medios de comunicación más influyentes en la cobertura de temas culturales en Cusco fue el diario El Sol, fundado en 1944. A través de sus páginas, se difundió la obra de escritores, artistas y músicos locales, y se informó sobre eventos culturales en la ciudad, como festivales de teatro y música, exposiciones de arte y presentaciones de libros.

Otro medio importante para el periodismo cultural en Cusco fue la revista Cusco en la Historia, fundada en 1952. La revista se enfocó en la historia y el patrimonio cultural de la ciudad, publicando artículos de investigación, reseñas de libros y entrevistas con expertos y estudiosos del tema.

En la década de 1960, surgieron nuevas publicaciones culturales en la ciudad, como la revista Puka Ñawi y el boletín Inka Pacha, que se enfocaron en la difusión de la cultura andina y la literatura quechua. También se destacó el trabajo de algunos periodistas culturales, como José Gabriel Condorcanqui y Antonio Benavides, quienes, a través de sus artículos y crónicas en diferentes medios, difundieron la cultura y las tradiciones cusqueñas.

Periodismo cultural en Trujillo

Uno de los medios más importantes fue el diario La Industria, fundado en 1906, que comenzó a publicar una sección dedicada a la cultura en la década de 1920. En esta sección se cubrieron temas como la literatura, el teatro, la música y las artes plásticas, y se realizaron entrevistas con artistas locales y nacionales.

En la década de 1950, se fundó la revista Trujillo Literario, una publicación bimensual que se enfocó en la literatura y las artes en la región. La revista publicó poemas, cuentos, ensayos y crónicas de escritores locales y nacionales, y se convirtió en un importante medio para la promoción de la literatura en Trujillo.

En la década de 1960, surgieron otras publicaciones culturales en la ciudad, como Cultura y Sociedad y La Voz de Trujillo. Estas publicaciones se enfocaron en la difusión de la cultura y las artes en la región, y cubrieron temas como el cine, la música, la literatura y el teatro.

También se destacaron figuras del periodismo cultural en Trujillo, como el poeta y periodista César Moro, quien fue uno de los fundadores de la revista Trujillo Literario, y el escritor y periodista Luis Alberto Sánchez, quien trabajó como editor de la sección cultural del diario La Industria en la década de 1920.

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Nacional

El autor Cabanillas, J.M. en su investigación “Presencia del periodismo cultural en los diarios más leídos de Lima, Trome, Ojo y El Comercio, enero-febrero 2018” realizada en el 2018, tuvo como objetivo identificar la presencia del periodismo cultural en 3 de los diarios más leídos de Lima enfocado en la función educativa que cumplen con respecto a las publicaciones literarias y artísticas, además, propone cambiar el enfoque y examinar desde otra perspectiva, la naturaleza de la cultura y manifestaciones similares. El estudio es descriptivo no experimental, el estudio será planteado en una población de 180 diarios, subdivididos en 60 diarios del Trome, 60 diarios del Ojo y por último 60 diarios del Comercio. El instrumento que será utilizado para recopilar la información es una ficha de registro, aplicando una técnica de observación. Del cual se obtendrán datos numéricos de manera cuantitativa y objetiva. La conclusión fue que sí existe presencia cultural en los diarios Trome, Ojo y El Comercio, pero en diferentes frecuencias. Por su parte, El Comercio fue el periódico que tiene más representaciones culturales con un total de 24%, Ojo salió en segundo lugar con 8%, y el diario

Trome con solo 3%. El resultado principal: el diario El Comercio presenta mayor número de noticias culturales, con 60 notas en comparación a Ojo que expresa 17 noticias y, finalmente, Trome con 8 notas. La recomendación principal: implementación de mayor número referidas al periodismo cultural, especialmente en los diarios ‘Trome’ y ‘Ojo’, donde la presencia de este género periodístico fue muy baja.

Mamani, G. y González, A. en su investigación “Tratamiento informativo sobre temas culturales locales en el diario Correo durante el mes de junio del 2018, Arequipa” publicada en el 2018, tuvo como finalidad determinar aspectos importantes del tratamiento periodístico como las fuentes utilizadas, el alcance de la información y la cobertura que le dan los diarios a las noticias culturales, que, dentro de su localidad, son importantes y concurrentes. La investigación fue de carácter descriptivo y el instrumento utilizado fue la base de datos, la cual fue validada por tres juicios de expertos. La conclusión principal: Los temas culturales publicados en la sección “Primera Fila” del diario Correo Arequipa en junio del 2018, fueron más por el indicador de interés, seguido de actualidad y novedad. El resultado principal: de todas las publicaciones sobre contenidos culturales en la sección “Primera Fila” del diario Correo Arequipa, 35% corresponde a interés, 34% de novedad y un 31% de actualidad. La recomendación principal: el diario Correo debe prestarle mayor atención a los eventos y actividades culturales que se realizan diariamente por instituciones públicas y privadas en la ciudad de Arequipa.

El autor Aguilar, J. en su investigación “Presencia del periodismo cultural en los medios digitales Útero y la Mula, setiembre 2019” realizada en el 2019, tuvo como objetivo determinar la importancia que tiene el periodismo cultural en los medios mencionados además de conocer la cantidad de videos y su duración que se pueden encontrar en estas publicaciones. La

investigación tiene un enfoque cuantitativo, descriptiva no experimental y tuvo como población a las publicaciones culturales como literatura, teatro, música, cine y artes plásticas en los medios digitales Útero y La Mula; el instrumento utilizado fue la ficha de registro aplicando la técnica de observación con escala nominal. La conclusión principal: el medio digital La Mula tiene mayor presencia del periodismo cultural en su portal en todos los ámbitos, a comparación de Útero que tiene preferencia por las notas informativas sobre política; sin embargo, La Mula no supera en número a las publicaciones políticas que se encuentran en primer lugar. El resultado principal: el medio digital Útero presentó un 12.20% de notas informativas culturales de un total de 49 notas, mientras que La Mula refleja un 36.1% de notas en el ámbito cultural de un total de 346 redacciones.

Valle, M.G. en su investigación “El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de "El Comercio, La República y El Peruano” publicado en el 2014, tuvo como finalidad presentar una propuesta de concepto de periodismo cultural que esté más acorde con la sociedad actual, la cual se caracteriza por ser multicultural. Para la metodología de la investigación, tiene un enfoque cualitativo, descriptiva y tuvo como población a las secciones culturales de los diarios El Comercio, La República y El Peruano. La conclusión principal: la literatura es una cuestión que tiene fuerte presencia en los diarios El Comercio, La República y El Peruano, debido a que la producción literaria ha ido en aumento. El resultado principal: en el periodo establecido se pudo observar que el problema principal de las notas culturales fue la música con 32% y 24% entre octubre y noviembre, respectivamente. La recomendación principal: aperturar el concepto de periodismo cultural debido a que los últimos años, la visión elitista que se pensaba sobre la cultura, ha

cambiado y pasó a ser multicultural, lo que obliga a replantear la definición de periodismo cultural.

La autora Pumahuacre, K. en su investigación “El periodismo cultural en el distrito de Ayacucho en el 2017” realizado en el 2019, tuvo como objetivo determinar el espacio que los medios de comunicación les dedican a los contenidos culturales, además se busca averiguar cómo tratan la noticia, el grado de especialización de los periodistas y profundizar en las concepciones de lo cultural y cultura. La investigación fue cualitativa, de nivel descriptiva y las técnicas usadas fueron el análisis de contenido y la entrevista. El objeto de estudio fueron los diarios Correo Ayacucho, Jornada y La Voz de Ayacucho, y la entrevista fue a Jorge Carhuallanqui, Antonio Effio y Edith Mota. La conclusión principal: la sección cultural en los 3 diarios analizados aparece de manera eventual, es decir, no están incluidos en la agenda informativa; además, los medios deciden no publicar información cultural porque no es prioridad por lo que la búsqueda de datos no es exhaustiva y tampoco tienen una correcta manera de difundir este tipo de noticias al público, por lo que se le considera como “relleno”. Los resultados fueron que la página cultural es la responsable de informar diariamente la actividad cultural, sin embargo, en los tres diarios analizados no cumplen esta función, ya que las ediciones culturales no son permanentes. Asimismo, sostiene que el periodismo cultural tiene una responsabilidad en el tratamiento de las cuestiones culturales que emiten los diarios o los medios de comunicación. A pesar de la importancia que enmarca la esencia del periodismo cultural para el hombre y la sociedad, en la actualidad, como nos demuestra el análisis realizado, la prensa ayacuchana no le otorga la valoración que merece al asunto cultural.

2.2.2 Internacional

Cruz, P. y Rosera, S. en su investigación “El periodismo cultural en los medios ecuatorianos” realizada en el 2012 para la revista Comhumanitas, busca comprender cómo determinadas representaciones de cultura se forman en el quehacer periodístico diario, enfocándose en las dinámicas que desarrollan los periodistas. La investigación fue de carácter descriptivo y el instrumento utilizado fue una ficha de observación. A través de dos aproximaciones metodológicas, una de análisis de contenido aplicada a 10 medios impresos y audiovisuales, y otra etnográfica en el área de redacción de un diario capitalino, ambas se desarrollaron en el transcurso de una semana típica de publicaciones. La conclusión principal: La producción audiovisual es permanente en Ecuador, pero está marcada por la agenda mediática coyuntural y se suele reducir a lo estético, masivo o popular. El resultado principal: La producción de notas culturales en prensa escrita supera a la de los medios audiovisuales. La recomendación principal: no centrarse en lo masivo y en la idea que la cultura está relacionada con las “bellas artes” debido a que puede dar una idea sesgada al público, asimismo, establecer una búsqueda exhaustiva y rigurosa de los datos para la elaboración de las notas periodísticas.

La autora Delgado, Z. En su investigación “Periodismo Cultural: Una comparativa de la prensa peruana en España y Perú” publicada en el 2017 busca conocer e identificar las diferencias y las características, respectivamente, entre los medios más representativos de Perú y de España. Además, busca encontrar qué técnicas se pueden implantar en el otro para impulsar un mayor desarrollo de la práctica periodística. Los diarios analizados fueron El Comercio de Perú y El País de España debido a su popularidad. La metodología fue cuantitativa y cualitativa, para tener datos exactos y poder interpretar los datos. Por 60 días se analizaron los medios elegidos. La conclusión principal: ambos medios han tocado entre 20 y 19

expresiones culturales en el periodo de estudio, además, los dos toman cubren por excelencia el cine y la música, cuyas notas mayormente son reseñas. Resultado principal: el formato es diferente, por su lado, El Comercio tiene su sección cultural como “suplemento” lo que le otorga mayor cantidad de páginas y el uso de una portada propia; El País mantiene a la sección cultural dentro de la edición principal, por lo que tiene menor cantidad de páginas. Sin embargo, El Comercio incluye secciones que no son consideradas como cultura, amenidades, sociales y avisos del Club de El Comercio, mientras que El País no lo hace.

Ortega, G. en su investigación “Hugo Gutiérrez Vega: Problemas que enfrenta el periodismo cultural en la actualidad (Entrevista de opinión)” realizada en el 2011 busca reconocer la aportación que Hugo Gutiérrez Vega ha realizado a la cultura y el periodismo cultural, debido a la difusión de las Bellas Artes y cómo las pone al alcance de un gran número de público sin importar sus estratos sociales. A través de una entrevista telefónica, se logra contar algunos fragmentos de la vida de Gutiérrez, su camino por las Bellas Artes, como director en La Revista de la Universidad, director de Difusión de la UNAM y Rector de la Universidad de Querétaro. Además, se centran en los problemas que enfrenta el periodismo cultural en la actualidad. La conclusión principal: El periodismo cultural no desaparecerá pues forma parte de unas de las características de la civilización que no pueden extinguirse; sin embargo, puede sufrir momentos de crisis y para salir de estos, tendrá que adaptarse a los nuevos tiempos.

Ferracutti, D. en su investigación “De ‘Cultura y nación’ a ‘Spoot’: cultura y coolture en el diario Clarín (1988-2018)” publicada en el 2020 busca conocer la construcción del campo cultural que adoptó el diario Clarín en sus suplementos culturales en el período 1988- 2018, buscando identificar los tópicos más frecuentes a lo largo del tiempo. La metodología utilizada

fue cuantitativa, utilizando la técnica de análisis de contenido con un diseño longitudinal para recolectar datos a través del tiempo en el período 1988-2018, con el objetivo de conocer y comparar la cobertura del campo cultural que realizó Clarín. La recolección de datos fue hecha sobre una periodización quinquenal, para alcanzar un total de 7 años estudiados: 1988, 1993, 1998, 2003, 2008, 2013, 2018. La conclusión principal fue que la cantidad de géneros periodísticos utilizados por el periodismo cultural para llevar adelante su labor en suplementos especializados, revistas culturales, y otros medios de comunicación masivos, son variados y no excluyen a la crónica, la entrevista, ni las columnas noticiosas. La conclusión fue que los hallazgos confirman la hipótesis gracias a la comparación de los enfoques de 1988 con los de 2018, se puede ver que este último presenta una distribución mucho más rica en su composición temática. No obstante, no quedan dudas de que Clarín, en casi todo el período analizado, presenta una idea de cultura muy cerrada que destaca primordialmente a la literatura y a las ciencias sociales en segunda instancia. Los resultados fueron en materia de ‘temas’, En 2018, la composición cambia drásticamente, dado que “Spot” surge como un suplemento multitemático, como un espacio donde conviven entrevistas a personalidades de la cultura, novedades en televisión, estrenos de cine y teatro, la moda y la gastronomía. En este año, la mayor cantidad de notas corresponde al rubro de espectáculos, seguido por música, teatro y danza en segundo lugar y el rubro otras en el tercero, apareciendo recién la literatura en el cuarto lugar. Con relación a ‘Lugares de cultura’, la cobertura sobre el interior del país en los artículos que recabamos fue bastante pobre, teniendo en cuenta que Clarín es un diario que apela a cubrir lo que pasa en todo el territorio nacional. Con respecto a ‘Géneros periodísticos’ se puede advertir que existe aproximadamente un equilibrio entre ambos géneros, con un leve predominio de la información y la pretensión de objetividad, pero que no quita que en el campo cultural que construyó el diario la opinión y la subjetividad sean casi igual de importantes.

Santos Silva, D. en su investigación “Cultural Journalism in a Digital Environment: New Models, Practices and Possibilities” elaborada en el 2015 busca reconocer cómo los medios europeos culturales o que tienen una importante sección dedicada a la cultura están innovando en el ambiente digital, específicamente busca identificar las estrategias de innovación para tratar a la cultura, editoriales y el uso de las herramientas digitales para el posicionamiento, contar historias, relación con el público y el modelo de negocios. Se realizó un estudio donde se estudiaron variables cualitativas: características de la web y el análisis del contenido, y variables cuantitativas: análisis del contenido web; los elementos estudiados fueron The Guardian (Londres), Público (Lisboa), Monocle (Londres) y Notodo por la La Fábrica. La conclusión principal: no se puede extrapolar los resultados del análisis del contenido de la prensa impresa con la digital, a menos que la plataforma digital sea igual a la impresa. Los resultados fueron que debido a que las realidades son muy diferentes en cuestión de espacio, línea editorial, convergencia de contenidos y las maneras de atrapar al lector. Además, se encontró una nueva manera de presentar información en la web usando videos, galerías o podcasts, The Guardian representa al 20% de todos los géneros periodísticos identificados; Monocle presenta un 10% de su información con videos editado por la compañía, especialmente en las notas de películas. Por su parte, Público representa un total de 4% en todos los géneros.

2.3 Bases teóricas

2.3.1 Ausencia de contenidos culturales

2.3.1.1 Manifestaciones culturales

Hay diversas razones por las cuales los periódicos pueden tener una presencia limitada de cultura. En primer lugar, los periódicos tienen una cantidad limitada de espacio disponible,

lo que significa que deben seleccionar cuidadosamente los asuntos que van a cubrir. En muchas ocasiones, las cuestiones de actualidad y los asuntos políticos y económicos tienden a ocupar la mayor parte del espacio en los periódicos.

Además, la cultura puede ser vista por algunos periódicos como un problema menos importante o menos urgente que otras noticias. Algunos pueden argumentar que la cultura no es algo que tenga un impacto directo en la vida de las personas, o que no es algo que sea considerado una prioridad para la mayoría de los lectores.

Otra razón por la cual puede haber una presencia limitada de cultura en los periódicos es la falta de recursos y personal especializado. La cobertura de la cultura puede requerir un conocimiento especializado en áreas como la literatura, el arte, la música y el cine. Sin el personal adecuado para cubrir estos asuntos, los periódicos pueden no tener la capacidad para producir contenido de calidad en estas áreas.

La primera característica que se puede identificar es su relación, como ya fue anteriormente mencionado, por las manifestaciones artísticas. Sin embargo, desde hace varios años se viene confundiendo con el término bellas artes, y los medios lo vienen relacionando con la élite, pues creen que ese es el estrato social que más se interesa en lo cultural. Esta investigación se centrará en el cine, literatura, teatro, artes plásticas y música debido a que son las que tienen más presencia en diversos medios de comunicación.

Sub dimensión Cultura

La sub dimensión cultura –insertada en las Manifestaciones culturales–, es un campo grande y con muchas facetas concerniente al conjunto de valores, creencias, normas, prácticas, tradiciones, arte, conocimientos y comportamientos compartidos por un grupo de personas.

Así, la cultura está relacionada a la forma en que las personas perciben el mundo, se relacionan entre sí y se organizan en sociedad.

También es la responsable de formar la base de la identidad individual y colectiva de las personas, esto ayuda a las sociedades a comprender quiénes son y de dónde vienen. El tener un sentido de pertenencia a un grupo cultural o étnico, contribuye a la cohesión social y el sentido de comunidad.

Cultura también es el lenguaje, cada cultura tiene su propio idioma o dialecto que es la manera en la que las personas se comunican refleja sus valores, creencias y tradiciones, que son prácticas culturales transmitidas de generación en generación, como festivales, ceremonias religiosas, celebraciones y rituales de paso.

Es importante tener en cuenta que la cultura es dinámica y evoluciona con el tiempo debido a la influencia de factores como la globalización, la migración, la tecnología y los cambios sociales. Cada cultura es única y se refleja en la identidad de un grupo de personas, y su comprensión es fundamental para entender y respetar la diversidad en el mundo.

Al no ser estática, la cultura evoluciona con el tiempo. Las sociedades necesitan innovar, adaptarse a los cambios y resolver problemas. La cultura proporciona una base para la creatividad y la invención, además de ser un vehículo para la transmisión de conocimientos, habilidades y sabiduría de una generación a otra. A través de tradiciones orales, escritas y prácticas culturales, se preservan y comparten conocimientos.

La interacción entre diferentes culturas a través de la historia ha llevado a la mezcla de ideas, valores y prácticas en lo que se conoce como interculturalidad. Este efecto promueve la

tolerancia y el respeto hacia otras culturas y formas de vida. La diversidad cultural enriquece la sociedad al ofrecer diferentes perspectivas y enfoques para abordar los desafíos.

La cultura también es una fuente de creatividad y expresión artística. Las manifestaciones culturales como la música, la literatura, el arte y el cine enriquecen la vida de las personas y contribuyen al desarrollo cultural y artístico de una sociedad, además de ser parte fundamental para la construcción de la memoria colectiva y la preservación de la historia de una sociedad. Las tradiciones, monumentos y narrativas culturales ayudan a las generaciones futuras a comprender su pasado.

El arte y la cultura están muy relacionados y se influyen mutuamente de varias maneras. El arte es una expresión creativa y estética que se considera una manifestación vital de la cultura de una sociedad.

El arte es la forma de expresión cultural más representativa ya que a través de ella conocemos los valores, creencias, experiencias y la identidad de una comunidad o grupo cultural, también se pueden transmitir sus pensamientos, emociones y experiencias de una manera que trasciende las barreras del lenguaje.

Las obras de arte, ya sea en forma de pinturas, esculturas, música, danza, literatura u otras expresiones, a menudo encapsulan la esencia de una cultura. Pueden representar la historia, las tradiciones, los mitos y las experiencias de un grupo cultural, lo que contribuye a la preservación y promoción de su identidad cultural.

Para poder difundir la cultura de una sociedad con otras comunidades necesitamos usar el arte. Las exposiciones artísticas, conciertos, representaciones teatrales y películas pueden introducir a las personas en la cultura de otros lugares.

Además, el arte se suele convertir en parte del patrimonio cultural de una sociedad. Las obras de arte históricas y arquitectura son ejemplos claros de símbolos culturales importantes y son preservados como tesoros culturales.

El objetivo principal del arte es celebrar la diversidad cultural al reconocer y apreciar las distintas tradiciones, estilos y perspectivas culturales que existen en el mundo, esto ayuda a promover la tolerancia y el respeto hacia otras culturas.

A través de diversas formas artísticas, las sociedades pueden comunicar su identidad, influir en el cambio social y fomentar la comprensión entre culturas. La relación entre la cultura y el arte es bidireccional, ya que la cultura influye en el arte y el arte a su vez influye en la cultura.

Así nacen las manifestaciones culturales, que son expresiones concretas y tangibles de la cultura de una sociedad o grupo de personas. Estas manifestaciones pueden tomar diversas formas, y cada una de ellas refleja la identidad, valores y tradiciones de una comunidad. Estas manifestaciones culturales son vitales para comprender y apreciar la diversidad de la cultura en todo el mundo. Además, sirven como medios para preservar y transmitir las tradiciones culturales de una generación a otra.

A partir de esta gran sub dimensión, se pueden determinar como sus manifestaciones, a las siguientes ramas.

- **Cine**

Conocido como el séptimo arte, el cine forma gran parte de la sociedad debido a la revolución que se formó con su aparición en 1895 gracias a los hermanos Lumiere, ya que su función va más allá de entretener, ahora se puede afirmar que el cine comunica y educa.

Bazin, A. (1996) define al cine como una prolongación de una imagen, la cual ya no solo

cautiva al espectador con la belleza de su existencia, sino que añade la duración como parte de su existencia.

Además, que el arte más influyente del siglo XX y por casi 60 años, fue el gran medio de expresión, nada ni nadie podía quitarle ese lugar. Los 7 géneros del cine son: acción, aventuras, ciencia ficción, comedia, no-ficción o documental, drama, fantasía y musical

La influencia del cine va más allá de los premios que pueda ganar o de los actores que participan en las películas, la verdadera gema se encuentra en el mensaje. No es coincidencia que cuando una película romántica se lanza en la cartelera, varias parejas van a los cines a verla. Alfred Hitchcock, cuando le comentaron sobre el éxito de su película Psycho, respondió, “Esto es cierto, pero la manera de construir esta historia y de contarla ha llevado al público a reaccionar de una manera emocional”. (1966). Por otro lado, puede ayudar a concientizar a las personas, por ejemplo, Bambi, la película animada de Disney hizo que los gobiernos y los espectadores conozcan sobre la realidad de la caza de animales; Born in Flames es otro modelo de este fenómeno, esta película documental explora el racismo, sexismo, feminismo y clasismo que se vivía en los años 80.

El cine no puso límites y los cineastas se involucraron en la política, espiritualidad, sociedad y crisis políticas, el cine mudo y la película de ‘El Gran Dictador’ es un claro ejemplo, junto a Charles Chaplin, realizan un discurso contra las dictaduras que quedó como uno de los grandes momentos del cine. Los actores no son pieza externa pues varios de ellos supieron cambiar la visión del mundo en cuestiones tan controversiales como que una mujer use pantalones por primera vez en la pantalla grande en los años 60.

Actualmente, el cine forma gran parte de nuestras vidas el ir a una sala de cine, comprar palomitas y ver la película es cada vez más sencillo, la tecnología también supo aprovechar este fenómeno y sacaron los films en 3D y 4D; además, las plataformas de streaming como Netflix, Amazon Prime, Disney +, entre otras, contienen un gran número de películas sin la necesidad de salir de casa, Díaz, E. (2014) explica:

“Ya está claro que el cine es algo que no va a desaparecer nunca o por lo menos no en un largo periodo de tiempo a lo mucho, dado que sin darnos cuenta nos ha influenciado desde su nacimiento y ya es algo que está arraigado a nuestras vidas, y debido a que es un medio de comunicación no creo que se puede desarraigar, es algo que ya sin siquiera verlo nos influencia dado que ya ha influenciado a la sociedad desde lo más profundo, hizo que su mundo viviera en nuestro mundo.”

○ **Literatura**

Si algo siempre estuvo presente en nuestras vidas fue la literatura, este arte se remonta siglos de siglos y no se detiene. La literatura no conoce ni de religión, gustos, idiomas o territorios pues todos la hemos utilizado, por teoría, el humano es un ser social y al ser la palabra el medio de comunicación predilecto, éstas quedan grabadas en hojas de papel, papiros, tablas, cartones, paredes; Moliner. M (s.f) reflexiona sobre el concepto de literatura y dice que es “el arte que emplea a la palabra como medio de expresión, la palabra hablada o escrita”.

Si se busca una definición más técnica y estructural, Jakobson, R. (?) explica que la literatura designa el mensaje según su objeto y no por su contenido, lo que quiere decir que cada uno interpreta lo que se quiere decir. De aquí nace la comunicación literaria que según Jakobson (s.f), “La ciencia de la literatura no se ocupa de la literatura sino de qué hace que una obra sea obra literaria.”; entonces, se puede deducir que el texto literario funciona como un acto comunicativo y posee las siguientes características: el autor espera que su creación perdure en el tiempo y de forma original; la comunicación es unilateral pues el autor manda el mensaje y el receptor solo lo recibe.

Sin embargo, no lo hace de manera inmediata; los textos literarios, en su gran mayoría, no tienen un destinatario en concreto, sino que están hechos para un gran número de personas; se establece una comunicación diferida, es decir, el lector no tiene una relación directa con el autor y tampoco se espera que se tenga; finalmente, la comunicación literaria es un acto desinteresado porque no se espera una respuesta inmediata y el éxito de la acción depende de muchos factores externos.

A su vez, la literatura se divide en tres grandes géneros: narrativo, lírico y dramático o teatral y el lenguaje que utilizan se le considera plurisignificativo o ambiguo, lo que quiere decir que lleva diferentes dimensiones semánticas. Roland Barthes (?), explica que la lengua simbólica presente en las obras literarias, es plural y su código está hecho para que cualquier palabra u obra tenga diferentes significados. También existen figuras literarias que ayudan no solo a adornar el mensaje, sino que a corroborar lo previamente mencionado, estas son: metáfora, símil o comparación, hipérbole, metonimia, anáfora, prosopopeya o personificación, epíteto, alegoría y aliteración.

Actualmente, la literatura se ha diversificado que se puede encontrar para todos los campos, atrás quedaron los días en los que solo se consideraba literatura a la ficción, y, aunque formó en gran parte a la audiencia que hay hoy en día, apareció la no ficción que también fue muy aplaudida. Nacieron las autobiografías, ensayos e investigaciones hechas libros, memorias, informes noticiosos, entre otros. A pesar que en los últimos años la tecnología ha tomado gran parte de nuestras vidas, la literatura se supo adaptar y se crearon los e-books, obras literarias fueron digitalizadas y eso solo significaba una cosa, la literatura estaba al alcance de todos, además, intensifica y altera el lenguaje cotidiano y se va distanciando de lo común y diario. (Eagleton, T., 1994)

○ **Teatro**

En la investigación ‘Teatro y comunicación. Un enfoque teórico’, Vieitis, M. (2015) define al teatro como un acto complicado de comunicación y esto es determinante para la escenificación y la representación. Por otro lado, Ubersfeld, A. (1989) reflexiona sobre el término y sus características para definirlo como:

“El teatro es un arte paradójico. O, lo que, es más: el teatro es el arte de la paradoja; a un tiempo producción literaria y representación concreta; indefinidamente eterno (reproducible y renovable) e instantáneo (nunca reproducible en tosa su identidad); arte de la representación, flor de un día, jamás el mismo de ayer; hecho para una sola representación, como su Artaud lo deseara.”

En palabras más sencillas, el teatro es una disciplina artística que se encarga de reproducir obras teatrales y en algunos casos literarias, utilizando técnicas con la única finalidad de transmitir el mensaje a través de la actuación. Asimismo, es el arte que más le ha costado adaptarse a la modernidad. El término proviene del griego theatron que significa lugar para ver y del latín theatrum, lugar de representación.

El teatro no solo busca entretener sino también enseñar, mediante una obra se puede recordar momentos históricos llenos de alegría como el fin de una guerra o lamentables como algún acto de violencia. La memoria juega un papel vital en el teatro, no solo para escenificar bien los textos, sino que al momento de dirigir uno es importante tener los hechos claros, Juan Mayorga (2018) explica que la memoria es fundamental para la vida, recordar cuál es tu propósito puede darle un significado diferente a lo que haces, pero hay que saber recordar bien porque la memoria puede engañar y se puede ver afectado debido a los sentimientos.

Generalmente, lo teatral deriva de lo dramático que deriva de lo literario, este género se caracteriza por tener interacción entre personajes, quienes tienen sentimientos, gustos, miedos y son pensantes. A su vez, al momento de representarlos, se activan los códigos como el gesto, la mirada, la interacción corporal o el vestuario. Por su parte, al teatro también se le otorga una base filosófica, pues Aristóteles creía que la tragedia en el teatro podía tener un valor terapéutico, tiempo después se entendió que se refería a lo que se conoce como catarsis y mimesis. Gené (2010) señala que el teatro como arte “es capaz de crear emociones a partir de artificios”.

- **Artes plásticas**

Se puede relacionar el término artes plásticas con el “grupo de medios, técnicas y conocimientos de los cuáles se vale ‘el maestro de las artes’ para sustentar y materializar sus propuestas.” (Martínez, O. 2005). También, se puede definir como un lenguaje que utiliza insumos plásticos para poder expresarse y, que, a la vez, desarrolla la creatividad y la percepción de las cosas. Sin embargo, antes de comenzar no solo debes tener en claro que materiales utilizarás sino las técnicas necesarias.

Las artes plásticas surgieron en los años 70, pero tuvo su auge en la época contemporánea en donde nacieron los conceptos sobre el arte y su aplicación. Diversos autores explican que el arte se utiliza como un medio de expresión donde se refleja lo que pasa a su alrededor, pero desde la propia perspectiva de cada sujeto. Se le puede clasificar en: pintura, escultura, dibujo, grabado y cerámica, sin embargo, no siempre fue así. El arte es un campo que constantemente cambia por su complejidad, por lo que sus áreas de acción y recursos han variado con el tiempo.

Talongang, E. (2019) explica que el arte es una reflexión de la cultura humana y por esa razón es la herramienta indicada para mantener vivo el patrimonio cultural de una civilización y que este se pueda seguir transmitiendo, además, indica que usa un lenguaje universal lo que lo hace comprensible para todos. En esto último radica la importancia de las artes plásticas, gracias a la gran carga cultural que llevan, siguen siendo relevantes y objeto de estudio sin importar el tiempo.

○ **Música**

Se podría considerar a la música como un fenómeno que ha estado presente desde los primeros días del ser humano. Castro, M. (2003) define a la música como el arte por el cual

expresas sentimientos mediante sonidos bien coordinados. Por su parte, la música se proyecta como una vía de expresión natural y de comunicación, usada para atraer la calma y la vitalidad, la diversión, el conocimiento y la cultura, que ofrece espacios de interrelación personal y enriquece la identidad individual y colectiva. (Pozo, M.J., 2009)

La música es vital para el ser humano debido a su carácter comunicativo y expresivo, puede aportar calma, felicidad o tristeza, además tiene un valor cultural que no se puede medir debido a que posee la identidad no solo de quién creó o interpretó la melodía, sino del pueblo y realidad que los rodea. Sin embargo, la música no tiene la misma estimación social que otras disciplinas artísticas.

La música es muy importante para el desarrollo educativo de los niños y adolescentes. Valles del Pozo, M. J. (2009) explica que el canto, la danza, la interpretación instrumental contribuyen con el desarrollo de capacidades cognitivas, físicas y psicológicas-emocionales.

- En el plano intelectual, la música ayuda a activar los procesos de memoria, atención, relación y de concentración, los cuales también pueden ser aplicados en otras materias.
- En el plano físico, el estudio de la música ayuda a la obtención de las habilidades motrices como la coordinación, percepción, comprensión espacio-temporal y la lateralidad, que son importantes para la educación y la vida diaria.
- En el plano psicológico y emocional, la música ayuda a poder expresarse y comunicarse, también ayuda al proceso de autoconocimiento y al desarrollo de la personalidad como de las relaciones interpersonales. Además, se involucra en la comprensión y canalización de las emociones y sentimientos contribuyendo con la formación de caracteres asertivos.

2.3.1.2 Suplementos culturales

Villa, M. J. (1998) define a los suplementos como una extensión del cuerpo central, que complementa a la diagramación y presentación, pero se distancia del contenido, por lo que es común que tengan su propio director y editorial.

Por su parte, el suplemento cultural es un ejemplo claro de la separación que existe entre la edición principal y la parte reservada para la cultura. En el caso de Luces, del grupo El Comercio, tiene su propia portada y secciones dentro de las cuales se puede encontrar: cine, moda, televisión, música o teatro; además, se usan diversos géneros periodísticos como la nota cultural, entrevista y reseñas. Sin embargo, también aparecen las tiras cómicas, el horóscopo y la sección de eventos sociales.

Los suplementos culturales comienzan a aparecer en los 1800 bajo el nombre de ‘feuilleton’ o folletones, fueron creados por Julio Luis Geofroy con el objetivo de que las letras tuvieran un espacio más especializado fuera del diario. Hasta la actualidad, el propósito de los suplementos se mantiene, ampliar la información sobre materias culturales.

A finales del siglo XIX, los diarios comenzaron a usar las secciones dentro sus publicaciones lo que hizo que el concepto del suplemento se hiciera más popular. Ayala y León, (2000) señalan que los diarios que tenían suplementos culturales en sus ediciones, contribuyen al prestigio del medio. Además, afirman que esta concepción siempre estuvo relacionada con la tecnología debido al gran impacto visual que tenían que tener para poder captar la atención de los lectores.

Huamaní, L. (2017) explica que el suplemento cultural se suele convertir en la pantalla que exhibe a las “grandes firmas” que consolidan el éxito del medio. Por lo que confirma la

importancia de tener personal capacitado en las letras y artes para que puedan realizar el manejo correcto de la información cultural. La sección cultural suele ser una especie de referencia o guía para el lector referente a cuestiones artísticas como cine o teatro.

En Perú, los suplementos culturales comenzaron a aparecer alrededor de 1960, uno de los primeros fue el 'Estampa' del diario Expreso. Cada domingo solían presentar notas culturales más comentarios de actualidad sobre la realidad cultural, este suplemento estaba bajo la dirección de Juan Gargurevich y solía contar con la presencia de Nicomedes Santa Cruz y Reynaldo Naranjo.

Años después, en los ochenta, nace 'El caballo rojo' del diario Marka, el cual se convirtió en un referente de la expresión cultural liberal y zona de encuentro de artistas progresistas. En los 90, Expreso sacó 3 nuevos suplementos culturales, 'Semana 7', 'El Suplemento' y 'Cultura', además de su sección propia el diario 'Cultura y Espectáculos'.



Ilustración 16: Portada del suplemento El Caballo Rojo del diario Marka. Fuente: Biblioteca central UNMSM.

Según Ayala y León, el mejor suplemento cultural fue el del diario El Mundo, ‘Artes y Letras’ el cual salía cada fin de semana y contaba con ocho páginas estrictamente de asuntos culturales como literatura, crítica teatral y cinematográfica y artes plásticas. Dentro de sus secciones, existía la columna ‘La Dolce Vista’ que se dedicaba al cine mundial, mientras que ‘Lecturas y Escrituras’ se centraba en la crítica literaria. “El paseo del búho”, otra sección, era una agenda cultural sobre exposiciones, obras teatrales, lecturas, recitales, conferencias y cursos.

Además, contaba con dos columnas dedicadas a la música, la primera, ‘Música’, informaba sobre las novedades musicales, y ‘Sonidos’, la segunda, se dedicaba a presentar críticas sobre los nuevos lanzamientos. Dentro del suplemento, participaron varios escritores, críticos y periodistas como Antonio Cisneros, Melanie Gallagher y Jorge Villacorta.

Estos suplementos culturales tienen una gran importancia en la difusión y promoción de la cultura en la sociedad, ya que permiten a los lectores acceder a una amplia gama de información cultural y descubrir nuevos artistas, escritores, músicos o cineastas. También contribuyen a la formación de una audiencia crítica y educada en cuestiones culturales.

Además, los suplementos culturales también tienen un papel importante en la preservación de la memoria y la identidad cultural, ya que suelen incluir artículos sobre la historia, las tradiciones y el patrimonio cultural de una región o país.

Los suplementos culturales también son importantes para la industria cultural, ya que a menudo incluyen reseñas y críticas de películas, libros, exposiciones y espectáculos, lo que puede influir en la decisión de compra del público y en la promoción de nuevos trabajos y artistas.

En los últimos años, el creciente interés por la crítica de parte del periodismo cultural se ha visto más representado en las revistas especializadas que en los suplementos de diarios. En su ensayo acerca del periodismo cultural, Rivera, J. (1995) señala que el periodismo cultural como tal es una zona muy compleja y heterogénea, donde los productos responden a diferentes necesidades según sea el propósito, la corriente de pensamiento, y que abarcan diferentes terrenos como las bellas artes, la cultura popular o las ciencias sociales y humanas. Rivera también establece que se puede observar al periodismo cultural bajo tres aspectos: el formato de medios y productos, los destinatarios y las modalidades de consumo.

Por su parte, Molina, C. (1990) diferencia tres tipos de prensa cultural: los periódicos de las letras, las revistas (donde se publican colecciones de novelas cortas, de teatro y poesía), y los suplementos literarios o culturales de la prensa diaria. Para Molina, los suplementos eran muy identificables o publicaciones independientes pero entregadas junto a un periódico; de diferente periodicidad donde había espacios de opinión, trabajos propios, reportajes y entrevistas relacionadas al sector cultural y que siguiera la línea editorial del medio.

Villa, M.J. (1998) caracteriza al suplemento como una 'separata' que se asimila en formato, diagramación y circulación, pero que difiere en la especificidad de sus contenidos. Es normal que el suplemento tenga un director propio y que vaya de acuerdo o en desacuerdo con la línea editorial.

Esa doble condición le da mucha importancia y le permite desarrollarse mucho mejor que las páginas culturales propias de un diario. También invita a la coleccionabilidad que es reforzada con una numeración propia. A su vez, al circular junto con un diario, tiene mayor difusión que una revista independiente.

El Dominical

El Dominical es un suplemento de cultura, actualidad y entretenimiento que forma parte del diario peruano El Comercio, que se entrega los domingos. Desde sus inicios, se propuso como un suplemento que acompañe al diario principal y sea un espacio dedicado a la cultura, las artes, la sociedad y otros temas de actualidad.

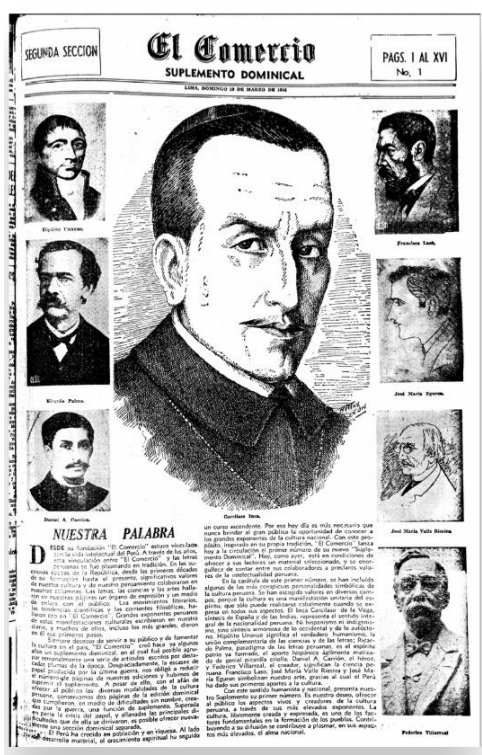


Ilustración 17: Primera portada del suplemento El Dominical. Fuente: El Comercio.

A lo largo de los años, El Dominical ha ofrecido una variedad de contenidos, incluyendo reportajes, entrevistas, reseñas de libros, críticas de cine, arte y espectáculos, así como análisis de temas de actualidad y sociedad. El Dominical ha contado con la participación de conocidos escritores, periodistas, críticos, artistas y fotógrafos peruanos a lo largo de su historia. Esto ha ayudado a posicionarlo como un referente cultural en el país.

Durante su trayectoria, El Dominical ha recibido varios premios y reconocimientos por su actividad periodística y su contribución a la cultura peruana. Con la llegada de la digitalización y las nuevas tecnologías, El Dominical también ha adaptado su formato y contenido para mantenerse relevante en la era digital, ofreciendo versiones en línea y en redes sociales.

2.3.1.3 Cultura de élite, cultura de masas y cultura popular

Pastiroza, F. (2019) afirma que los contenidos culturales informan de las manifestaciones de esta índole que se dividen en cultura de élite, de masas y popular, sin embargo, considera que esta clasificación puede resultar ser un poco artificial. En su explicación detalla que un concierto de Mozart puede transmitir la misma emoción que un disco de Billie Holiday o el ‘Sgt. Peppers’ de los Beatles. A continuación, explicarán los términos anteriormente mencionados

- Cultura de élite

Se entiende por cultura de élite al núcleo privilegiado en el sector socioeconómico. También a ese grupo de personas que tuvo acceso a un buen lugar educativo que les dio la posibilidad de relacionarse con otros círculos y culturas, lo que les otorgó el desarrollo por el ‘buen gusto’, debido a sus visitas a la ópera o al ballet.

En la historia, se relacionaba el buen uso del lenguaje, conocimiento superior al resto, los buenos modales, los cánones de belleza con la élite y la clase alta. Al contrario de la cultura de masas y popular, la cultura élite suele alejarse de los que no viven situaciones a su entorno. Esta propone que su modo de vida sea tomado como un ejemplo a seguir, pero, que, a la vez, es muy difícil de obtener. Para corroborar lo último, Fernández, D. (s,f), señala

que la cultura de élite tiende a reservarse para sí misma, manteniendo un trato privilegiado y remarcando el fracaso de la tecnología y las técnicas de enseñanza modernas en la contribución dirigida hacia un público ilustrado.

- Cultura de masas

La cultura popular surge del proceso de transformación de la cultura popular y de élite, teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas. Este fenómeno es también una combinación de cultura, tecnología y economía, que nace desde la perspectiva del consumo cultural y la industria cultural.

Por su parte, los medios de comunicación tienen la función de ser tanto productores como difusores de la cultura de masas, la cual pasa a ser parte de la identidad social y un aspecto fundamental de la vida social. Según Morin, E. (1967), la cultura de masas determina un ámbito social que es caracterizado por la mezcla de elementos paradójicos.

Para Abruzzese, A. (2004), la cultura de masas está llena de clichés y estereotipos, los cuales ofrecen arraigo y funcionan como un objeto tranquilizador que funciona como ambiente conectivo en la interacción social, por lo tanto, los medios y todos los grupos que tienen a la cultura de masas como pilar, recurren a los lugares más frecuentados del imaginario colectivo para poder establecer una relación con los usuarios.

Entre los años 50-70, la cultura de masas fue duramente criticada por los pensadores europeos, entre ellos la tradición marxista, pues veía en esta una 'superestructura' que solo haría que el modo de producción capitalista sobreviviera. A su vez, es necesario recalcar que la cultura de masas se pudo desarrollar gracias a la consolidación del sujeto-masas, producción industrial de la cultura y la comercialización masiva. La concepción industrial

de la cultura se extenderá entonces hacia terrenos no investigados por los historiadores del arte, el consumo de las obras de la cultura, transformadas ahora en bienes y servicios culturales.

En ese sentido, los medios de comunicación son el resultado más tangente de la cultura de masas, pues constituyen una mezcla entre lo económico, lo tecnológico, lo práctico y lo cultural. Así, al hablar de la cultura de masas y su relación con los medios destaca su conexión entre prensa, radio y televisión con toda institución que represente la producción de identidad.

- Cultura popular

Antes de hablar de cultura popular, se considera apropiado y necesario definir el concepto popular, Escobar, T. (2008) señala que:

“El concepto popular es inexorable. Es teóricamente incierto e ideológicamente turbio, es fuente de problemas antes que instrumento esclarecedor, pero está ahí, prendido de tantos nombres y agazapado en el fondo de tantas historias que no puede, sin más, ser reemplazado por nuevas convenciones que ignoren su presencia inveterada. Para referirnos a ciertas prácticas tradicionalmente definidas desde esa presencia, no tenemos más remedio que cargar sus conceptos con el atributo de lo ‘popular’, aun conscientes de la zozobra que puede producir fardo tan pesado.”

También, se puede definir a lo popular o pueblo como una fuente de valores auténticos, los cuales deberían ser usados para realizar proyectos culturales. En el Romanticismo, se revalorizó a los pueblos poniéndolos como un lugar de inspiración para los artistas que buscaban autenticidad y validez en sus obras.

Teniendo esto en cuenta, la cultura popular es un término difícil de explicar debido a que su significado ha ido variando con el tiempo y según los procesos históricos que han pasado. Salman (1996) explica que, aunque el concepto de cultura popular ha sido utilizado por artistas, folcloristas y modernizadores, no se ha podido llegar a un significado en común.

En el siglo XVIII, en Europa, el concepto de cultura popular estuvo arraigado con ideologías excluyentes que pensaban que lo popular era un factor negativo y que se debía controlar. Por otro lado, la cultura campesina veía con buenos ojos a lo popular que, aunque estaba muy romanizada, seguía siendo una recopilación de tradiciones.

Está demás decir que, para ese entonces, la contraparte de la cultura popular era la de élite, que era simplemente la separación entre clase alta y baja relacionado con lo refinado (clase alta) y los plebeyos (clase baja).

2.3.2 Periodismo impreso en Lima Metropolitana

2.3.2.1 Géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales

En los últimos años, el periodismo impreso ha enfrentado desafíos significativos debido al aumento del uso de internet y las redes sociales como fuentes de noticias. Muchas personas ahora prefieren leer noticias en línea en lugar de comprar periódicos impresos, lo que ha reducido la demanda de periódicos impresos.

Además, la pandemia de COVID-19 registrada entre 2020 y 2022, afectó la economía global y provocó una disminución en la publicidad y las ventas de periódicos impresos. Muchos periódicos experimentaron una disminución en sus ingresos y han tenido que reducir sus operaciones y personal para sobrevivir.

Lima Metropolitana es la capital y la ciudad más grande del Perú, con una población de más de 9 millones de personas. En la ciudad, existen varios periódicos impresos importantes, como El Comercio, La República, Perú21 y Gestión. Estos periódicos han estado en circulación durante muchos años y tienen una gran influencia en la sociedad peruana.

Sin embargo, al inicio de la tercera década del siglo XXI, el periodismo impreso en Lima Metropolitana ha enfrentado desafíos similares a los que se han visto en todo el mundo, como la disminución en las ventas y la publicidad, y la creciente competencia de los medios digitales. A pesar de estos desafíos, muchos periódicos impresos han logrado adaptarse y mantener su relevancia, mediante la diversificación de sus productos y servicios ofrecidos y el enfoque en la calidad de contenido.

En resumen, el periodismo impreso en Lima Metropolitana ha sido una parte importante del panorama mediático peruano durante muchos años. Aunque enfrenta desafíos similares a los del resto del mundo, sigue siendo una fuente confiable de información para muchos peruanos y ha logrado adaptarse y mantener su relevancia.

En las diversas publicaciones dedicadas a las cuestiones culturales en los medios de comunicación, los 3 géneros periodísticos (informativo, interpretativo y opinión) se adaptan muy bien para esta rama de la profesión. En el estudio hecho por García, J. (2013), titulado ‘El tejido cultural: una lectura para el periodismo cultural’, el autor estudia durante un mes a dos

diarios mexicanos y dos suplementos culturales para ver qué tipos de publicaciones presentaban estos medios, los resultados fueron:

- Editorial: 1
- Notas: 290
- Reportaje: 267
- Artículos: 66
- Noticias: 866
- Entrevistas: 31
- Cartón: 2
- Crónica: 18
- Crítica: 21

Sin embargo, con el paso de los años, pudieron obtener géneros propios del periodismo cultural entre ellos la noticia cultural, crítica, entrevista y la crónica. Atarama y Rivera (2017) presentan que de tres medios escritos peruanos (El Comercio, La República y El Peruano) sus publicaciones culturales son: 79,2% noticias culturales, 7.7% entrevistas, 0.6% son crónicas, 5.5% reportajes, 0.7% son columnas, 0.9% comentarios, 1.3% críticas y 4.0% reseñas. A continuación, se presentará una recopilación con su debida explicación de algunos de estos ejemplos.

- Noticia cultural

Se podría definir a la noticia como un acontecimiento de relevancia que se presenta en los medios de comunicación con la finalidad de ser difundida. Por su parte, De Fontcuberta, M. (1993), señala que la noticia es “un auténtico síntoma social y el análisis de su

producción arroja muchas pistas sobre el mundo que nos rodea”. Asimismo, señala que la relación entre periodista y público es sencilla, uno produce mientras que otro consume. Sin embargo, existen muchos más detalles a tomar en cuenta, los que escriben tienen que tomar en cuenta a la audiencia, contexto, línea editorial del medio, por su parte, el público se preocupa más por lo que los medios dicen que por la estructura de estos.

Martini, S. (2013) explica que el periodismo fabrica las noticias para que las personas puedan tener conocimiento de lo que pasa a su alrededor así no les afecte directamente, además, brinda la posibilidad de pertenecer a la realidad social; es decir, la noticia no solo incluye hechos relevantes, sino que también carga un significado cultural del lugar de origen y de su forma de vivir.

Con estas definiciones en cuenta, se podría puntualizar que la noticia cultural es el espacio donde se recopila todos los datos importantes y características de algún evento cultural, sin olvidar que su principal objetivo es generar impacto e interés en los lectores.

- Entrevista

La entrevista es, según Pélaez, A., Rodríguez, S., Pérez, L., Vázquez, A., y Gonzáles, L., (2013) un proceso de comunicación que se practica entre dos personas o más, es de tipo unidireccional pues el entrevistador obtiene información sobre el entrevistado mas no del lado contrario. A su vez, no se le puede considerar una conversación normal debido a que tira más para el lado formal por su intencionalidad. Se puede categorizar a las entrevistas por su propósito y estructura: Entrevista clínica (semiestructurada), entrevista periodística (semiestructurada), entrevista de trabajo (estructuradas) y entrevista de profundidad.

Además de su propósito informativo, la entrevista también puede ser utilizada como herramienta de investigación debido a su intencionalidad, García, M., Martínez, C., Martín, N., y Sánchez, L., explican que, a finales de los años 30, la entrevista se comienza a usar con más frecuencia por las Ciencias Sociales como una técnica de investigación, en ese momento, la psicología y la sociología se convierten en las primeras áreas en implementarlas.

Para Pélaez, et al. (2013), se le puede dar tres enfoques a la entrevista: Enfoque sujeto-objeto, el cual tiene como propósito obtener respuestas cuantificables del sujeto, usando pregunta predefinidas y respuestas cerradas; enfoque objeto-sujeto, que busca aprender sobre un asunto o situaciones propuestas por los entrevistados, es decir, tópicos que surgen en la misma entrevista; finalmente, el enfoque sujeto-sujeto cuyo objetivo es encontrar discursos brindados por el entrevistado y una de las características es la poca participación del entrevistador.

En el periodismo cultural, la entrevista se convierte en una de las armas más fuertes de los especialistas, pues con ella pueden conocer más sobre los autores, directores, actores, guionistas, de las obras artísticas, analizar su yo interior, sus motivaciones, influencias y su apreciación sobre el panorama actual, no solo en el arte sino en asuntos sociales.

- Reportaje

Al inicio de la tercera década del siglo XXI, el reportaje se constituye en uno de los géneros periodísticos más populares, ya sea escrita, radial o televisiva, el reportaje está presente para brindar al público más detalles sobre un acontecimiento y estén más informados. Para Patterson, M. (2003), el reportaje tiene un carácter más profundo, divulga

un evento de actualidad y lo investiga a más profundidad que la noticia, por lo que se centra en detalles más técnicos y agudos del género. Por su parte, el estilo del diario La Prensa de Panamá define al reportaje como el género periodístico donde se intercala información con descripciones, mientras introduce aspectos literarios con son de interés para el público.

El reportaje debe cumplir con cuatro funciones principales: informar, debido a su relación directa con el periodismo, el objetivo principal de la función periodística se mantiene; la segunda es describir, esto lo diferencia de una nota informativa que solo se limita a presentar los hechos más importantes, debido a su extensión, el reportaje da más oportunidad a ser más detallistas; la tercera es narración, al igual que la pasada, el acontecimiento debe ser narrado de forma detallada sin omitir información valiosa; finalmente, investigar, ya que sin datos no puede existir un reportaje.

En las palabras de Parratt, S. (2003), “el reportaje es un relato bien construido, cerrado si es posible, con una historia y unos personajes”. En el ámbito cultural, esta herramienta puede ser muy bien aprovechada para poder abordar detalles mucho más profundos e incluso poder realizar un marco histórico sobre el acontecimiento cultural.

- Reseña

Para Salazar, A. y Barreto, J. (s.f), la reseña es una pieza que informa y critica a una obra o producto, su mayor característica es emitir un juicio crítico y descriptivo del producto evaluado. Forma parte del género de opinión debido a que la crítica forma parte ella, en leve manera. Su función básica es orientar al lector sobre la calidad del contenido, a su vez, el autor debe presentar algunos elementos donde se reflejen su opinión personal.

Moreno, A. I. y Suárez, L. (2006) señalan que las reseñas suelen aparecer en revistas o publicaciones periodísticas como diarios, también se pueden encontrar en publicaciones académicas como revistas universitarias o de centros de investigación. Si se centra en el ámbito cultural, puede haber reseñas de libros, obras, películas, series o exposiciones, lo importante es mantener el estilo, que es narrativo, e incluir datos precisos como título, lugar o editorial, autor, actores, fecha de publicación o de estreno.

Existen tres tipos de reseñas: la reseña informativa, que se encarga de informar usando detalles superficiales y generales; la reseña crítica o analítica, que evalúa el contenido y suelen aparecer en publicaciones especializadas; y finalmente, la reseña literaria, que no solo expone, sino que evalúa los aspectos más relevantes de una obra literaria, adentrándose en detalles históricos y técnicos.

- Crítica

La crítica es un subgénero del periodismo de opinión, se le podría definir como un espacio de discusión y opinión sobre el arte, que además aporta sugerencias en temas estéticos y sociales, que ayudan al consumidor a establecer una opinión propia. (Barei, S. 1999). En el periodismo cultural, Ayala, K. y León, E. (2000) señalan que la crítica es indispensable en esta rama de la disciplina periodística debido a su valor interpretativo.

La crítica apareció en el siglo XVII en Europa, pero en 1751 se desarrolla y se le agrega un juicio de valor más maduro y responsable, con bases teóricas y técnicas, las cuales fueron introducidas a los diarios de la época. Poco a poco, la crítica fue agarrando campo y ya aparecía en los suplementos.

Como se mencionó, la reseña está integrada en la crítica, aunque se le suele tratar como dos géneros distintos, ambos tienen muchas características de la otra. Se pueden clasificar según los ámbitos artísticos, de cine, teatro, televisión o arte, enfocándose en las artes plásticas como pintura o escultura.

2.3.2.2 Alcance informativo

El periodismo cultural tiene un alcance informativo muy importante, ya que se encarga de cubrir contenidos relacionados con la cultura en sus diferentes manifestaciones, como la música, la literatura, el cine, las artes plásticas, la arquitectura, entre otros.

A través de sus contenidos, el periodismo cultural informa a la sociedad sobre las últimas tendencias, novedades y eventos culturales que tienen lugar tanto a nivel local como internacional. Además, también tiene un papel importante en la difusión y promoción de la cultura, fomentando su valoración y apreciación por parte del público.

El periodismo cultural no solo se limita a la información, sino que también ofrece análisis y crítica de obras culturales, lo que puede influir en la opinión pública y en la toma de decisiones de los consumidores de cultura. Por tanto, tiene un impacto significativo en la industria cultural y en la sociedad en general.

Se divide en alcance local, nacional e internacional.

- Alcance local

El alcance informativo local se refiere a la cantidad y calidad de la información que se proporciona sobre las noticias, eventos y acontecimientos que ocurren en una determinada área geográfica o comunidad local. Este tipo de información se enfoca en

aspectos que son relevantes para los residentes de esa comunidad, incluyendo noticias locales, eventos culturales, deportes, negocios locales.

Puede ser proporcionado por medios de comunicación locales como periódicos, estaciones de radio, televisión y sitios web locales. Estos medios de comunicación tienen como objetivo informar a la comunidad sobre los acontecimientos y noticias que son relevantes para ellos, así como también para fomentar la participación ciudadana y promover la identidad cultural y la cohesión social en esa comunidad.

- Alcance nacional

El alcance informativo nacional se refiere a la información que se proporciona sobre noticias, eventos y acontecimientos a nivel nacional, es decir, en todo el territorio de un país. Este tipo de información abarca una amplia variedad de cuestiones como política, economía, sociedad, cultura, deportes, entre otros.

Al igual que el local, los medios tienen como objetivo informar a la población sobre los acontecimientos y noticias que son relevantes para todo el país, así como también fomentar la participación ciudadana y promover la identidad nacional.

- Alcance internacional

El alcance informativo internacional es necesario para mantener a la población informada sobre los acontecimientos que ocurren en todo el mundo, lo que permite a las personas entender mejor la realidad global, tomar decisiones informadas y participar en la vida internacional. Además, ayuda a fomentar la cooperación internacional, al proporcionar información sobre diferentes culturas y perspectivas, y promover la comprensión mutua entre diferentes naciones.

2.4 Definición de términos básicos

- Ausencia

“La "ausencia" como acción y efecto de ausentarse, puede referirse a personas, objetos, cualidades, acciones y conceptos. El tema es desbordante, imposible analizarlo de forma exhaustiva en esta ocasión, por la evidente limitación de tiempo. Se trata solamente de ceñir el estudio a unos casos concretos, que sirvan de ejemplo para un plan de análisis futuro, sin duda sugerente. Toda gira en torno a la antítesis presencia-ausencia porque el pensamiento es antitético, todo gira alrededor del yo soy-yo no soy, yo tengo-yo no tengo, hay no hay” Hernández, C. (1997).

- Contenidos

“Los contenidos se refieren a la información, ideas, mensajes o elementos que se transmiten o se presentan a través de diversos medios de comunicación, como texto, imagen, audio, video, entre otros. En resumen, los contenidos son el material que se utiliza para informar, entretener, educar o persuadir a una audiencia.” Eagleton, T. (1994).

- Cultural

“Indudablemente, las primeras concepciones de cultura han tenido una evolución que sigue una línea lingüística natural. Sin embargo, aunque no se aprecie a simple vista, fue a partir del sentido figurado que empezó a surgir el movimiento de las ideas. Probablemente haya surgido la necesidad de hacer mención a la formación del ser con una palabra o frase, por lo que decidió utilizar la metáfora del cultivo. Así como cuando uno dedica tiempo, esfuerzo y cuidado a una parcela de tierra, de igual manera las

personas comenzaron a dedicar tiempo, esfuerzo y cuidado a su espíritu por medio del conocimiento.” Sanibria, R. (2021)

- Contenidos culturales

“Los escasos contenidos culturales que se habían presentado tradicionalmente, durante décadas, venían subordinados a los contenidos gramaticales y a la repetición de las estructuras, con la consecuente pobreza temática, presentando un país, y no una sociedad, y fomentando los tópicos y lugares comunes.” Soler-Espiauba, D. (2009)

- Periodismo

“Los efectos del periodismo ejercido con profesionalismo y vocación tienen alcances insospechados. Aun en lugares donde la cultura del silencio tiene raíces profundas, porque se convirtió en un mecanismo de supervivencia, incluso para los periodistas, el periodismo de investigación contribuye a sembrar una semilla, una idea tan calladita que apenas se ve, apenas se escucha. Sin embargo, sabemos que está allí porque germina la idea de que el silencio no es normal, especialmente el silencio respecto a las injusticias, la violencia, y las agresiones contra la vida y la dignidad humana.” López, J. (2018)

- Periodismo impreso

“El nuevo periodismo impreso debe luchar contra esas rutinas y recuperar, también en este terreno, la esencia del periodismo: la figura del reportero. Las tendencias marcan una menor división entre las diferentes secciones de los diarios y la vuelta a la búsqueda de ‘historias ocultas’, a lo propio y diferencial, frente a lo colectivo y conocido por otros medios.” Valles del Pozo, M.J. (2009).

- Lima Metropolitana

“Lima Metropolitana es una ciudad ubicada en la costa central del Perú, y es la capital del país. Es una de las áreas metropolitanas más grandes de Sudamérica, y se compone de diversos distritos que abarcan tanto la ciudad como su periferia.”, Gobierno del Perú (2014)

- Siglo XXI

“El siglo XXI es el periodo temporal que abarca desde el 1 de enero del año 2001 hasta la actualidad. Es el siglo actual y se caracteriza por el avance tecnológico, la globalización y el cambio climático, entre otros aspectos importantes.” Ubersfeld, A. (1989)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Las categorías

3.1.1 Identificación de las categorías y su definición

Para poder definir la variable independiente *Ausencia de contenidos culturales*, se presentó una precisión de los términos:

- Ausencia

Se puede definir el término ausencia como la acción o el efecto de estar alejado de un lugar, situación o persona. También se puede entender como el desaparecimiento de algo o la separación de un sitio. Para el ámbito jurídico, se entiende como la situación de una persona cuyo paradero es desconocido y no han tenido noticias por un tiempo prolongado, lo que obliga a tomar medidas de administración de su patrimonio.

Para efectos de la investigación, nos referimos a la falta o privación de algo, ya sea directa o indirectamente, su carencia afecta a una persona o comunidad. Por lo que su falta, ocasiona un efecto negativo en estas.

- Contenidos culturales

Se refiere a contenidos culturales a los asuntos que engloba la dimensión artística y a los valores culturales, propios de las identidades culturales de una región específica. También son debatidos por antropólogos y sociólogos, teniendo en cuenta que la cultura y sociedad son términos equivalentes debido a que comparten un sistema de comportamiento que comparten los miembros de una sociedad.

Por lo que, los contenidos culturales son las informaciones recopiladas desde distintos ámbitos culturales, netamente referidos al arte, como también los relacionados a factores sociales desde un punto de vista antropológico.

Para poder definir la variable dependiente *periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI*, se presentará una precisión de los términos:

- Periodismo

El periodismo es una actividad que consiste en recopilar información sobre algún hecho específico para luego crear algún producto que pueda ser publicado en algún medio de comunicación. En otras palabras, se le puede categorizar como la profesión que tiene como objetivo buscar hechos relevantes que se puedan convertir en noticia y, luego, poder ser publicadas para mantener a todas las personas informadas sobre lo que sucede a su alrededor.

En resumen, el propósito del periodismo es proveer información a las personas para que puedan tomar las mejores decisiones sobre sus vidas, sus comunidades, sus ciudades y sus gobernantes. Es decir, es la manera de divulgar y percibir los productos culturales de la sociedad mediante los medios de comunicación

- Periodismo impreso

Se considera al periodismo impreso como la capacidad de investigar y de aplicar diferentes técnicas de investigación para poder plasmarlas en redacción que se presentarán en productos periodísticos impresos. También se trata en dominar y emplear los géneros periodísticos, así como de redactar y diseñar estrategias comunicacionales para organizaciones públicas o privadas que busquen realizar labores periodísticas.

Su objetivo es difundir hechos noticiosos, orientar e informar al público sobre el acontecer regional, nacional e internacional. Desde su aparición con la imprenta, se convirtió en el primer medio de comunicación de masas y fue de las primeras formas de periodismo en el mundo.

- Lima Metropolitana

El término Lima Metropolitana se refiere al área conformada por los 43 distritos y es considerada el centro económico, cultural, político y social de todo el país. Los resultados que arrojó el último censo nacional, realizado en el 2017, indicaron que la población de Lima Metropolitana ha crecido a 8,574,974 para ese año.

El distrito más poblado es San Juan de Lurigancho, con 1 millón 91 mil 303 habitantes, seguido por San Martín de Porres con 700 mil 178, Ate Vitarte 630 mil 85, Comas 524 mil 894, Villa El Salvador 463 mil 14, Villa María del Triunfo 448 mil 545 y San Juan de Miraflores 404 mil 1 habitantes. Su área es una de las más grandes de todo Latinoamérica con cerca de 10 millones de habitantes.

3.1.2 Operacionalización de las categorías

Para concretar la presente investigación, se utilizó un cuestionario como instrumento, el mismo que fue aplicado a cinco periodistas relacionados con el problema.

Todos ellos recibieron el conjunto de reactivos propuestos para nuestra investigación bajo el enfoque cualitativo, teniendo como soporte de respuesta la conformación de las variables categoriales: Ausencia de contenidos culturales (como variable independiente) y Periodismo impreso de Lima Metropolitana (como variable dependiente); a fin de facilitar su habilitación y concreción.

La primera variable categorial presenta las siguientes dimensiones: manifestaciones culturales, con su sub dimensión Cultura, con sus indicadores o ramas (cine, teatro y literatura); y suplementos culturales con sus correspondientes indicadores o ramas (periodicidad y contenido).

Mientras que la segunda consta de las dimensiones: géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales, con sus indicadores o ramas (informativo, interpretativo y de opinión); y alcance informativo con sus indicadores o ramas (local, nacional e internacional).

3.2 Métodos de investigación

El método en el que se sostuvo el desarrollo del estudio fue el método analítico, que se encuentra dentro del modelo de estudio científico. Se escogió este método debido a que la investigación tuvo como objetivo el análisis de la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.

Se optó por este método debido a que la investigación se basa en hechos y pruebas comprobables, que se constataron mediante el uso de un instrumento de medición elaborado y aprobado por un juicio de expertos.

De esta manera, al usar el método analítico, permitió la identificación de notas periodísticas y el reconocimiento de la falta de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana dentro de un periodo de tiempo determinado.

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación.

3.3.1 Tipo de investigación.

Esta investigación de enfoque cualitativo fue de tipo básica debido a que ayudó a reconocer la ausencia de contenidos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana en la segunda década del siglo XXI.

Tal como dice Rojas, M. (2015), las investigaciones descriptivas, también conocidas como observacional o exploratoria, muestra los hechos tal y como son establecidos un periodo espacio-temporal, es decir, se limita a observar y registrar al fenómeno sin insertar modificaciones.

La presente investigación al lograr la identificación y posterior reconocimiento de la falta de los contenidos culturales, contribuyó al conocimiento sobre esta problemática. Por ello, corresponde al tipo de investigación básica.

3.3.2 Nivel de investigación

La investigación referida a la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI, de acuerdo a sus características, alcanzó un nivel descriptivo.

En su desarrollo, esta investigación alcanzó un nivel descriptivo. De esta forma, se pudo dar a conocer las características de las variables estudiadas mediante una explicación objetiva, real y científica.

Según Guevara et al., (2020): “El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (p. 171). Eso quiere decir

que la investigación descriptiva se basa en recoger información de forma completa y detallada sobre las variables del estudio a desarrollar.

Esta investigación identificó y detectó la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI. Es por ello que su nivel de investigación fue considerado como descriptivo.

3.3.3 Diseño de investigación

En cuanto al diseño, esta investigación le correspondió el carácter no experimental debido a que es imposible la manipulación de la variable dependiente por lo tanto solo será un estudio retrospectivo tal como se puede establecer en la mención de Keringer y Lee (2002), quienes explican que la investigación no experimental es la búsqueda en la que el investigador no puede controlar directamente a las variables independientes, debido a que ya han ocurrido o que es imposible su manipulación.

A su vez, la presente investigación poseyó un corte transversal por se desarrolló en un único período de tiempo, el cual comprende la segunda década del siglo XXI (años 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020).

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

La población estuvo conformada por los diarios impresos de Lima Metropolitana.

3.4.2 Muestra

La muestra correspondió a 3 de los principales diarios del Perú y que tienen una sección incorporada en sus ediciones impresas de circulación en Lima Metropolitana: El Peruano, El Comercio y La República.

Con el fin de fortalecer los resultados de la muestra, se consultó con profesionales de la cultura y en ciencias de la comunicación para tener una perspectiva más clara de la situación del periodismo cultural en Lima Metropolitana.

3.4.3 Muestreo

Se eligió la primera semana de junio para el estudio debido a que en ella suceden 3 eventos culturales relevantes:

1. El Día de la Cultura Afroperuana (4/06)
2. El día de la Bandera (7/06)
3. La semana del Qhapac Ñan (6-13/06)

3.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas

La presente investigación se utilizaron las técnicas de observación y entrevista.

3.5.2 Instrumentos (confiabilidad y validez)

La presente investigación referida a la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI, utilizó una ficha de observación compuesta por 27 criterios relacionados a las dimensiones e indicadores de la investigación

El otro instrumento utilizado fue el cuestionario cuyas preguntas respondieron a las dimensiones e indicadores correspondientes.

En cuanto a su validez y confiabilidad, el cuestionario y la ficha de observación fueron sometidos a una prueba piloto y a una validación por juicio de expertos.

3.6 Técnicas de procesamiento de datos

Para este proceso se utilizó la técnica del análisis de contenido y la técnica de la triangulación informativa.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos sobre la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.

Para la presente investigación se analizó un total de 30 diarios de circulación nacional de Lima Metropolitana tomados como muestra: El Comercio, La República y El Peruano repartidos de la siguiente manera:

| | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| 2011 El Comercio | 2012 El Peruano | 2013 El Peruano | 2014 La República | 2015 El Comercio |
| 2016 La República | 2017 El Peruano | 2018 La República | 2019 El Comercio | 2020 Los 3 diarios |

La revisión de diarios se realizó mediante la búsqueda de todo material periodístico cultural dentro de sus ediciones en los medios impresos señalados previamente según año. El proceso se realizó mediante la consulta de dichas ediciones en la Hemeroteca de la Biblioteca Nacional del Perú.

Todos los reactivos de la ficha de observación fueron creados para que sean relacionados con la sub dimensión Cultura y su presencia en el periodismo impreso de Lima Metropolitana, con la intención de que los expertos den su punto de vista sobre la realidad problemática.

4.1 Análisis de los diarios impresos

El criterio para elegir los diarios fue que todos ellos tienen una sección cultural en sus ediciones regulares, y para la contabilización de las notas culturales, se tomaron todas las noticias publicadas en las ediciones, incluidos suplementos, que estén directamente relacionadas con el ámbito cultural como las manifestaciones culturales, exceptuando aquellas que hablen sobre la vida personal de algún actor, músico, escritor, entre otros. Además de las notas basadas en producciones televisivas de entretenimiento como *Esto Es Guerra*, *Magaly*, *Amor Amor Amor*, entre otras.

Luego de realizar la revisión, se encontraron un total de 176 notas culturales en el diario *La República*, 143 en el diario *El Comercio* y 102 en el diario *El Peruano*. El medio impreso con mayor número de notas culturales fue el diario *La República*.

4.2 Resultados por edición revisada de los 3 diarios analizados

A continuación, presentamos los resultados de las 30 ediciones revisadas de cada uno de los medios impresos seleccionados (*El Comercio*, *El Peruano* y *La República*) para la presente investigación. Los resultados obtenidos fueron previamente esquematizados en una ficha de observación.

Los resultados de la edición del 01 de junio del 2011 del diario *El Comercio* según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (2) Casi nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (2) Casi nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (5) Siempre

4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(2) Casi nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (2) Casi nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (4) Casi siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (4) Casi siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (3) A veces
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (4) Casi siempre

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (2) Casi nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (3) A veces
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (2) Casi nunca

Los resultados de la edición del 04 de junio del 2011 del diario El Comercio

según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (2) Casi nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (2) Casi nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(2) Casi nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre

7. La música peruana está presente en el diario. (2) Casi nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (4) Casi siempre
16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (4) Casi siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (2) Casi nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre

24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (3) A veces
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (2) Casi nunca

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2011 del diario El Comercio

según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (3) A veces
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (3) A veces
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (4) Casi siempre
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (3) A veces
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (4) Casi siempre

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (3) A veces
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (3) A veces
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 01 de junio del 2012 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(3) A veces
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (3) A veces
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (3) A veces
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (3) A veces
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (3) A veces
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2012 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (3) A veces
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(3) A veces

5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)

Siempre

6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca

7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca

9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca

11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca

13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre

14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca

15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca

16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca

17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5)

Siempre

19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca

21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca

22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 04 de junio del 2012 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (1)
Nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (5) Siempre

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (2) Casi nunca
16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (3) A veces
23. Su extensión es corta. (2) Casi nunca
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (5) Siempre
25. En su mayoría, son entrevistas. (2) Casi nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (2) Casi nunca

Los resultados de la edición del 01 de junio del 2013 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (3) A veces
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (3) A veces
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca

16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2013 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (5) Siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca

4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura. (3) A veces
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (2) Casi nunca

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 07 de junio del 2013 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (3) A veces
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (4) Casi siempre
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (2) Casi nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (4) Casi siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (4) Casi siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (5) Siempre
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca

26. No existen muchos columnistas culturales. (2) Casi nunca

27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 01 de junio del 2014 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca

2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca

3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca

4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.

(2) Casi nunca

5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)

Siempre

6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (3) A veces

7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca

9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca

11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre

13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca

14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (3) A veces
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (3) A veces

Los resultados de la edición del 03 de junio del 2014 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca

3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (3) A veces
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (3) A veces
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (4) Casi siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (3) A veces
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces

19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (4) Casi siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 06 de junio del 2014 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (2) Casi nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(3) A veces
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5) Siempre

6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre

24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 04 de junio del 2015 del diario El Comercio

según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2015 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5)
Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 06 de junio del 2015 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre

5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (5) Siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (5) Siempre
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (3) A veces
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (5) Siempre
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (4) Casi siempre

21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (5) Siempre
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 02 de junio del 2017 del diario La República

según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(4) Casi siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (4) Casi siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (4) Casi siempre

9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (5) Siempre
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre

27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 04 de junio del 2016 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (1)
Nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca

15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (1) Nunca
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (1) Nunca
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (1) Nunca
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (1) Nunca
23. Su extensión es corta. (1) Nunca
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 06 de junio del 2016 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca

4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (1)
Nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (1) Nunca
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (1)
Nunca
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (1) Nunca

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (1) Nunca
23. Su extensión es corta. (1) Nunca
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 07 de junio del 2016 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (1)
Nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (1) Nunca
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (1) Nunca
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (3) A veces
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca

26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 06 de junio del 2017 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(4) Casi siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (2) Casi nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (5) Siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre

13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (5) Siempre
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (3) A veces
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (4) Casi siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 07 de junio del 2017 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(4) Casi siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (4) Casi siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (4) Casi siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (4) Casi siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (2) Casi nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (5) Siempre
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5)
Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2018 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre

5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)

Siempre

6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre

7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca

9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre

11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre

13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca

14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre

15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca

16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces

17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5)

Siempre

19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre

21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca

22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 06 de junio del 2018 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 07 de junio del 2018 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (5) Siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (3) A veces
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (4) Casi siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca

16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 02 de junio del 2019 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (1) Nunca
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca

4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (5) Siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (5) Siempre
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (3) A veces
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (2) Casi nunca
16. Presentan pocas notas locales. (2) Casi nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A
veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (4) Casi siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (4) Casi siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (2) Casi nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2019 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (3) A veces
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(2) Casi nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5) Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca

7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (3) A veces
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (3) A veces
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (2) Casi nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (3) A veces
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (3) A veces

25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (1) Nunca

Los resultados de la edición del 07 de junio del 2019 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(1) Nunca
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (2) Casi nunca
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (3) A veces
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (3) A veces
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre

13. Hay poca información sobre el tema. (4) Casi siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (4) Casi siempre
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (3) A veces
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (4) Casi siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 01 de junio del 2020 del diario El Comercio según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (5) Siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (5) Siempre
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (1) Nunca
7. La música peruana está presente en el diario. (5) Siempre
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (5) Siempre
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca
10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre
13. Hay poca información sobre el tema. (5) Siempre
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (5) Siempre
16. Presentan pocas notas locales. (4) Casi siempre
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5) Siempre
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (5) Siempre
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 03 de junio del 2020 del diario La República según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (4) Casi siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre

5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)

Siempre

6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre

7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca

8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (1) Nunca

9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre

11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre

12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (5) Siempre

13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca

14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (4) Casi siempre

15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca

16. Presentan pocas notas locales. (3) A veces

17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre

18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (5)

Siempre

19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (5) Siempre

20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (5) Siempre

21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca

22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (5) Siempre
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

Los resultados de la edición del 05 de junio del 2020 del diario El Peruano según los criterios establecidos en la ficha de observación fueron los siguientes:

1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales. (5) Siempre
2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. (1) Nunca
3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional. (1) Nunca
4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura.
(5) Siempre
5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. (5)
Siempre
6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. (5) Siempre
7. La música peruana está presente en el diario. (1) Nunca
8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop. (3) A veces
9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. (1) Nunca

10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano. (5) Siempre
11. No se difunde suficientes producciones nacionales. (5) Siempre
12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores. (1) Nunca
13. Hay poca información sobre el tema. (1) Nunca
14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos. (1) Nunca
15. No informan sobre eventos relacionados al tema. (1) Nunca
16. Presentan pocas notas locales. (1) Nunca
17. Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas. (5) Siempre
18. Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural. (3) A veces
19. Hay más variedad de textos en las notas nacionales. (1) Nunca
20. Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales. (1) Nunca
21. Usan más elementos gráficos en estas notas. (1) Nunca
22. Hay preferencia por el género informativo. (5) Siempre
23. Su extensión es corta. (5) Siempre
24. Existe más de 4 notas interpretativas a la semana (1) Nunca
25. En su mayoría, son entrevistas. (1) Nunca
26. No existen muchos columnistas culturales. (1) Nunca
27. Hay menos de 3 notas de opinión a la semana. (5) Siempre

4.2 Interpretación de los resultados

Después de analizar los diarios y aplicar el instrumento, pudimos observar que los contenidos culturales de los diarios de Lima Metropolitana estudiados (La República, El Comercio y El Peruano) varían según la agenda de la realidad peruana, no solo en cantidad sino los tipos de contenidos presentados

Dentro de la semana estudiada ocurrían 3 sucesos importantes culturales:

1. Día de la Cultura Afroperuana
2. Día de la Bandera
3. Semana del Qhapaq Ñan

Por su lado, durante los primeros años estudiados, los diarios El Comercio y La República tenían pocas o ninguna noticia referente al Día de la Cultura Afroperuana, mientras que El Peruano, siempre dedicaba gran parte de su sección cultural a difundir las actividades o referentes de dicho día. Incluso, en el 2012, salió una sección especial del suplemento “Variedades” exclusivo por el Día de la Cultura Afroperuana.

Con el paso de los años, El Comercio con su sección Luces, comenzó a difundir más sobre este día, sobre todo con especiales dedicado a Nicomedes Santa Cruz, representante de la Cultura Afroperuana (su fecha de nacimiento es la misma que la celebración), su legado y entrevistas a familiares y amigos para que cuenten su trabajo e influencia en la cultura peruana.

Con respecto al día de la Bandera (07 de junio), los diarios hacían referencia al día, pero no en sus secciones culturales, sin embargo, El Peruano sí comunicaba actividades que se harían referentes al día.

Por la semana del Qhapaq Ñan, solo el diario El Peruano hizo ciertas alusiones a la semana, pero no tomaba protagonismo, en los diarios La República y El Comercio no se observaron noticias referentes en el periodo estudiado.

A su vez, en la década estudiada ocurrieron 2 eventos políticos-sociales que afectaron las secciones culturales de los diarios que se dieron en la previamente o durante la fecha seleccionada.

1. 2011: Elecciones presidenciales Keiko Fujimori – Ollanta Humala
2. 2016: Elecciones presidenciales Keiko Fujimori – Pedro Pablo Kuczynski

Estos sucesos de relevancia primordial política, afectaron mucho a los contenidos culturales, a tal punto que, en lunes 06 de junio del 2016, un día después de las elecciones presidenciales del 2016, el diario El Peruano no tuvo ninguna noticia cultural en su edición. Situación similar pasó el 04 de junio del 2016, día previo a las elecciones del mismo año, no hubo ninguna cobertura cultural en el diario.

En el 2011, el diario El Peruano también fue estudiado y, a diferencia de lo que pasaría años después, si hubo cobertura cultural pero en cantidad reducida debido al clima de elecciones del mismo año.

Al ser junio el mes que suelen realizar la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, afecta considerablemente en la cantidad de noticias publicadas en los medios. Cabe resaltar que en la década estudiada también hubo elecciones municipales, pero estas se realizaban en el periodo setiembre-octubre por lo que no ejercían relevancia en el mes de junio.

4.3 Entrevista a expertos

Experto 1: Mariana Gálvez

Escritora y periodista peruana, bachiller por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Es reportera para DW en Español y está cursando una maestría en International Media Studies en Hochschule Bonn-Rhein-Sieg.

Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Para mí el cine no es un tema importante para los medios, y en parte es normal porque hay temas más relevantes, pero a mi parecer, no debería caer tan bajo en la agenda informativa de los diarios, en este caso. Perú es un país muy rico en arte y cultura, pero no tiene el soporte de los medios para poder explotarlo, nunca se puede demostrar todo su potencial, a diferencia de Argentina o México.

| Aspectos | Experto 1 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Explica que no considera al cine como un asunto prioritario para los medios impresos y por eso no aparece en sus publicaciones, a pesar de que el Perú tiene mucho por ofrecer, sin embargo, considera que, sin el apoyo de los medios, el país no podrá progresar.

Pregunta 2: ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana?

El teatro es igual, pero es mucho peor y la cobertura es mucho menor. Siento que del cine al menos existe cobertura de las de las películas más comerciales, como te comenté.

Pero el teatro, incluso las obras comerciales, no reciben mucha cobertura, o solamente reciben cobertura de los diarios más grandes como El Comercio y la República. Y me atrevería a decir que incluso solamente del comercio. Tal vez el teatro no es un tema que se cubra mucho o que se difunda mucho en estos medios. Me parece que es más difundido por medios independientes o páginas de redes sociales que se dedican específicamente en difundir eventos culturales o eventos de teatro, en específico.

| Aspectos | Experto 1 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada indica que el teatro tiene muy poca relevancia en la agenda informativa, incluso menor que el cine, salvo sea para producciones comerciales o populares. También explica, que incluso estas obras, reciben mucha atención por otro tipo de medios informativos como las redes sociales o plataformas digitales.

Pregunta 3: ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana les otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura?

No, es que yo siento que para hablar de cultura en general, en específico de literatura o como tú mencionas, de teatro en medios de teatro, de cine, necesita haber una demanda por ellos. Yo

creo que sí existe la demanda, pero los medios no la identifican como comercial porque existen otras demandas que son mucho más urgentes en la realidad peruana, cuando tenemos cosas como las protestas, tenemos cosas como que el sueldo mínimo no sea posible comprar una canasta familiar. Entonces estos temas empiezan a ocupar más espacio, porque por la urgencia que los temas culturales no, yo creo que ese es el problema del periodismo cultural. Y en el Perú y otros países en vías de desarrollo en general, que no hay espacio para los temas culturales.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta indica que ella sí considera que existe una demanda, sin embargo, hay otros asuntos que tienen prioridad en la sociedad peruana, ya sea político, social o económico. Para ella, es poco probable que una persona se interese por una obra teatral cuando tiene otras necesidades más importantes que no se desarrollan fácilmente.

Pregunta 4: ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

A mí me parece que está bien la periodicidad de los suplementos, de que la mayoría de estas ofertas culturales sean semanales o recogen los eventos de la semana. Yo creo que puedes ver que pasa a la siguiente semana y decidir si ir o no, yo creo que es eso. Eso está perfectamente bien y funciona dentro de un medio y en lo que debe publicar o lo que considere publicar.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Indica que le parece correcto el tiempo en que se publican los suplementos culturales en el periodismo impreso. Considera que puede servir como una especie de resumen donde se recoja todas las actividades de la semana e incluso como una agenda cultural, que invita a los consumidores a participar de eventos culturales durante los próximos días.

Pregunta 5: ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Para mí el problema es más el de la selección de contenidos. Como te comentaba, usualmente se seleccionan cuáles son dignos de publicar o de difundir, pero no debería ser solamente a lo que se percibe como comercial, ¿no? O si sale algún actor a veces que es conocido en los medios.

Entonces ahí es cuando sale la nota de la película o sobre la obra de teatro o sobre libros. Yo creo que deberíamos tener más. Más periodistas culturales que se encarguen más de buscar cosas nuevas o cosas novedosas en términos culturales. Porque puede haber una película que de repente no tenga mucha atracción, pero que esté muy interesante. Crear ese periodismo cultural que ahorita en Perú no existe. No existe un crítico que tenga el poder de decir esta película me gustó mucho, nadie escuchó esa película, es una película, no sé, de Tacna, que lo han hecho con un presupuesto mínimo, pero que un crítico la vea y publiquen sobre ella me

parece que es algo que no pasa y eso es lo que se tiene, que se puede cambiar y que se puede hacer.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada considera que no existe como tal el periodismo cultural en el Perú, debido a que la única información que sale es si está ligada a una publicidad con el medio y si tendrá mucha repercusión. Afirma, que mientras no existan periodistas culturales que tengan el espacio para escribir sobre producciones pequeñas e independientes no se podrá avanzar en el asunto.

Pregunta 6: ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Un poco de lo mismo, falta mejorar esa calidad de información que ofrecen. Puedes tener mucha información, que no pasa aquí, pero puedes tener mucha, sin embargo, son noticias “banales” que no aportan a la sociedad, ese para mí es el gran problema.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta asegura que la gran mayoría de notas informativas sobre cultura que están en los diarios no son relevantes para la sociedad. Considera que debería hacer una mejora en la calidad de los datos que se publican.

Pregunta 7: ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Creo que este tipo de contenido, se va más en diarios grandes que en de menor categoría. Es normal verlo en El Comercio o La República, pero estos no son consumidos por todos los públicos. Debería ser tipos de contenidos que encuentres en todos lados, y ojo, no solo me refiero a la cultura, debería aparecer en todos los ámbitos.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada indica que los contenidos interpretativos son más publicados en diarios grandes como El Comercio o La República. Sin embargo, también recalca que estos diarios no son de consumo por todos los grupos de la sociedad y recomienda que este tipo de contenidos interpretativos como la entrevista o el reportaje, se repliquen en todas las publicaciones impresas.

Pregunta 8: ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

No, yo no encuentro críticas u opiniones de ningún tipo de película. Como ya te mencioné, menos encuentro películas pequeñas o de menor recaudación. Son limitadas las opciones y por eso, las personas prefieren las redes sociales.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada indica que no hay críticas o columnas de opinión tan visibles para que ella las encuentre. Sin embargo, considera que el público tiene una preferencia por optar por ese contenido en plataformas digitales como las redes sociales.

Pregunta 9: ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local?

Siento que deberían publicar otro tipo de noticias, no lo de siempre. No los mismos actores o las mismas películas. Actualizar ese banquete de contenidos que tanta falta le hace a los medios de comunicación.

| Aspectos | Experto 1 |
|----------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |

| | |
|------------|------|
| Resultados | 100% |
|------------|------|

ANÁLISIS

La entrevistada considera que las noticias suelen repetirse en el tono, el mismo contenido y personajes. Indica que es necesario actualizar y poner nuevas noticias para que sea de interés general.

Pregunta 10: ¿Estima usted que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

No, se necesita mejorar la selección cultural, no limitarse nada más a lo que está en Lima o no limitarse nada más a lo que a lo que va a vender. Y es encontrar personas capacitadas para informar sobre ello, no solo contar por contar, sino hablar de lo que sabes.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta estima que los contenidos no solo se deben centrar en Lima, sino también darles la visibilidad necesaria a los eventos culturales en provincia, y encontrar a las personas que tengan los conocimientos necesarios para que se informe correctamente.

Pregunta 11: ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana?

Es grande, pero necesaria. Necesitas saber de lo grande del tema y eso es lo internacional. No digo que debe dejar de publicarse, pero es más un prestarle atención a lo que pasa en Perú y agregarle valor a eso. No es tan simple como dejar de hablar de lo internacional para ya no informar y no haya comparaciones.

| Aspectos | Experto 1 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada considera que la presencia de noticias culturales internacionales es necesaria, pero indica que también es indispensable que los asuntos de Perú tomen relevancia en los medios. Recalca que la solución no es desaparecer lo internacional, sino encontrar un equilibrio.

Experto 2: Roy Quispe

Actor peruano, especializado en improvisación y conceptos básicos de teatro. Actualmente es profesor en Performing Arts.

Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Sobre el cine nacional, muy poca. Sólo si eres de una casa comercial, te hacen entrevista o te llaman para preguntarte, pero si eres alguien más pequeño, no. Ojalá hubiera más apoyo, por eso yo prefiero consumir contenido de redes, ellos sí dan oportunidad.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado indica que el cine tiene poca difusión en el periodismo impreso de Lima Metropolitana, solo hacen que personajes o películas conocidas tengan apariciones en ellos e indica que debería haber más apoyo para las producciones pequeñas.

Pregunta 2: ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana?

La información sobre el teatro es limitada, pero no todo es culpa de los medios, el teatro al ser para un público más específico y menos moldeable para todos los ojos y diarios. Es una realidad que el teatro es más caro y, ahora menos accesible que hace unos años.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto indica que en el teatro ocurre una situación similar que, con el cine, sin embargo, opina que no toda la responsabilidad recae en los medios, ya que el teatro sigue siendo menos accesible que otras formas de cultura y eso hace que no tenga tanta popularidad en la sociedad.

Pregunta 3: ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana le otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura?

No recuerdo haber visto alguna noticia sobre literatura en el día a día, solo cuando hay eventos muy grandes, que son pocos como la Feria del Libro, aparecen. Pero de nuevo, siento que eso no depende solamente de los diarios o medios en general, es un tema poco consumido acá y de por sí no se ha desarrollado en el país.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto considera que solo hay noticias relevantes sobre literatura cuando hay algún evento muy importante como la Feria del Libro, pero reafirma su posición que la falta de información sobre el tema no es solo responsabilidad de los medios.

Pregunta 4: ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

No conozco mucho sobre el tema, pero si sigue la corriente, pues no debería ser mucha. Me imagino que saldrán una vez a la semana y me parece bien. Así funciona también fuera del

país, a la semana sale un boletín con las activadas de la comunidad o estado para que las personas se puedan planificar y disfrutar de estas.

| Aspectos | Experto 2 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 90% |
| Negativo | 10% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado indicó que no consume o conoce este tipo de publicación. A pesar de eso indica que tener una periodicidad semanal tiene ciertos beneficios como recoger todas las actividades que ocurrieron u ocurrirán cercana a la fecha de publicación para interés de los consumidores.

Pregunta 5: ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Imagino que limitado, no puede haber mucho si en el día a día no hay mucho. Hace tiempo dejé de esperar que los medios puedan interesarse por las cosas culturales, por lo menos resaltante, lo cual es irónico porque ellos mismos no le dan relevancia y esperan que las personas sí lo hagan.

| Aspectos | Experto 2 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto considera que el contenido es igual de limitado en los suplementos como en las publicaciones regulares. Indica que, por experiencia personal, no tiene mucha expectativa en la cantidad y la calidad informativa de los medios impresos relacionados con asuntos culturales.

Pregunta 6: ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Siento que son pocas pero que informan. Sería peor que no hubiera y que todo sea política y deporte. La cultura ayuda al desarrollo de una sociedad porque todos necesitamos distraernos, y eso ayuda a las personas a tener espacios donde disfrutemos del arte de otros.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado valora que haya notas informativas que hablen sobre cultura, indica que el peor escenario sería que no haya ninguna, ya que la cultura tiene un valor importante en la sociedad.

Pregunta 7: ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Sí, son buenos productos los que salen, reportajes o entrevistas, siempre es divertido ver lo que pasa desde el punto de vista del mismo protagonista. Me gusta mucho cuando sacan eso, lo malo es que son siempre las mismas personas, o eso siento yo.

| Aspectos | Experto 2 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto expresó su gusto por los productos interpretativos que aparecen en los medios escritos, valora que siempre se tenga en cuenta el punto de vista del mismo actor, artista o director, aunque, pidió que se tomen en cuenta otras figuras representativas y no siempre las mismas.

Pregunta 8: ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Veo muy pocos, casi nada. Cuando quiero ver una crítica, en Instagram o YouTube hay buenos amantes del cine que pueden ayudar a definir qué quieres consumir y no se limitan a proyectos taquilleros, incluyen a todos.

| Aspectos | Experto 2 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Quispe expresó su preferencia por las plataformas digitales cuando se trata de críticas, opiniones o reviews que hay sobre películas. Indicó que existen buenos conocedores del tema que están en estas plataformas y son libres de revisar cualquier producción sin importar el beneficio económico que traerá.

Pregunta 9: ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local?

Los eventos limeños, pero de todo tipo, chico o grande. Hay ferias independientes donde artistas jóvenes venden sus esculturas o creaciones a muy buen precio y son hermosas. Es genial.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado explica que se debería de informar sobre todo tipo de evento cultural que sucede en Lima, pues daría la oportunidad a muchos artistas de ofrecer sus productos, y al público de encontrar arte a un precio accesible.

Pregunta 10: ¿Estima usted que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Todo es muy centralizado, lo que se comparte es de Lima y si yo soy de Trujillo, no me interesa. Es necesario dividir esa información según lugar de residencia, sería curioso ver cómo cambia el comportamiento de las personas si hacen eso.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto sugirió que deberían centrarse más en lo que sucede en provincias si eres de allá, no sirve de mucho que informen siempre lo que pasa en Lima, ya que se deja de lado las actividades de cada región.

Pregunta 11: ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana?

Hay una evidente preferencia por lo internacional, no hay duda de eso. Para mí, es un mal necesario. De algo se empieza, pero desde esos actos por más lejanos que parezcan, ayudan a que la cultura nacional crezca. Si no hubiera las películas de Marvel o las típicas comedias estadounidenses, no habría con qué comparar lo que hacemos.

| Aspectos | Experto 2 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado afirmó que la preferencia por las noticias internacionales es evidente, pero a la vez, consideró que es necesario pues se puede usar como una base para que la presencia de lo cultural tenga un soporte y pueda seguir creciendo de algo ya existente.

Experto 3: Michael Magán

Licenciado en música por la Universidad Nacional de Música, actualmente se desarrolla como gestor cultural para centros en Lima y Huancayo.

Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Es una interesante pregunta, porque la verdad, a ver, como digo, siendo muy sincero, casi no consumo medios escritos, no muchos. Muchas de las cosas de consumo son más medios digitales, y medios digitales de diversos tipos. A veces consumo páginas que también tienen medios escritos de la República o El comercio. Pero también hay una serie de propuestas independientes en cuanto a crítica de cine o bueno, de otras artes en general, o en cuanto a difusión de ciertos trabajos y difusión de películas. Entonces realmente yo me siento más informado por ese lado que lo siento más cercano que a los medios impresos.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado indicó que tiene una preferencia por el contenido digital, incluso de los diarios grandes por la accesibilidad y por la variedad de contenido y propuestas que existen en estas plataformas.

Pregunta 2: ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Para mí cumplen la función de informar. Ahora sí, yo te digo acerca del cine, teatro y literatura. No, obviamente que no es suficiente. Difunden cosas que son más de consumo masivo.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto afirmó que, a su punto de vista, los medios impresos cumplen sólo con informar, pero no tienen espacios para grupos culturales más pequeños que buscan igual apoyo que los más populares.

Pregunta 3: ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana les otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura?

Es un poco de lo mismo, incluso te diría que con la literatura menos. Salvo cuando hay Feria de Libro, todos los medios sacan información, pero dentro del año, muy poco.

| Aspectos | Experto 3 |
|----------|-----------|
|----------|-----------|

| | |
|------------|------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Se concluyó que solo cuando hay un evento grande, los medios impresos deciden que es necesario que ese tipo de información aparezca en sus páginas. Sin embargo, dentro del año o en cualquier otra fecha, no hay información de ese tipo.

Pregunta 4: ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Conozco la existencia de algunos, no sé cuál es el nombre exactamente. En Huancayo hay una revista cultural, pero claro, no tiene tanta frecuencia, no saldrá una o dos veces al mes. Creo que se llama el Huaco, si no me equivoco.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 80% |
| Negativo | 20% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto indicó que no conoce muchos ejemplos de suplementos culturales, pero conoce uno regional que tiene una periodicidad semanal.

Pregunta 5: ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Siento que es muy centrado en Lima. Además, que no hay muchos o no son tan populares, la información puede parecer limitada, temas culturales dentro del país, casi ni se conocen y da mucha pena porque son muy buenos.

| Aspectos | Experto 3 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado considera que todos los temas culturales, son centrados en Lima y que la mayoría de información, aparte de no ser del interés del medio, tampoco lo es del público y eso genera desinformación general.

Pregunta 6: ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Se dedican mucho a difundir cosas que tienen tal vez un consumo más masivo o el consumo de cosas que tienen que ver con espacios grandes como salas de teatro grandes o salas de consumo de cine grandes. Están muy centradas, pues en estas grandes salas, por decirlo así.

| Aspectos | Experto 3 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |

| | |
|------------|------|
| Resultados | 100% |
|------------|------|

ANÁLISIS

El experto indicó que los medios impresos tienen mucha preferencia por los asuntos de consumo masivo que, por los proyectos medianos o pequeños, cuando cumplen el requerimiento, aparecen en sus páginas.

Pregunta 7: ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Cuando es algo que puede aprovechar el medio, lo hacen estupendo. Entrevistas, reportajes, investigaciones, tengo muy presente al Comercio con su apartado Luces. Pero después, no y se pierden muchas oportunidades de dar a conocer nuevas cosas y ellos de decir yo ayudé a X persona a crecer.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El interés que puede tener el medio sobre un tema en específico hace que aparezca en las publicaciones. El entrevistado pone de ejemplo al apartado Luces del Comercio, que, si bien tiene buenos contenidos, no da oportunidad a otros personajes para hacerse conocidos.

Pregunta 8: ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

En este caso, creo no tener recuerdo de una crítica o columna de opinión referente al tema artístico, hay mucha noticia informativa, pero de opinión, no tengo recuerdo.

| Aspectos | Experto 3 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 80% |
| Negativo | 20% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El experto indicó que no tiene conocimiento del tema debido a que no ha encontrado contenidos de opinión relacionados a la cultura, sino que la mayoría son solamente informativos.

Pregunta 9: ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local?

Depende mucho también del interés de cada uno. Pero, por ejemplo, es cierto que muchos eventos, muchas ferias que se pierden por, tal vez, un desconocimiento de que hay ese tipo de propuestas. Y eso hablando en Lima, que Lima obviamente a comparación del Perú, pues tiene tantas opciones de consumir arte y consumir cultura.

| Aspectos | Experto 3 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado indica que los medios deberían centrarse más en otros eventos más pequeños que ocurren en la localidad, sin embargo, también depende mucho del interés del público por informarse de este tipo de opciones culturales. Se podría decir que es un trabajo en conjunto, pues los medios deberían informar para que las personas se interesen, pero si ellas no muestran interés, no entra dentro de la agenda del medio.

Pregunta 10: ¿Estima usted que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Es otra pregunta muy interesante, porque a veces también en provincias solo vemos en las noticias, cosas que pasan en Lima. O sea, si bien hay periodismo, radios o televisión o bueno, periódicos, realmente muchas de las cosas que uno consume en los medios masivos, pues son cosas que suceden únicamente en Lima. Entonces, efectivamente tú puedes ver, no sé, que hay cierto evento, pero si sucede en Lima, pues no tiene mucho sentido.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

El entrevistado explicó que en provincias sólo se consumen actividades culturales en Lima, si bien hay información cultural, la gran mayoría no aplicaría para las regiones que no son Lima.

Pregunta 11: ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana?

Pues es grande, pero incluso, si te das cuenta, solo sale o rebrota cuando hay premiación o un estreno muy grande. Después son cosas, muy hasta banales, lo que se publica. Tienen más presencia que lo local, pero tampoco es mucho.

| Aspectos | Experto 3 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Para el experto, lo internacional tiene mucha presencia en las publicaciones locales, sin embargo, considera que, aun así, estas solo obtienen relevancia y calidad cuando hay un evento importante o grande. Si no cumple esta característica, la información resulta muy superficial.

Experto 4: Cynthia Bravo - Actriz y Productora

Actriz y productora peruana. Ha participado en series como Al Fondo Hay Sitio y diversos roles en comerciales para televisión. Su especialidad es el teatro y ganó el premio “Otro Mundo” como Mejor Actriz. Recientemente, abrió su propia productora llamada Ojo de Pez y en septiembre estrena su primera obra donde también será protagonista.

Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Desde mi punto de vista, es nula. No hay y la que hay, no sirve. El cine grande, de cadenas grandes o populares, no necesita salir en un medio. Tondero no necesita salir en un medio, menos si sale un actor super conocido. Una producción independiente, le puedes cambiar la vida, su carrera puede despegar, descubres un nuevo talento, pero no. Como no ganan, no les interesa.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada indicó que, a su punto de vista, la información cultural no tiene relevancia y no genera un impacto en la sociedad. Además, explicó que deberían darles oportunidad a producciones más pequeñas, ya que las grandes no necesitan de esta gran visibilidad que los medios otorgan. Para ella, los medios se basan en si hay un impacto económico y positivo para ellos mismos.

Pregunta 2: ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Sobre el teatro es peor, porque en Perú no es tan popular como el cine, y esa es una realidad. Yo como actriz de teatro lo reconozco, pero si tan solo tuviéramos aliados, todo sería diferente. Increíblemente, ahora el cine es tan caro como una entrada de teatro, y vives una experiencia completamente distinta.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta explicó que el teatro recibe menos atención que el cine, debido a que nunca han tenido tanto apoyo en comparación con el cine. Analizó la realidad y considera que, si tuvieran más presencia en los medios de comunicación, las personas se podrían dar cuenta que ir al cine y al teatro es igual de accesible.

Pregunta 3: ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana les otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura?

No, soy una persona que lee mucho, por la costumbre de los guiones. Yo suelo comprar libros por recomendaciones de TikTok o bookvloggers que me aparecen en Instagram. Pero salvo en julio, que es la Feria del Libro, no hay nada interesante.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Al ser una persona que lee mucho por su profesión, Bravo explicó que todo lo que se entera de literatura es gracias a plataformas de redes sociales como TikTok o Instagram, porque es un asunto que no se trata en los medios.

Pregunta 4: ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

No los consumo ni los consumía porque sentía que la información era muy aburrida. Muy poco llamativa. La cultura, según mi percepción, es divertida y colorida, así lo veo. Con muchos matices y formas, pero ellos lo ponen como algo muy serio y de la élite. Creo que, en diarios, lo más llamativo es el El Peruano, pero solo tiene una cara.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada explicó que su poco consumo de suplementos se debía a que no era un contenido que le interesaba, y que probablemente es algo que se repite en el público. A su percepción, la cultura es muy diversa y colorida pero no es como los medios lo hacen ver, e incluso se puede relacionar con la élite o un asunto que no es para todos.

Pregunta 5: ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Como te digo, es un contenido muy aburrido, limitado e incluso, elitista. Conozco El Dominical, y así lo siento, como para la gente mayor. Si invito a un joven a leer eso, me va a mirar y se va a ir, porque no llama. Los colores y contenidos solo me dicen, no me leas.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Bravo consideró que el contenido presentado en los suplementos culturales, es elitista y limitado. No invita a todos los públicos a consumirlo y eso está mal porque la cultura es todo lo rodea a una sociedad, sin importar la clase social o económica.

Pregunta 6: ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana?

Cuándo hay, son muy pobres. Poco informativas, poco específicas y las retuercen hasta que saquen algo que puedan vender, sino hay, no salen.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta consideró que no existe el contenido informativo sobre la cultura debido a que los medios solo informan cuando y lo que les conviene.

Pregunta 7: ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana?

No, y tengo una mala experiencia de una amiga, cantante conocida que ganó un concurso del canal 4, le hicieron una entrevista y comenzó a hablar sobre su experiencia. El día que sale la entrevista, un titular amarillista que decía algo que nunca dijo ni habló. Se sintió tan molesta y rebotó tanto que todos los medios la llamaron, pero no por la razón correcta y eso molesta.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Después de tener una mala experiencia, Bravo dejó de considerar que los medios de comunicación pueden hacer un buen trabajo interpretativo, ya que, al tergiversar unos comentarios de una compañera suya, con el único propósito de vender.

Pregunta 8: ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

No, las críticas y opiniones ya son más de redes sociales que de medios. Porque cuando las hacen traen a cualquier persona a darlas. Para eso, mejor no invites a nadie o no hables de lo que no conoces, porque no solo quedas mal tú, sino puedes perjudicar al otro sujeto.

| Aspectos | Experto 4 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada consideró que los contenidos de opinión ya no son de los medios, ya no es exclusivo, debido a que no hay personas preparadas para poder escribir sobre el asunto. Explicó que es mejor no dar el espacio a nadie si es que no están listos para hacerlo.

Pregunta 9: ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local?

Eventitos pequeños culturales que vayan a pasar o incluso, que ya sucedieron, pero si viene otra edición, dar esa invitación para que la gente se anime y vaya. No se deben limitar a lo conocido, lo popular, eso ya no. Atrévase a publicar otras cosas.

| Aspectos | Experto 4 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La experta considera que es necesario que el público esté informado sobre los eventos o actividades culturales que pasan en su localidad, no solo quedarse con lo conocido, sino animarse a probar nuevas opciones.

Pregunta 10: ¿Estima usted que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Nacional, no. De Lima, sí. Incluso en provincia, sabes lo que pasa en Lima, pero no en tu ciudad o localidad. Tienen tanto dinero, pero no pueden sectorizar, eso me da mucha risa. Porque, ellos, no tienen ni la menor idea que pasa en los lugares donde tienen sus diarios o sus programas, solo escriben y publican.

| Aspectos | Experto 4 |
|------------|-----------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

La entrevistada indicó que en provincia solo saben lo que pasa en Limay desconocen las actividades que pasan en sus propios lugares. Para ella, la sectorización es fundamental para seguir informando correctamente.

Pregunta 11: ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana?

Es grande, y está bien, porque nada sale de la nada. Pero no abusen de Hollywood o Estados Unidos, porque no lo es todo. Los Oscars no lo son todo, los Grammys, los Tony's no lo son

todo. Muchas de las grandes obras no reciben premios, pero sí reciben apoyo, quién sabe aquí se está formando La Obra de la década y nadie lo sabe porque no lo publican.

| Aspectos | Experto 4 |
|-----------------|------------------|
| Positivo | 100% |
| Negativo | 0% |
| Resultados | 100% |

ANÁLISIS

Para ella, existe una influencia que podría considerarse necesaria, pero que es un uso que debería ser controlado, no solo por nosotros sino también por el público consumidor que cree que la cultura sólo nace cuando hay premiaciones o eventos importantes.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

El presente capítulo contiene el contraste de estudios previos y los resultados obtenidos en la presente investigación, que en líneas siguientes se desarrolla de modo puntual.

El objetivo general de la investigación, fue analizar la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI, el cual se estudió mediante cinco entrevistas a expertos en cultura, quienes respondieron a 11 preguntas relacionadas a la situación de los contenidos culturales en el periodismo impreso; todos los reactivos estaban ligados a las dimensiones previamente mencionadas. Asimismo, los resultados indicaron que los expertos si presenciaban una ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso a mayor o menor escala según lo especificado.

De esta forma, se comprobó que existe una desinformación cultural en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en la segunda década del siglo XXI relacionado principalmente con la cantidad de noticias culturales publicadas en los diarios. Este resultado coincidió con la investigación realizada por **J.M. Cabanillas (2018), titulada “Presencia del periodismo cultural en los diarios más leídos de Lima, Trome, Ojo y El Comercio, enero-febrero 2018”**, en donde fue evidenciado que, de 180 diarios, El Comercio, Trome y Ojo, el primero solo tiene un 24% de publicaciones culturales (60 publicaciones); Ojo tiene un 8% (17 publicaciones); y Trome un 3% (8 publicaciones).

Según lo observado en el análisis de diarios La República, El Comercio y El Peruano, se evidencia al igual que el estudio hay una diferencia significativa entre los diarios, siendo la República con más publicaciones culturales, a diferencia del diario El Peruano, que a pesar de ser el diario oficial del Estado, mantiene pocas páginas en sus ediciones regulares destinadas para la cultura.

Mamani, G. y Gonzáles, A. (2018) en su investigación “Tratamiento informativo sobre temas culturales locales en el diario Correo durante el mes de junio del 2018, Arequipa” comparte la postura con los resultados obtenidos del análisis que evidencian una predilección por los eventos o noticias culturales locales e internacionales, que la difusión de eventos regionales fuera de Lima. Esto también se dejó evidenciado por los expertos entrevistados que coinciden que los medios deben brindarle mayor atención a las actividades culturales que se realizan en las localidades para que sean publicadas en los medios impresos.

Por su parte **Aguilar, J. en su investigación “Presencia del periodismo cultural en los medios digitales Útero y la Mula, setiembre 2019”** realizada en el 2019, demostró que los medios digitales, en este caso Útero y La Mula, tienen una importante presencia de contenidos culturales con más de 400 notas culturales entre los dos. Esto es reafirmado con la cantidad total de notas encontradas en la muestra en un periodo de 10 años y con 30 diarios consultados solo se llegó a la suma de 421 noticia culturales, lo que reafirma lo indicado por los expertos que los medios digitales tienen mayor consideración por los asuntos culturales en sus plataformas.

Asimismo, **Valle M.G. (2014) en su investigación “El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de “El Comercio, La República y El Peruano”**, recomendó que se cambiara la visión del periodismo cultural, debido la transformación que ha tenido en los últimos años que ha pasado de ser específico para un público de élite a ser para todos, lo que obliga a replantear la definición. Este concepto concuerda con los resultados obtenidos en relación al contenido presentado en las publicaciones impresas.

Con el análisis de la investigación, demuestra que aún hay predilección por ciertos temas culturales como el cine o teatro, a diferencia de la música, literatura o artes plásticas que rara vez suelen ser difundidas en las ediciones. Esto crea una preferencia por esos ámbitos culturales y se convierten en los más consumidos sobre otros.

En relación a la periodicidad y al contenido publicado en las secciones o producciones culturales, **Pumahuacre, K., (2019), que en su investigación “El periodismo cultural en el distrito de Ayacucho en el 2017”**, resolvió que la sección cultural encargada de informar sobre el tema, no cumple su función debido a una periodicidad limitada y que los contenidos son considerados ‘rellenos’, esto se evidencia con la información pobre que presentan sin hacer una búsqueda exhaustiva. De misma forma, se evidencia que cuando hay eventos de máxima importancia como elecciones o movimiento político, la sección cultural y sus contenidos pierden cantidad o incluso desaparecen.

Asimismo, **Cruz, P. y Rosera, S. en su investigación “El periodismo cultural en los medios ecuatorianos”** realizada en el 2012, concuerdan que el tipo de contenido está muy centrado en lo masivo y enfocado en las ‘bellas artes’ dejando de lado la cultura popular. Lo evidenciado en el análisis de ediciones impresas es la falta de cercanía de manifestaciones culturales como las artes plásticas o literatura con el público, esto se refleja en la poca cantidad de noticias de este ámbito, debido a que los medios siempre buscan informar lo que al público le interesa.

Por su parte, **Delgado, Z. (2017) en su investigación “Periodismo Cultural: Una comparativa de la prensa peruana en España y Perú”**, indica que, en cuestión de diagramación y distribución de los contenidos, El Comercio, diario peruano usado como

muestra, tiene su sección cultural como suplemento y eso ayuda a tener más contenidos e incluso una portada propia a diferencia de su contraparte El País, diario español.

En esta investigación todos los medios impresos tienen su sección cultural de manera regular, sin embargo, en las fechas estudiadas se encontró que cuando aparecen suplementos o ediciones especiales por una fecha cultural importante como el día de la Cultura Afroperuana, el número de noticias culturales sube exponencialmente. Esto se ve reflejado en los días 4 de junio del diario El Peruano que tiene una sección única por el día; por su parte, El Comercio suele tener más noticias culturales los domingos en su sección Luces.

Los entrevistados concuerdan con **Ortega, G. (2011), quien en su investigación “Hugo Gutiérrez Vega: Problemas que enfrenta el periodismo cultural en la actualidad (Entrevista de opinión)”** resuelve que el periodismo cultural no desaparecerá, sin embargo, sí pasará por momentos de crisis y debe adaptarse a los nuevos tiempos. Esto se ve reflejado en los últimos años de estudio que evidencia que hubo una curva que comenzó a crecer en el ámbito cultural nacional a diferencia de los primeros años que diarios como El Comercio y La República, no tenían tanto espacio para las noticias locales o nacionales y daban preferencia a las noticias internacionales. Asimismo, los críticos o columnistas de cine, comenzaron a integrar las plataformas de streaming como Netflix a sus espacios para comenzar a hablar de las producciones que se podían encontrar en ellas.

La misma crítica ocurre con **Ferracutti, D. (2020) y su investigación “De ‘Cultura y nación’ a ‘Spoot’: cultura y coolture en el diario Clarín (1988-2018)”**, quien a diferencia de los resultados obtenidos en esta investigación, tiene como género predominante al de opinión junto con el interpretativo, aquí se recoge una evidente falta de textos de opinión en el

periodismo impreso debido a falta de espacios dentro de las publicaciones, falta de contenido o de personas encargadas que puedan escribir estos textos.

En relación al tratamiento informativo del periodismo cultural, la investigación de **Santos Silva, D.** titulada **“Cultural Journalism in a Digital Environment: New Models, Practices and Possibilities”** elaborada en el 2015, señala que la forma de tratar las noticias culturales varía según el medio, pues cada uno tiene su propia línea editorial, posicionamiento, formas de tratar los asuntos culturales, entre otros. Esto se asemeja a los resultados obtenidos pues se observa una variedad de contenidos según el diario consultado como El Comercio o El Peruano, mientras el primero suele abarcar noticias internacionales y nacionales, hacen entrevistas o reportajes a personajes o producciones no peruanos, El Peruano solo se enfoca en contenido nacional por el mismo carácter del diario.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- De acuerdo al objetivo principal de la investigación, se encontró ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- En relación al primer objetivo específico, se halló una ausencia de contenidos culturales para la identidad Afroperuana, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- En referencia al tercer objetivo específico, se demostró la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes escénicas, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Respecto al cuarto objetivo específico, se expuso la ausencia de contenidos culturales para la producción musical, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- En cuanto al quinto objetivo específico, se exhibió la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes visuales, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- En relación al sexto objetivo específico, se determinó que hubo ausencia de contenidos culturales para la producción literaria, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.
- Respecto al sétimo objetivo específico, se verificó la ausencia de contenidos culturales para la producción cinematográfica, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.

6.2 Recomendaciones

La presente investigación recomienda que se analice la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana, para ello, se recomienda aplicar la teoría Desinformación cultural, propuesta en esta investigación que consiste en erradicar y exponer el problema de que los medios de comunicación impresos prefieren vender y no informar, es decir, buscan cumplir una agenda no sólo informativa sino también económica, por lo que sacan los temas que generan menos como la cultura, y dejan el espectáculo y deportes que son más populares entre los peruanos.

La teoría Desinformación cultural puede concretarse a través de los siguientes pasos:

1. Elección de medios impresos e identificar si hay noticias culturales en los periódicos impresos de circulación en Lima Metropolitana, en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI, las noticias culturales que tengan cobertura exclusiva o compartida con la problemática.
2. Verificación de que los diarios escogidos hayan sido analizados mediante el empleo de técnicas como la investigación documental y la observación para identificar el tratamiento informativo que le dan a la información cultural, así también determinar su periodicidad en estos.
3. Revisión de las notas elegidas para definir si es considerado cultura según la definición brindada en el proyecto, de lo contrario, establecer que eran notas de espectáculo que desear que llegue a 100%.
4. Aplicación del instrumento creado para identificar la ausencia de contenidos informativos en cada medio analizado de forma organizada, en las materias de manifestaciones culturales y expresiones vivas de cultura; y
5. Análisis de la ausencia de contenidos culturales en cada materia expuesta, presentando los resultados finales de la investigación presente y exponer las posibles soluciones ante estas.

En cuanto a las manifestaciones culturales, se recomienda: 1. Darles más espacios a todas las manifestaciones culturales como la literatura, la música y las artes plásticas, y respecto al cine y al teatro, ampliar la continuidad de publicaciones sobre ellos. 2. Encontrar personas calificadas que puedan brindar opiniones y que investiguen profundamente sobre las manifestaciones culturales; y 3. Darle visibilidad a los proyectos pequeños, medianos e independientes que no suelen pertenecer a grandes productoras o agencias para renovar el contenido.

Referente a los suplementos culturales, las recomendaciones son: 1. Mejorar la periodicidad de los suplementos. 2. Buscar contenidos innovadores que puedan atraer y fidelizar al consumidor; y 3. Otorgar visibilidad en la producción central para que los consumidores se enteren de su existencia.

En la línea de los géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales, se recomienda: 1. Iniciar una campaña de inducción a los periodistas que deseen enfocarse en lo cultural, y capacitar a los que ya lo son para que sigan al tanto y a la vanguardia debido al cambio de la sociedad, que está directamente relacionada con la cultura. 2. Investigar más sobre las notas pauteadas para publicación para que sean ricas en contenido y puedan atraer a más personas. 3. Seguir con la calidad de reportajes y entrevistas realizadas, y encontrar nuevos rostros para darlos a conocer; y 4. Buscar personas debidamente capaces de poder escribir textos de opinión con la experiencia y conocimiento necesario para informar debidamente al público.

En relación al alcance informativo, la investigación recomienda: 1. Afianzar el contenido local, no solo centrándose en eventos grandes, sino dando visibilidad a los pequeños

y medianos. 2. Comenzar a informar sobre los eventos culturales regionales, no solo en Lima Metropolitana, sino que en las propias localidades para que los mismos habitantes y visitantes conozcan y sepan de las oportunidades culturales que los rodean; y 3. Dar más importancia a lo nacional y bajar el ritmo de publicaciones culturales internacionales, salvo ocurra un efecto rebote y apoye las oportunidades culturales del país.

Finalmente, desde el ámbito educativo se puede fortalecer la presencia del periodismo cultural con estas recomendaciones: 1. Promoción de la comprensión y apreciación de la diversidad cultural dentro de la enseñanza básica mediante las diferentes formas de arte, literatura, música y tradiciones culturales de todo el mundo. 2. Inculcar el análisis crítico de la cultura que los rodea, incluidos los medios de comunicación y el periodismo para desarrollar habilidades de pensamiento crítico y análisis de medios desde una perspectiva cultural. 3. Establecer colaboraciones con medios de comunicación cultural o instituciones culturales para proporcionar a los estudiantes oportunidades de aprendizaje práctico y así, contribuir con contenido cultural en la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. (2019). *Presencia del periodismo cultural en los medios digitales Útero y La Mula, setiembre, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo.
- Aguado, J. M. (2004). Sociedad de masas, cultura de masas y comunicación de masas. En *Introducción a las teorías de la comunicación y la información* (1.^a ed., Vol. 1, pp. 217–251). Universidad de Murcia.
- Albertos, J. L. (1999). El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 15–35.
- Altieri, A. (2001). ¿Qué es la cultura? *La Lámpara de Diógenes*, 2(004), 15–20.
- American Press Institute. (s. f.). *What is journalism?*
<https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/>
- Argueta, A. (2021). El suplemento sábado del unomásuno: Breve panorama de la hegemonía cultural en México durante el XX a través del periodismo cultural. *Humanitas. Revista De Teoría, Crítica Y Estudios Literarios*, 1(1), 55–73.
- Bazin, A. (1966). *¿Qué es el Cine?* (44.^a ed.). Ediciones Rialp.
- Berástegui, B. (2002). Suplementos culturales: convergencias y divergencias. *Mujeres o Las Trampas de La Libertad*.
- Cabanillas, J.M. (2018). *Presencia del periodismo cultural en los diarios más leídos de Lima, Trome, Ojo y El Comercio, enero-febrero 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo.
- Cruz, P., & Rosero, S. (2012). El periodismo Cultural en la Prensa escrita y la Televisión del Ecuador. *Comhumanitas : Revista Científica de Comunicación*, 2(1), 183–195.

- Delgado, Z. (2017). *Periodismo Cultural: una comparativa de la prensa en España y Perú* [Tesis de licenciatura, Universidad de Valladolid]. Repositorio Institucional - Universidad de Valladolid
- Díaz, E. (2014, 5 septiembre). *El cine y su influencia en la sociedad*. Sociología de La Comunicación. <http://www.jhcnewmedia.org/sociologia2014/cine/el-cine-y-su-influencia-en-la-sociedad/>
- Eagleton, T. (2010). *Una introducción a la teoría literaria*. Fondo de Cultura Económica de España.
- Fino, C. (2021). *Estética del modernismo latinoamericano en el periodismo cultural transatlántico (1865-1895)* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional de Colombia]. *Repositorio Institucional*. Recuperado en 2023, de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/81611>.
- Fontcuberta, M. (1993). *La noticia* (1.ª ed.). Ediciones Paidós.
- García, J. A. (2013). *El tejido cultural: una lectura para el periodismo cultural* [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Chihuahua]. Repositorio Institucional - Universidad Autónoma de Chihuahua.
- García, M., Martínez, C., Martín, N., Sánchez, L. (s.f). *La entrevista*. http://www2.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/f53e86_entrevistapdfcopy.pdf
- Gómez, S. (2011). *Análisis del periodismo cultural: Víctor Roura* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional Autónoma de México.
- Guerrero, P. (2002). *La Cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia* (1.ª ed., Vol. 1). ABYA-YALA.

Gobierno del Perú (2014). *El Ministerio de Cultura declara junio “Mes de la Cultura Afroperuana”*,

<https://www.gob.pe/institucion/cultura/noticias/47049-el-ministerio-de-cultura-declara-junio-mes-de-la-cultura-afroperuana>

Igualab (2022). *Día de la Cultura Afroperuana – 4 de junio*,

<https://www.igualab.org/2021/06/04/dia-de-la-cultura-afroperuana-peru-4-de-junio-poblacion-afrodescendiente/>

Kingman, M. (2017). La noción de cultura popular: Interés de los debates entre los 80 y 90 del siglo XX para reflexionar sobre la contemporaneidad. *Revista de investigación en el campo del arte*, 12(22).

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2012). *Los elementos del periodismo* (1.ª ed., Vol. 1). Aguilar.

Malo, C. (1996). *Arte y cultura popular* (1.ª ed., Vol. 49). CIDAP.

Kristensen, N. N., & Riegert, K. (2017). *Cultural Journalism in the Nordic Countries*. Nordicom.

Mamani, G. y Gonzáles, A. M. (2018). *Tratamiento informativo sobre temas culturales locales en el diario Correo durante el mes de junio del 2008, Arequipa* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Martínez, N. (2018). El Periodismo cultural. *Revista de Museología Kóot*, 8(9), 63–68.

Martínez, O. (2005). La tradición en la enseñanza de las artes plásticas. *El Artista*, 2, 19–27.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (1.ª ed.). Educactiva.

Mayorga, J. (2018). *La importancia del teatro / Entrevistado por F. M. Faura*. Cuadernos de Aleph, Universitat de Barcelona.

Ministerio de Educación y Ciencia. (s. f.). *Análisis de informativos*. La información en televisión.

http://tv_mav.cnice.mec.es/Informativos/Infor_Tucuenta/A_UD5/Contenido_aud5_3.htm

Molina, C. A. (1990). *Medio siglo de prensa literaria española: 1990-1950*. Endymion.

Navarro, F. (2012). La reseña académica. En A. L. Abramovich (Ed.), *En carrera: la lectura y la escritura de textos académicos y profesionales* (1.^a ed., pp. 39–60). Universidad La Serena Departamento de Artes y Letras Facultad de Humanidades.

Oliva, J. (2010). *El perfil del periodista cultural. Análisis y propuesta desde una perspectiva humanista* [Tesis de licenciatura, Universidad Panamericana]. Repositorio Institucional - Universidad Panamericana.

Ortega, G. (2011). *Hugo Gutiérrez Vega: Problemas que enfrenta el periodismo cultural en la actualidad (Entrevista de opinión)* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional Autónoma de México.

Osorio, F., Chalarca, J., Zapata, E., Peña, M., & Jaramillo, A. (2021). *El periodismo cultural colombiano: de la alta cultura a la identidad nacional*. La Cola de Rata.
<https://www.lacoladerata.co/cultura/el-periodismo-cultural-colombiano-de-la-alta-cultura-a-la-identidad-nacional/>

Paoli, J. A. (1983). *Comunicación e información: perspectivas teóricas* (1.^a ed., Vol. 1). Editorial Trillas.

- Pardo, T. (1990). Impresos peruanos del siglo XVI: ornamentación, tipografía y encuadernación. Pretendientes a la encomienda de Chicama en 1583. *Boletín Del Instituto Riva-Agüero*, (17).
- Parratt, S. (2003). *Introducción al reportaje* (1.ª ed., Vol. 1). Servicio de publicación e intercambio científico-Universidad Santiago de Compostela.
- Pastoriza, F. (2019, 8 mayo). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Periodistas en español.com. <https://periodistas-es.com/teoria-y-practica-del-periodismo-cultural-128207>
- Patterson, C. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social*, 6(56).
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vázquez, A., González, L. (2011). *Entrevista*. <https://docplayer.es/393295-Entrevista-alicia-pelaez-jorge-rodriguez-samantha-ramirez-laura-perez-ana-vazquez-laura-gonzalez.html>
- Pesquisa Javeriana. (2016). *El país visto y narrado a través de Cromos*. Pesquisa Javeriana. <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/el-pais-visto-y-narrado-a-traves-de-cromos/>
- Pumahuacre, K. (2019). *El periodismo cultural en el distrito de Ayacucho en el 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga]. Repositorio Institucional - Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga.
- Ruiz, Á. (2022). Breve panorama de la traducción poética en el periodismo cultural de México (1947-1970). *Estudios de Traducción*, 12, 209-219.
- Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Paidós.
- Santos, D. (2015). *Cultural Journalism in a Digital Enviroment. New Models, Practices and Possibilities* [Tesis de doctorado, Universidade Nova de Lisboa]. Repositorio Institucional - Universidade Nova de Lisboa.

- Talongang, E. (2019, 27 mayo). *La importancia del arte como herramienta para la sociedad*. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/entre-todos/participacion/la-importancia-del-arte-como-herramienta-para-la-sociedad-191849>
- Time Graphics, T. (2022). *1 Jan 1609 jahr - relation Aller Fürnemmen und Gedenckwürdigen Historien*. 1 Jan 1609 Jahr - Relation aller Fürnemmen und gedenckwürdigen Historien (Band der Zeit). <https://time.graphics/de/event/3594396>
- Ubersfeld, A. (1989). *Semiótica Teatral*. Ediciones Cátedra.
- Valle, M. (2014). *El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos El Comercio, La República y El Peruano* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Valles, M. J. (2010). Música y Educación. *Revista Electrónica de Desarrollo de Competencias*, 2(4).
- Vila-Sanjuán, S. (2015). *Una crónica del periodismo cultural*. Universitat de Barcelona.
- Villa, M. J. (1998). El Periodismo Cultural. Reflexiones y aproximaciones. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1(6).
- Warnier, J. P. (1999). *La mundialización de la cultura* (1.^a ed., Vol. 1). Ediciones ABYA-YALA.
- Zimmermann, K. A. (2017, 13 julio). *What Is Culture?* Live Science. <https://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.ht>

ANEXOS

Anexo 1- Matriz de consistencia

AUSENCIA DE CONTENIDOS CULTURALES EN EL PERIODISMO IMPRESO DE LIMA METROPOLITANA EN EL MES DE JUNIO DURANTE LA SEGUNDA DÉCADA DEL SIGLO XXI

| PROBLEMA | OBJETIVOS | VARIABLES | DIMENSIONES | FUNDAMENTOS CIENTÍFICOS | METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN |
|---|---|--|--|--|--|
| <p>GENERAL</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la identidad Afroperuana, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes escénicas, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción musical, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes visuales, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción literaria, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> <p>¿A qué se debió la ausencia de contenidos culturales para la producción cinematográfica, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI?</p> | <p>GENERAL</p> <p>Analizar la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>Examinar la ausencia de contenidos culturales para la identidad Afroperuana, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> <p>Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes escénicas, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> <p>Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción musical, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> <p>Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción de artes visuales, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> <p>Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción literaria, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> <p>Determinar la ausencia de contenidos culturales para la producción cinematográfica, en el periodismo impreso de Lima Metropolitana durante la segunda década del siglo XXI.</p> | <p>VI:</p> <p>Ausencia de contenidos culturales</p> <p>VD:</p> <p>Periodismo impreso de Lima Metropolitana</p> | <p>- Manifestaciones culturales</p> <p>-Suplementos culturales</p> <p>-Géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales</p> <p>-Alcance informativo</p> | <p>Marco Teórico</p> <p>2.1 Marco histórico</p> <p>2.1.1 Una reseña histórica del periodismo</p> <p>2.1.2 La aparición del periodismo cultural</p> <p>2.1.3 Presencia del periodismo cultural en los diarios europeos</p> <p>2.1.4 Presencia del periodismo cultural en los diarios estadounidenses y latinoamericanos</p> <p>2.1.5 El periodismo cultural en el Perú</p> <p>2.2 Antecedentes de la investigación</p> <p>2.2.1 Nacionales</p> <p>2.2.2 Internacionales</p> <p>2.3 Bases teóricas</p> <p>2.3.1 Ausencia de contenidos culturales</p> <p>2.3.2 Periodismo impreso de Lima Metropolitana</p> <p>2.4 Marco conceptual</p> | <p>A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</p> <p>Tipo: Cualitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>B.- POBLACION Y MUESTRA:</p> <p>Población: La población estuvo conformada por los diarios impresos de Lima Metropolitana</p> <p>Muestra: La muestra correspondió a las ediciones impresas de circulación en Lima Metropolitana de los diarios El Peruano, El Comercio y La República..</p> <p>C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:</p> <p>Técnica: Observación</p> <p>Instrumento: Ficha de Observación</p> <p>D.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS:</p> <p>Para la presente investigación referida a la ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI, se utilizará la técnica del análisis de contenido, asimismo, se hará uso de la triangulación informativa.</p> |

Anexo 2 – Instrumento de recolección de datos – Ficha de observación

Ficha de observación: *Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.*

Investigador/a: Cristina Alejandra Reyes Caballero

La presente ficha de observación, tiene por objetivo conocer su opinión respecto a: *Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.*

Siendo su respuesta importante, marque una de las alternativas solicitadas. No marque nada si no posee suficiente información para responder. Muchas gracias.

Instrucciones: Marque con un aspa (X) o un check (✓) la alternativa de respuesta que Ud estime conveniente: 1) Nunca 2) Casi nunca 3) A veces 4) Casi siempre 5) Siempre

| | ALTERNATIVAS | | | | |
|--|--------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. No aparecen suficientes notas sobre obras teatrales | | | | | |
| 2. Los titulares no hacen entender que hablan sobre teatro. | | | | | |
| 3. Hay preferencia por actualidad teatral internacional | | | | | |
| 4. No hay suficientes notas sobre eventos literarios o relacionados a la literatura. | | | | | |
| 5. Hay preferencia de otras manifestaciones culturales sobre la literatura. | | | | | |
| 6. No se presentan entrevistas o reportajes a autores. | | | | | |
| 7. La música peruana está presente en el diario. | | | | | |
| 8. Su contenido sólo se enfoca en artistas urbanos o de pop | | | | | |
| 9. Hay entrevistas a cantantes, autores o productores. | | | | | |
| 10. Hay preferencia por el cine extranjero que el peruano | | | | | |
| 11. No se difunde suficientes producciones nacionales | | | | | |
| 12. El contenido se enfoca en los actores mas no en directores | | | | | |
| 13. Hay poca información sobre el tema | | | | | |
| 14. Se presentan entrevistas o reportajes de artistas plásticos | | | | | |
| 15. No informan sobre eventos relacionados al tema | | | | | |

| | | | | | | |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 16. | Presentan pocas notas locales | | | | | |
| 17. | Las notas presentadas son, en su mayoría, informativas | | | | | |
| 18. | Hay suficientes notas nacionales relacionadas al periodismo cultural | | | | | |
| 19. | Hay más variedad de textos en las notas nacionales | | | | | |
| 20. | Existe una preferencia por informar sobre hechos internacionales | | | | | |
| 21. | Usan más elementos gráficos en estas notas | | | | | |
| 22. | Hay preferencia por el género informativo | | | | | |
| 23. | Su extensión es corta | | | | | |
| 24. | Existe más de 4 notas interpretativas a la semana | | | | | |
| 25. | En su mayoría, son entrevistas | | | | | |
| 26. | No existen muchos columnistas culturales | | | | | |
| 27. | Hay menos de 3 notas de opinión a la semana | | | | | |

Anexo 3 - Instrumento de recolección de datos - Cuestionario

El presente cuestionario tiene como finalidad conocer la opinión de los entrevistados en relación a los reactivos presentados con respecto al problema de investigación denominado “**Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI**”. Los reactivos están relacionados a las dimensiones de: Manifestaciones culturales, suplementos culturales, géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales y alcance informativo.

INSTRUCCIONES

El cuestionario cuenta con once reactivos que responden a los indicadores presentados en la matriz de operacionalización de variables. Para cada reactivo, responda según considere.

VARIABLE CATEGORIAL INDEPENDIENTE: AUSENCIA DE CONTENIDOS CULTURALES

Dimensión 1: Manifestaciones culturales

- 1- ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana?
- 2- ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana?
- 3- ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana le otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura?
- 4- ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Dimensión 2: Suplementos culturales

- 5- ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?
- 6- ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

VARIABLE CATEGORIAL DEPENDIENTE: PERIODISMO IMPRESO DE LIMA METROPOLITANA

Dimensión 3: Géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales y alcance informativo.

- 7- ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana?
- 8- ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana?
- 9- ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?

Dimensión 4: Alcance informativo

- 10- ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local?
- 11- ¿Estima que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana?
- 12- ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana?

Anexo 4 - Matriz de operacionalización de variables categoriales

AUSENCIA DE CONTENIDOS CULTURALES EN EL PERIODISMO IMPRESO DE LIMA METROPOLITANA EN EL MES DE JUNIO DURANTE LA SEGUNDA DÉCADA DEL SIGLO XXI

| VARIABLE CATEGORIAL INDEPENDIENTE: AUSENCIA DE CONTENIDOS CULTURALES | | | |
|---|---------------------|---|---------------------|
| DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS/REACTIVOS | ALTERNATIVAS |
| Manifestaciones culturales | Cine | ¿Cuál es su opinión de la información difundida sobre el cine nacional en los medios impresos de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | Teatro | ¿Cuál es su percepción de la información cultural difundida sobre el teatro en los medios impresos de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | Literatura | ¿Considera usted que los medios impresos de Lima Metropolitana les otorgan suficiente presencia a los asuntos relacionados con la literatura? | Abierta |
| Suplementos culturales | Periodicidad | ¿Qué opina usted sobre la periodicidad de los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | Contenido | ¿Qué opina usted sobre el contenido presentado en los suplementos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana? | Abierta |

| VARIABLE CATEGORIAL DEPENDIENTE: PERIODISMO IMPRESO DE LIMA METROPOLITANA | | | |
|--|-----------------------|--|---------------------|
| DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS/REACTIVOS | ALTERNATIVAS |
| Géneros periodísticos en el tratamiento de asuntos culturales | Informativo | ¿Qué opinión tiene de las notas informativas relacionadas a la cultura en los medios impresos de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | Interpretativo | ¿Considera usted que los textos interpretativos son utilizados correctamente al informar de asuntos culturales en los medios impresos de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | De opinión | ¿Considera que hay suficientes textos de opinión relacionados a asuntos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana? | Abierta |
| Alcance informativo | Local | ¿Cuáles considera que deberían ser las noticias culturales publicadas en el ámbito local? | Abierta |
| | Nacional | ¿Estima usted que se difunden suficientes noticias culturales nacionales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana? | Abierta |
| | Internacional | ¿Cuál considera que es la influencia de las noticias culturales internacionales en el público de Lima Metropolitana? | Abierta |

Anexo 5 - Fichas de validación del instrumento

Ficha de validación de cuestionario

1. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: SCHUNKE ROJAS, CHRISTAIN
 1.2 Grado académico: MAESTRO
 1.3 Cargo e institución donde labora: Universidad Jaime Bausate y Meza
 1.4 Título de la investigación: Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.
 1.5 Autor del instrumento: Cristina Alejandra Reyes Caballero
 1.6 Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.7 Criterios de aplicabilidad:
- 1) De 01 a 10 (no válido, reformular)
 - 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
 - 3) De 21 a 30 (válido, mejorar)
 - 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
 - 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

| | | | | |
|-------------|---------|------------|--------------|------------------|
| 1. Muy poco | 2. Poco | 3. Regular | 4. Aceptable | 5. Muy aceptable |
|-------------|---------|------------|--------------|------------------|

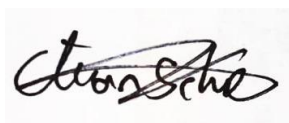
ASPECTOS A EVALUAR

| INDICADORES | CRITERIOS | Puntuación | | | | |
|--------------------|---|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado | | | X | | |
| 2. OBJETIVIDAD | El instrumento evidencia recojo de conducta observables. | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología. | | | | X | |
| 4. ORGANIZACIÓN | El instrumento tiene una organización lógica. | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento. | | | | X | |
| 6. INTENCIONALISMO | Adecuado para valorar los aspectos del estudio. | | | | | X |

| | | | | | | |
|-------------------------|---|--|--|--|----|--|
| 7. CONSISTENCIA | Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación. | | | | X | |
| 8. COHERENCIA | Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems. | | | | X | |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | | | | X | |
| 10. CONVENIENCIA | Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías | | | | X | |
| Sub total | | | | | 40 | |
| Total | | | | | 40 | |

- Promedio de valoración: 40
- Opinión de Aplicabilidad: Válido, precisar

Lugar y fecha: Lima, 29 de mayo del 2023



FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 **Apellidos y nombres del experto:** SERRATO SANCHEZ, SEGUNDO
- 1.2 **Grado académico:** DOCTOR
- 1.3 **Cargo e institución donde labora** Universidad Jaime Bausate Y Meza
- 1.4 **Título de la investigación:** Ausencia de contenidos culturales en el periodismo impreso de Lima Metropolitana en el mes de junio durante la segunda década del siglo XXI.
- 1.5 **Autor del instrumento:** Reyes Caballero, Cristina Alejandra
- 1.6 **Nombre del instrumento:** Ficha de observación
- 1.7 **Criterios de aplicabilidad:**
- 1) De 01 a 10 (no válido, reformular) 2) De 11 a 20 (No válido, modificar)
- 3) De 21 a 30 (válido, mejorar) 4) De 31 a 40 (Válido, precisar)
- 5) De 41 a 50 (válido, aplicar)

| | | | | |
|-------------|---------|------------|--------------|------------------|
| 1. Muy poco | 2. Poco | 3. Regular | 4. Aceptable | 5. Muy aceptable |
|-------------|---------|------------|--------------|------------------|

II. ASPECTOS A EVALUAR

| INDICADORES | CRITERIOS | Puntuación | | | | |
|--------------------|---|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | El instrumento evidencia recojo de conducta observables. | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | El instrumento se adecúa al avance de la ciencia y tecnología. | | | | X | |
| 4. ORGANIZACIÓN | El instrumento tiene una organización lógica. | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Son suficientes en cantidad y calidad las proposiciones que conforman el instrumento. | | | | X | |
| 6. INTENCIONALISMO | Adecuado para valorar los aspectos del estudio. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en el aspecto teórico científico de las ciencias de la comunicación. | | | | X | |
| 8. COHERENCIA | Hay coherencia entre las variables, dimensiones, indicadores e ítems. | | | | X | |

| | | | | | | |
|-------------------------|--|--|--|--|----|----|
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito de la investigación. | | | | X | |
| 10. CONVENIENCIA | Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías | | | | X | |
| Sub Total | | | | | 40 | |
| Total | | | | | | 40 |

PROMEDIO DE VALORACIÓN...40

OPINIÓN DE APLICABILIDAD PRECISE LA AUTORIA DE LAS DEFINICIONES DE LAS DIMENSIONES

Lugar y fecha, LIMA, 12 DE NOVIEMBRE 2021



DNI 07565051