

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE  
MOGROVEJO  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN**



**PROPUESTA DE UNA SECCIÓN DE CULTURA  
REGIONAL EN EL DIARIO LA INDUSTRIA DE  
CHICLAYO A FIN DE DIFUNDIR LA IDENTIDAD  
LAMBAYECANA**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN**

**JESSICA VANESSA QUESQUÉN ATENCIO**

**Chiclayo, 15 de mayo de 2018**

**PROPUESTA DE UNA SECCIÓN DE CULTURA  
REGIONAL EN EL DIARIO LA INDUSTRIA DE  
CHICLAYO A FIN DE DIFUNDIR LA IDENTIDAD  
LAMBAYECANA**

Por

**JESSICA VANESSA QUESQUÉN ATENCIO**

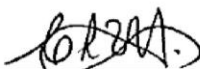
**Presentada a la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica  
Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:**

**Licenciado en Comunicación**

**APROBADA POR**



**Mgtr. Milton Francisco Calopiña Avalo  
Presidente del Jurado**



**Dra. Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto  
Secretario del Jurado**



**Lic. José Alejandro Chanduví Choquiuanca  
Vocal del Jurado**

**Chiclayo, 15 de mayo de 2018**

## **INFORMACIÓN GENERAL**

### **1. TÍTULO DE LA TESIS**

Propuesta de una sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo a fin de difundir la identidad lambayecana.

### **2. AUTOR**

Jessica Vanessa Quesquén Atencio.

### **3. ASESOR**

Lic. José Alejandro Chanduví Choquihuanca.

### **4. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Cualitativo

### **5. ÁREA DE INVESTIGACIÓN**

Periodismo

### **6. FIRMA DEL AUTOR DEL PROYECTO**

---

### **7. FECHA DE APROBACIÓN**

15 de mayo 2018

## **DEDICATORIA**

Empezar por Dios, pues sin Él sería imposible estar aquí.

A mi madre por el apoyo y comprensión incondicional.

Finalmente, y no menos importantes, a todos los amantes de la cultura e  
identidad lambayecana.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Lic. Alejandro Chanduví, por sus aportes y orientación en el desarrollo de la presente tesis.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	x
PRESENTACIÓN.....	11
CAPÍTULO I .....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	12
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	12
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
1.4 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA .....	18
1.5 BASES Y/O APORTES TEÓRICOS.....	22
1.6 OBJETIVOS.....	24
1.6.1. Objetivo general.....	24
1.6.2. Objetivos específicos.....	25
CAPÍTULO II:.....	26
MARCO TEÓRICO .....	26

2.1. CULTURA Y PERIODISMO.....	26
2.1.1. Definición de Cultura.....	26
2.1.2. Definición de Periodismo .....	29
2.2. EL PERIODISMO CULTURAL.....	31
2.2.1. Definición de Periodismo cultural.....	31
2.2.2. La cultura del Periodismo cultural.....	33
2.2.3. Los medios y el Periodismo cultural .....	34
2.2.4. Especialidades y tratamientos del Periodismo cultural .....	36
2.2.5. Los géneros en el Periodismo cultural.....	41
2.2.6. Definición de sección cultural en un periódico.....	57
2.2.7. Tratamiento periodístico en la sección cultural.....	58
2.2.8. Periodismo cultural a nivel internacional.....	60
2.2.9. Periodismo cultural en el Perú.....	61
2.2.10. Periodismo cultural en Lambayeque.....	63
2.3. CULTURA REGIONAL .....	65
2.3.1. Tradición Oral.....	65
2.3.2. Identidad Cultural.....	66
2.3.3. Historia Regional .....	70
2.3.4. Literatura Regional .....	70
2.3.5. Lambayecanos ilustres .....	77
2.3.6. Pintura Regional .....	78
2.3.7. Cerámica y metalurgia regional .....	81
2.3.8. Gastronomía .....	82
2.3.9. Folclor.....	88

2.3.10. Música regional.....	90
2.3.11. Las danzas lambayecanas .....	92
2.4.12. Religiosidad popular .....	93
2.3.13. El curanderismo – chamanería.....	97
CAPÍTULO III .....	104
MATERIALES Y MÉTODOS.....	104
3.1. OBJETO DE ESTUDIO.....	104
3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN .....	106
3.3. SELECCIÓN DEL ESCENARIO .....	107
3.4. SELECCIÓN DE LOS PARTICIPANTES.....	108
3.5. ESTRATEGIAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.....	112
3.6. CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS.....	114
3.7. TÉCNICA DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	115
CAPITULO IV.....	116
DISCUSIÓN Y RESULTADOS.....	116
4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	116
4.1.1. Resultados de las entrevistas.....	117
4.1.2. Resultados del análisis documental.....	142
4.1.3. Resultados de las encuestas.....	149
4.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.....	151
4.2.1. Discusión de entrevista.....	151
4.2.2. Discusión Análisis de Periodismo cultural en el diario La Industria de Chiclayo.....	160
CAPÍTULO V.....	163



PROPUESTA.....	163
5.1. IDEA DE LA PROPUESTA .....	163
5.2. DISEÑO DE LA PROPUESTA.....	165
5.3. PROPUESTA DIAGRAMADA E IMPRESA .....	169
CONCLUSIONES .....	175
REFERENCIAS.....	177
ANEXOS .....	192

## RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo proponer una sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo a fin de difundir la identidad lambayecana mediante la línea del periodismo cultural. La propuesta parte de un diagnóstico de la realidad que consistió en la observación, el análisis de documentos, el empleo de entrevistas a profundidad a periodistas y otros especialistas en el tema y la aplicación de una encuesta al público lector del diario. En general se concluyó que la propuesta es innovadora en el sentido que ningún otro medio de prensa escrita de la región posee una agenda mediática enfocada en la cultura regional.

**Palabras clave:** Periodismo, Periodismo Cultural, Cultura Regional, Sección, Folclor, Tradición, Identidad.

## ABSTRACT

*The objective of this research was to propose a section of regional culture in the newspaper La Industria de Chiclayo in order to spread the Lambayecan identity through the line of cultural journalism. The proposal is based on a diagnosis of reality that consisted of observation, analysis of documents, the use of in-depth interviews with journalists and other specialists on the subject and the application of a survey to the reading public of the newspaper. In general, it was concluded that the proposal is innovative in the sense that no other media in the region has a media agenda focused on regional culture.*

**Key words:** Journalism, Cultural Journalism, Regional Culture, Section, Folklore, Tradition, Identity.

## PRESENTACIÓN

El hombre observa, diseña, fabrica y destruye todo lo que le rodea y en ese afán de hacer y deshacer crea objetos, diseña ciudades, cultiva tradiciones que se convierten en manifestaciones culturales. Es decir, la riqueza interior de una persona convertida en acción ya sea una danza o en algo tangible como la artesanía se integra a la identidad cultural de un pueblo.

Sin embargo, para que la cultura se mantenga viva en el tiempo hace falta que encuentren un espacio de difusión en los medios de comunicación precisamente a través del Periodismo cultural. Por ello es que la presente investigación tiene por objetivo proponer una sección de cultura regional en el diario “La Industria” a fin de difundir la identidad lambayecana.

En el Capítulo I se planteará la problemática de cómo una sección de cultura regional puede ayudar a difundir la identidad lambayecana. También se mencionará los antecedentes, aspectos y bases teóricas que sustentan el desarrollo de la investigación. En el Capítulo II se desarrollará el marco teórico que da el sustento conceptual para la elaboración de la propuesta. Se explicará sobre el Periodismo cultural y la cultura regional.

En el Capítulo III se efectúa los materiales y métodos a utilizar en el análisis del caso, donde destacan las entrevistas a los especialistas en Periodismo cultural y la encuesta aplicada al público lector de “La Industria”. En cambio, en el Capítulo IV se analizarán los resultados obtenidos en el capítulo anterior.

En el Capítulo V se presentará la idea y diseño de la propuesta. Y finalmente se apreciarán las conclusiones que desarrollan las ideas principales de esta investigación.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

Actualmente, el término cultura se encuentra desfasado, incluso se podía decir que quedó relegado en el olvido tras la última década debido al vertiginoso avance tecnológico que irrumpe cada vez en la vida del hombre con nuevas formas de expresión cultural. Y aunque siempre se ha oído sobre la cultura, pocos conocen el verdadero significado de este término. La cultura son todas aquellas expresiones que el hombre ha ido incorporando a la naturaleza, a su vida cotidiana, su forma de ver la vida, a su identidad.

Precedentemente, el término cultura se tomó de Cicerón, quien metafóricamente había escrito sobre la cultura animi (cultivo del alma).

Kultur implicaba una progresión personal hacia la perfección espiritual. Antropológicamente la cultura se asociaba básicamente a las artes, la religión y las costumbres.

Recién, hacia mediados del siglo XX, el concepto de cultura se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo. (Molano, 2007)

En este sentido, actualmente, la cultura es un todo en el que se incluyen cuestiones inherentes a la educación, las tradiciones, los ritos y las costumbres de una sociedad. (Villanueva, 2010)

A lo largo de la historia, el Periodismo ha ido evolucionando y ha sentado bases sólidas para cumplir la función de información. El Periodismo es una actividad, que se encarga de recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar información relativa a la actualidad y de interés para el público. Para obtener dicha información, el periodista debe recurrir obligatoriamente a fuentes verificables o a su propio testimonio.

Para referirnos al Periodismo propiamente dicho debemos hablar de periodismo independiente de las fuentes y del poder. “Y este Periodismo nació en la Edad Moderna, en el proceso de cambios económicos– sociales y revoluciones que terminaría con el régimen feudal”. (Orione, 2006)

Con el tiempo el Periodismo iba tomando más fuerza. “La invención de la imprenta en el siglo XV hizo dar un enorme salto a los periódicos, pues la impresión con tipos móviles acortaba el tiempo entre noticia y edición, como también el aumento radical de las tiradas”. (Orione, 2006)

Gracias a la tecnología el periodismo fue evolucionando y pasó de ser un mero medio de información a un arquitecto de la sociedad actual por su gran poder de influencia y persuasión donde el periodista se convierte en un mediador entre la realidad social y el lector de esa imagen de la realidad social.

“El Periodismo ha tratado de influir en el género humano. El Periodismo se esfuerza por conquistar la mente de los hombres y lo hace a través de la palabra impresa, las caricaturas y las fotografías que aparecen en los diarios, las revistas, los folletos y los libros, y también por medio de la palabra hablada que difunden las radiotransmisoras. (Bond, 1986, p. 23)

En el Periodismo, encontramos gran variedad de tipologías para abarcar temas de interés en el público. Entre estas podemos encontrar: El Periodismo cultural.

Tubau (1982) define el Periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación, con los cuales pretende promocionar actividades cuya esencia sean las artes y la artesanía.

Se podrían rastrear los comienzos del Periodismo cultural, a inicios del siglo XVIII, con la producción pionera de escritores-periodistas en Europa como Swift, Defoe, Addison y Steele para periódicos como The Tatler, The Spectator, The Review y The Examiner. Pero desde sus comienzos el Periodismo cultural no dejó de expandirse en el mundo entero (Rivera, 1995, p. 41)

Según Vázquez (2003), si bien ya en aquella época se podía hablar de Periodismo cultural, aquel no es comparable al Periodismo cultural de los actuales suplementos. La razón básica de las diferencias entre ambos es, sin duda, la circulación masiva de estos últimos en contraste con la restringida circulación de los primeros.

“El llamado Periodismo cultural se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de cultura. Una, asociada con la literatura, las bellas artes y la historia del pensamiento, en general; otra, que la consideraba más abarcadora”. (Rivera, 1995, p.15)

El Periodismo cultural peruano, primero hará separaciones nítidas para luego incorporar a la prensa diaria informaciones que más tarde hallarán lugar en secciones, páginas o suplementos.

Actualmente, las funciones y características del Periodismo (síntesis, actualidad, inmediatez, vitalidad, etc.), en el caso específico del periodismo cultural, no pueden separarse de los fines que el propio periodista intenta alcanzar, pues a medida que una sociedad se hace más compleja, sus productos culturales tienden también a serlo. Pero si el Periodismo es acción inmediata, vital, directa; los propios periodistas, aun los especializados, se circunscriben culturalmente dentro del núcleo social que, por vocación o entrega, maneja los instrumentos propios de lo que podríamos llamar ‘sector intelectual’. (Aguirre, 2002)

En consecuencia, el Periodismo cultural escrito en el Perú nace con Juan Gargurevich como con el historiador Raúl Porrás Barrenechea, el cura Rubén Vargas Ugarte, Pablo Macera, Alberto Tauro del Pino, Félix Denegri Luna, Ella Dumbar Temple, Manuel Jesús Orbegozo y Winston Orrillo. Ellos han estudiado el Periodismo peruano en general y han abierto sin duda, un derrotero por el cual es posible empezar a caminar para aproximarse a este tema tan apasionante, antiguo como moderno. (Ayala, 2010)

Pero, ¿a qué se llama Periodismo cultural? Se ha venido a denominar así a una rama especializada del Periodismo que se practica en los diarios, revistas, radio, televisión, Internet y ahora en los blogs y redes sociales. Se ocupa de

informar, analizar y ejercer la crítica literaria periodística, el comentario y reseñas en referencia al desarrollo de la cultura en general. (Ayala, 2010)

El periódico organiza las noticias en bloques o áreas llamadas secciones. Cada sección agrupa un conjunto de noticias que guardan entre sí una relación u homogeneidad temática o geográfica. Las secciones son partes de un periódico que sirven para ordenar el contenido. Entre ellas encontramos a las secciones culturales, estas constituyen, en los medios gráficos, el espacio dedicado tradicionalmente a la práctica del Periodismo cultural.

“Las secciones de cultura de los diarios son aquellas que figuran dentro del cuerpo del periódico, que se ocupan de las noticias relacionadas con la actividad cultural (en el sentido de cultura asumido por los medios). Cada diario elige el repertorio de temas que incluye en esta sección, en función de los criterios de edición propios de cada medio y de la idea de cultura a la que cada medio se suscriba.” (Vázquez, 2003, p. 30)

En el Perú esto cobra mayor fuerza por la pluralidad de culturas que existieron y aún perduran en el tiempo como la cultura Lambayeque cuyas raíces provienen desde las antiguas épocas pre-incas y a lo largo de la historia conservan una gran identidad. Esta región ostenta gran variedad de manifestaciones culturales, sean estas la poesía, los versos, las expresiones sobre su tradición, identidad, folclor, historia, arquitectura, pintura, cerámica, metalurgia, religiosidad y literatura; por ello, la importancia de proteger, difundir y transmitirlo de generación en generación.

En ese contexto se evidencia que el periodismo cultural se nutre de las diversas manifestaciones culturales, pero llama la atención que en la región Lambayeque ningún periódico local contenga entre sus páginas una sección de cultura que refleje la identidad de los chiclayanos.



Por lo tanto, esta propuesta de Periodismo cultural es el resultado de un análisis ante la escasez de contenido en la sección de cultura regional de un periódico local como lo es el diario “La Industria” de Chiclayo. En este análisis, se observa claramente que los temas culturales tienen poca cobertura local y son minimizadas por otras secciones como asuntos económicos, políticos, locales, nacionales e internacionales. Las secciones complementarias como cultura, moda, deporte, economía, negocios y espectáculos son agrupadas en los suplementos culturales y Lundero.

Por ello, surge la propuesta de elaborar una sección de cultura regional con un contenido más llamativo y que le permita al lector estar más informado de lo que pasa en su ciudad. Así, se pretende aportar la difusión de nuestra cultura local y fortalecer vínculos culturales, puesto que se encuentra relegada en el tiempo.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo será la propuesta de una sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo para difundir la identidad lambayecana?

## **1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

El tema es conveniente porque se relaciona con la realidad, le va a generar al público lambayecano interés y fortalecerá su identidad, puesto que hemos olvidado nuestras verdaderas raíces, nuestro origen. Los medios de

comunicación han dejado de lado la difusión de estos temas y, de seguir así, poco a poco la identidad del pueblo se irá perdiendo.

Asimismo, tiene relevancia social por su aporte al diario, porque la historia, las tradiciones y las costumbres son la esencia de un pueblo y, por tanto, la información enriquecerá al lector desde un punto de vista espiritual e intelectual.

Es práctico porque sirve de guía para los profesionales que laboran en el área periodística de los medios informativos. Además, no solo los hombres de prensa deben tener en cuenta temas actuales tradicionales, sino que han de optar por una sección de cultura regional dentro de un periódico.

Finalmente, este proyecto de investigación está enfocado en una propuesta de la elaboración de una sección de cultura regional en un diario local, lo cual es necesario porque contribuirá a la Facultad de Humanidades y a los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, a tener un punto de vista profundo sobre nuestras tradiciones y con ello, fortalecerá su identidad.

#### **1.4 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

Flores (2008), en su artículo titulado “La identidad cultural del Territorio como base de una estrategia de Desarrollo Sostenible”, publicado en la revista ‘OPERA’ de la Universidad de Externado en Colombia, presenta el debate actual sobre las nociones y conceptos que conducen a un territorio con identidad cultural; y como se establecen políticas o acciones de desarrollo de este tipo de territorio, y de valorización de sus productos y servicios. De esa forma, manifiesta:

“Se busca presentar un conjunto significativo de autores, que están discutiendo sobre el tema, tratando de establecer relaciones entre estrategia de desarrollo territorial con identidad cultural y la sostenibilidad de este proceso de desarrollo, desde un abordaje económico, social, ecológico, cultural y político” (Flores, 2008, p.35)

El autor destaca la importancia del proceso participativo de construcción del desarrollo territorial con identidad cultural como base de la sostenibilidad; es decir, que las políticas y/o estrategias de desarrollo deben abordar, integrar e incluir en ellas a los diferentes sectores del Estado, y, entre ellos, debe estar el de la identidad cultural, de tal forma que se haga un trabajo multidisciplinario. Se debe trabajar de forma general, se debe tener una perspectiva amplia de participación, compromiso de todas las comunidades y no solo en el desarrollo de las élites.

Vázquez (2003), en su estudio: “Hacia una nueva definición del periodismo cultural”, para la Universidad de Belgrano (Argentina), planteó una propuesta de apertura del Periodismo cultural, a partir de un análisis de las carencias de los suplementos culturales de El Clarín y de La Nación, respectivamente.

“Los suplementos de cultura constituyen, en los medios gráficos, el espacio dedicado tradicionalmente a la práctica del Periodismo cultural. En este trabajo, se realizó un análisis del contenido temático de los suplementos culturales de El Clarín y La Nación, por ser estos los dos diarios de mayor circulación en el país y porque ambos manifiestan el término cultura en sus nombres”. (Vázquez, 2003, p 5)

Por consiguiente, estos suplementos pueden considerarse representativos de la práctica del Periodismo cultural en estos dos diarios.

Villa (1998), de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), en su tesis doctoral: “El Periodismo cultural: reflexiones y aproximaciones”, relató los

procesos de producción y circulación del Periodismo cultural a través de los suplementos culturales en la prensa argentina. Parte de la idea de que el Periodismo cultural se aplica a un campo extenso y heterogéneo. Esta primera aproximación marcó la imposibilidad de ser abordado desde una sola perspectiva. Involucra y excluye a los géneros y productos del campo periodístico, produciéndose una constante pendulación entre los términos 'Periodismo' y 'cultura'.

Iglesias (1999) en su tesis de licenciatura "Periodismo cultural en el diario "La Industria" de Trujillo: características de su discurso", señaló que el periodismo cultural practicado en los suplementos Dominical y Lundero se vale de formas discursivas específicas como la descripción, la narración, la exposición y la argumentación. Destaca el uso del epíteto y la sinonimia, como figuras literarias, y el empleo de interjecciones, propias del discurso coloquial. El objetivo central del trabajo fue determinar los rasgos estilísticos de los textos publicados en los suplementos "Dominical" y "Lundero" del diario La Industria de Trujillo.

Cabrejos y Távara (2011), en su publicación titulada: "Hechos y Dichos Lambayecanos: historia, tradiciones y décimas", mencionan que al referirse a la identidad cultural en Lambayeque no se puede hablar de conservación de la realidad excluyendo las ideas de cambio y transformación porque las culturas se conservan cambiando. Por lo tanto, la cultura Lambayeque también asume y se apropia de modos y formas culturales nuevas.

DIRCETUR (2009) en la "Guía Educativa: Identidad Cultural Lambayecana" presentó contenidos referidos a los elementos identitarios propios de la Región Lambayeque, vistos desde el enfoque sistémico. El documento se desarrolló en torno a los seis elementos identitarios, como son: la historia, la religiosidad popular, la gastronomía, el folclor, la lengua y la naturaleza, lo cual es una fuente sustentable para el enfoque que sigue la investigación.

En dicha investigación el arqueólogo y máster en historia, Julio César Fernández Alvarado, expresó:

“Se han escogido una serie de lecturas que ayudan a aclarar diversos paisajes de la cultura propia de la región. Esta selección de lecturas ha obedecido a ciertos criterios, entre ellos a la precisión, la profundidad y la sencillez del tema que se está tratando. Para ello, los artículos son de reconocidos arqueólogos, antropólogos, historiadores, sociólogos y lingüistas, que, desde diversas perspectivas, abordan aspectos medulares de la identidad cultural lambayecana, que ameritan ser conocidos por la comunidad educativa regional. Todas las lecturas están ordenadas desde una perspectiva del tiempo en que fueron escritas por sus respectivos autores. Además, se reconoce que estos no son los únicos trabajos que existen sobre las temáticas que se están abordando, pero si es una base para que en el futuro se puedan seguir enriqueciendo y contribuyendo a la consolidación de un adecuado proceso identitario regional. Todas las lecturas contienen abundante información sobre un determinado aspecto de la cultura de la Región Lambayeque. Espero que este esfuerzo de compendiar y ordenar adecuadamente este material sirva para las futuras generaciones que vendrán, que ameritan saber mucho más de nuestra cultura de ayer, de hoy, de siempre. (DIRCETUR, 2009, p.3)

Galán (2009), en su libro: “Identidad y Diversidad Cultural en el Norte del Perú”, manifestó que: “un problema y a la vez un desafío de los peruanos es fortalecer nuestra identidad nacional en la diversidad cultural. Desafío que, por su complejidad, exige asumir como punto de partida el reconocimiento y fortalecimiento de las identidades regionales”.

El objetivo del libro de Galán fue contribuir con algunas ideas orientadoras, a la comprensión de la identidad en la diversidad cultural, y conocer las características más resaltantes de los patrones culturales del norte peruano.

Fernández (1991), en la investigación: “Cultura e identidad regional”, para la Biblioteca Especializada de la FACHSE–Universidad Nacional Pedro Ruiz

Gallo, abordó el tema de la cultura e identidad regional de Lambayeque, con lo cual pretendió interpretar y rescatar la práctica social del poblador de estas tierras, es decir su manera de ser, de comportarse, en la cual se vislumbra una sociedad tradicional, a pesar de la influencia que ejerce la globalización como fenómeno cultural en todo el orbe. Asimismo, buscó contribuir con la difusión de la cultura local que se encuentra olvidada y fortalecer sus raíces en las nuevas generaciones.

## **1.5 BASES Y/O APORTES TEÓRICOS**

### **Teoría del Newsmaking de Wolf y Traquina (1987)**

El paradigma de la construcción social de la realidad, base de la teoría del newsmaking, es tributario de la sociología del conocimiento. No obstante, al percibir la realidad humana como socialmente construida, conviene analizar los aspectos que interactúan con ese paradigma. Según Berger y Luckmann (1995), en el libro *La construcción social de la realidad*, no puede existir en la vida cotidiana sin estar continuamente en interacción y comunicación con los demás. Y cuando se refieren a los demás, no están hablando únicamente de individuos, sino de instituciones, culturas y otras fuerzas sociales. En este sentido, no es posible encarar los presupuestos de 'rutinización' del trabajo, del proceso de producción y de la cultura periodística como totalmente deterministas. No son módulos uniformes e inmutables. Hay márgenes de maniobra para los periodistas localizados en la interacción con los agentes sociales.

En otras palabras, el objetivo de esta teoría fue revelar que existe una "manipulación involuntaria" en la construcción de la noticia; es decir, que la

prensa no refleja la realidad sino que ayuda a construirla. Por lo tanto esta teoría es de suma importancia para la presente investigación porque demuestra que los medios de comunicación pueden construir o reforzar la identidad cultural de una sociedad.

### **Teoría Etnográfica de Malinowski (1915)**

La metodología etnográfica presupone que el investigador conozca profundamente la cultura que está estudiando y que se apropie de ella, o mejor, que forme parte de su dinámica. (Pena, 2006, p. 161).

En consecuencia, uno de los mayores desafíos de cualquier periodista es intentar ver los hechos desde diferentes puntos de vista. En otras palabras, el periodista debe prescindir de sus visiones estereotipadas y conceptos predefinidos para poder apreciar los diversos ángulos y contextos. La célebre metáfora de los ojos es perfecta para el Periodismo, pero ver con los lentes del otro es fundamental en esta profesión. Sin embargo, estamos condicionados por nuestra propia cultura. Ella es nuestro lente. Poseemos lenguaje, costumbres, rituales, valores, etc.

Desde esa perspectiva, este método de investigación es crucial porque indica que los diversos medios de comunicación deben tener un panorama amplio sobre la sociedad mostrando mayor interés a las propias costumbres y tradiciones, es decir, deberían enfocarse en la identidad cultural lambayecana y no en los paradigmas foráneos.

## **Teoría de la Agenda Setting de McCombs y Shaw (1972)**

La teoría de la agenda setting defiende la idea de que los consumidores de noticias tiendan a considerar más importante los asuntos que difunde la prensa, y sugiere que los medios de comunicación dirigen nuestra conversación. Es decir, los medios nos dicen sobre qué hay que hablar y determinar nuestras relaciones.

La hipótesis de la agenda setting no defiende que la prensa pretenda persuadir. La influencia de los medios de la conversación de los ciudadanos procede de la dinámica organizacional de las empresas de comunicación, con su cultura propia y criterios de noticiabilidad. (Pena, 2006, p. 161).

Esta teoría respalda la investigación porque las personas muestran mayor interés sobre la información que los medios de comunicación transmiten, por lo que se debe aprovechar esta situación para difundir temas culturales de la región Lambayeque en los medios de comunicación locales.

## **1.6 OBJETIVOS**

### **1.6.1. Objetivo general**

Proponer una sección de cultura regional en el diario La Industria a fin de difundir la identidad lambayecana.



### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Analizar el contenido de notas culturales del diario local La Industria de Chiclayo.
- Demostrar el interés del público consumidor en una página de cultura regional.
- Indicar los contenidos culturales para la sección de cultura regional.

## **CAPÍTULO II:**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. CULTURA Y PERIODISMO**

##### **2.1.1. Definición de Cultura**

Al hablar de la palabra cultura se desglosa una gran cantidad de definiciones, las cuales han ido adaptándose de acuerdo a los tiempos. Existen tantas definiciones de cultura como autores.

En los años cincuenta se habían recopilado más de 160 definiciones distintas de cultura, y en los setenta hasta 250. Esto nos da una idea que era tanta la variedad que a su vez generaba una idea de la complejidad de un término que admite interpretaciones sociales, económicas, psicológicas, antropológicas, semióticas, religiosas, etc., teniendo en cuenta, además que al ser un término

que evoluciona con el período histórico en el que se desarrolla, sus contenidos son también cambiantes. (Rodríguez, 2006)

"El concepto de cultura no tiene un estatuto único, válido para cualquier país, filosofía y momento histórico. El problema no es casual, la cultura no tiene una existencia autónoma, sino que es parte del conjunto de las condiciones del funcionamiento y desarrollo de la sociedad y de sus individuos, al mismo tiempo que constituye una variable activa, actuando sobre la realidad inmediata" (Zallo, 1988, p. 23).

A su vez, Bonfil (1989) extiende el concepto añadiendo que la cultura es un conjunto relativamente limitado de conocimientos, habilidades y formas de sensibilidad que se agrupan principalmente en las Bellas Artes y otras actividades intelectuales, por lo cual el acceso es limitado y exige un tipo particular de educación, condiciones individuales, familiares y sociales que proyectan una concepción elitista del término por el cual se vuelven patrimonio de pocos.

"Esencial a la condición humana es la cultura, no solo en su sentido tradicional como resultado de un cultivo de nuestras facultades que culminan en conocimientos y capacidades desarrolladas, sino, en el sentido antropológico de conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores, jerarquizados, tecnologías y sistemas de pensamiento y comunicación, de acuerdo con los cuales organizamos nuestras vidas como partes de grupos estructurados. Gran parte de lo que somos es el resultado de los rasgos y complejos de la cultura a la que nos incorporamos luego y a aquello que introyectamos en nuestros seres como partes conformadoras de nuestras personalidades". (Malo, 2000, p. 2)

Según González y Guerra (2005), cultura es todo aquello que el hombre ha creado a través de su historia, tanto en su expresión material como inmaterial. Motivado por sus necesidades de subsistencia natural y social, dada su relación con la naturaleza y la convivencia permanente con sus semejantes, el hombre

ha cubierto, inventado, creado, entre muchas otras cosas, alimentos, viviendas, vestidos, como también la ciencia, el arte y la tecnología que le han permitido dominar la naturaleza y aprovechar sus recursos en beneficio propio, convirtiéndola en parte de su cultura.

Rodríguez (2006) cita a Habermas (1998) y señala: la cultura es el caudal de saberes que adquieren las personas para tener un mejor conocimiento del mundo. Los medios de comunicación serían mediadores culturales, cauces adecuados para hacer llegar esos saberes a los ciudadanos. A lo largo de la historia, el término cultura se ha aplicado casi en exclusiva a las artes, la literatura, la filosofía y la ciencia, partiendo de una concepción surgida de la Ilustración, pero, en la actualidad, este concepto se ha abierto ampliamente y ha adquirido nuevas y enriquecedoras connotaciones y llega hasta todos los modos de vida y las formas de pensamiento que relacionan a los individuos y a los grupos sociales, finaliza el autor.

Por otro lado, López (2001) manifiesta que cultura es la manera como el hombre, individual o colectivamente, de acuerdo a sus necesidades, maneja los recursos que existen en la naturaleza, transformándola por medio de su trabajo y su expresa tecnología a través de instrumentos u objetos.

Finalmente, en esta investigación se tuvo en cuenta la siguiente definición:

“La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos

los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden". (UNESCO, 2002, p. 4)

### **2.1.2. Definición de Periodismo**

La definición de Periodismo puede ser muy variada y extensa, dependiendo de los tiempos y autores. Pese a las diversas herramientas que se han presentado a lo largo de los años, el Periodismo se adapta a todas las épocas.

Rivadeneira cita la definición de El filósofo alemán Hamann (1777) ofreció a sus contemporáneos la primera definición de Periodismo: "Narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos con orden y coherencia especial". (Hamann, 1777 citado por Rivadeneira, 1988, p. 17)

Según Bond (1981), varían las definiciones de Periodismo, según el punto de vista de quienes las dan. Para el escéptico, el Periodismo es sencillamente un oficio; para el idealista es una brillante responsabilidad y un privilegio. Al decir de Leslie Stephens: "El Periodismo consiste en escribir a sueldo sobre asuntos que se ignoran". (Stephens citado por Bond, 1981, p. 17)

En cambio, para Hodgins, de la revista Time: "El Periodismo es llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas, y así lenta, aunque no inmediatamente, se vuelva más evidente". (Hodgins citado por Bond, 1986, p. 17).

Visso (2004), señala que el Periodismo es un elemento de tal importancia en la actividad humana, que está considerada en la actualidad como uno de los medios más poderosos de divulgación y educación masiva, el “cuarto poder del Estado”. Dicha designación, consignada en todos los países democráticos, aunque no está reconocido legal u oficialmente, nació en la cámara de los Comunes de Londres, a fines del siglo XIX, casi a comienzos del siglo XX. El político inglés Burke se dirigió a un grupo de periodistas que presenciaban ávidamente un debate político, diciéndoles: “ustedes constituyen el cuarto poder”.

Leñero y Marín (1986) definen al oficio periodístico como una forma de comunicación social, “a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público”.

También indican:

“Esos ‘hechos de interés público’ se dan a conocer, en su mayor parte, mediante los llamados géneros informativos, que son la noticia, que es la base de toda la información periodística; la entrevista, que puede ser informativa o de opinión; o el reportaje, que es un género híbrido, como la crónica; en estos últimos se concentra tanto la información como la opinión”. Los hechos de interés periodístico se analizan mediante los llamados géneros de opinión, donde algunos reporteros o académicos y especialistas en ciertas materias, emiten su punto de vista y sus juicios de valor para calificar un evento”. (Leñero y Marín, 1986, p. 18)

“El Periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, y que repercuten en la vida personal y colectiva. El interés público –y el Periodismo en consecuencia-tiene como límites la intimidad de las personas”. (Leñero y Marín, 1986, p. 18)

Del mismo modo, Rivadeneira (1988) indica que el Periodismo es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa

acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.

Así también, Vázquez (1992) señala que según el diccionario de la lengua castellana, Periodismo es el ejercicio de profesión periodista y este, a su vez es un recurso humano capacitado para buscar, procesar y difundir un hecho de interés general o mayoritario y por lo que también se le denomina comunicador social. Periodismo es también para algunos autores la técnica de la información, porque es el Periodismo el que da el lenguaje la suficiente eficacia para persuadir, conmover y hasta convencer a los lectores sobre un determinado hecho.

## **2.2. EL PERIODISMO CULTURAL**

### **2.2.1. Definición de Periodismo cultural**

El periodismo cultural es una de las áreas con más tradición periodística pese a ello, es la que presenta infinidad de problemas en cuanto a sus especificaciones temáticas.

Si bien es cierto, el Periodismo apareció y se estableció como un ente informativo para la ciudadanía, este siguió sufriendo modificaciones para mejorar y dividir la información recopilada. Entre estas clasificaciones se va formando el Periodismo cultural.

“El periodismo nació como un género cultural antes de que fuese clasificado en cualquiera otra de las facetas informativas que hoy lo caracterizan. En sus principios, el periodismo tuvo como objetivo la formación antes que la información. Aún en la actualidad, el periodismo destaca una forma de cultura porque en gran medida la difunde y la fomenta, la recrea y la crea y, además, termina por convertirse siempre en documento para la historia”. (Rodríguez, 2006, p. 9)

En ese sentido Rodríguez (2011) especifica que la noción de Periodismo cultural pasa primero por establecer el concepto de “cultura”, lo cual causa controversia al ser en sí mismo un concepto muy amplio y contradictorio. Los enfoques clásicos asocian cultura a prácticas literarias y artísticas de carácter elitista. Posteriormente, gracias a la antropología, el concepto se relativiza, y se aplica a casi toda praxis de un grupo social determinado.

Precisamente, Tubau (1982) define al “Periodismo cultural como la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”.

En cambio, Rivera (1995) menciona el periodismo cultural como una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, la circulación y el consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.

En ese sentido el Periodismo cultural se convierte en una actividad de suma importancia para una sociedad.

“El Periodismo cultural contribuye a la ampliación de conocimientos del hombre y, a la vez, eleva y depura su sensibilidad, y es en esta doble función donde radica el valor



trascendente de esta actividad. Desde esta perspectiva, la cultura no debe ser un lujo sino una necesidad íntima del ser humano en su afán de elevación y a cuyo servicio debe estar el Periodismo”. (Prado, 2005, párr.1)

“El Periodismo cultural se trata de una actividad profesional de las que exigen una mayor y más rigurosa preparación por parte de los periodistas que ejercen esta especialidad, que tienen el deber de proporcionar acceso al capital artístico a quienes no poseen los códigos, la formación intelectual y la sensibilidad necesarios para asimilarlo y convertirlo en gratificante”. (Rodríguez, 2006, p. 10)

### **2.2.2. La cultura del Periodismo cultural**

“Desde los mismos orígenes del Periodismo como fenómeno de comunicación social, la cultura ha sido uno de sus campos temáticos de mayor interés. En la actualidad, no existe un periódico o una revista que no contenga entre sus páginas una sección de cultura; o una emisora radial o un canal de televisión que no dedique algún espacio de su programación a la difusión de la actividad cultural, ya sea a través de programas, periodísticos o no, dedicados completamente a esta área del saber y hacer; o incluyendo sus contenidos en los espacios informativos”. (Rodríguez, 2011, párr.1)

Rivera (1995) menciona que “exigen un modo de acercamiento más tentativo y cauteloso que el requerido por otros géneros y productos del campo periodístico. Porque se involucra y al propio tiempo se excluye”.

El Periodismo cultural en los medios determina qué textos de la producción social son susceptibles de ser leídos (literatura), vistos (cine, teatro, espectáculos, exposiciones) o escuchados (conciertos, programaciones musicales); por lo tanto, son presentados como discurso en el diario o la revista. (Barei, 2000)

Asimismo, señalan que hay que tener en cuenta que el crítico, el periodista cultural, en tanto 'experto' o periodista especializado, en el periodismo cultural es mediador y, por tanto, tiene un conocimiento disciplinar, y su destinatario es doble: el público de los suplementos culturales, secciones culturales o las revistas, que también es un público fuertemente sectorializado, y el mismo creador. Por ello, es importante el papel de 'mediador' y el peso que tiene en el mercado: más allá de las políticas editoriales, él también puede producir éxitos artísticos. (Barei, 2000)

### **2.2.3. Los medios y el Periodismo cultural**

“El espacio dedicado en la prensa a la información de la cultura se ha establecido definitivamente como una de las secciones periodísticas más valoradas por los lectores de los medios de comunicación escrita. Ya sea como sección cuya denominación genérica de 'cultura' engloba a la información sobre espectáculos, o dividida en apartados diferentes situados en páginas ubicadas en otros espacios, la información cultural se ha impuesto como un contenido imprescindible en todos los periódicos y revistas de información general, sea cual sea su ámbito geográfico de distribución y la clase o sector social a los que se dirijan.” (Rodríguez, 2006, p. 163)

Márquez (2012) señala que “el propósito de todo periodista cultural es proporcionar a sectores amplios de la sociedad elementos objetivos, veraces, sintéticos, actuales, pero con los suficientes ingredientes críticos que contribuyan al buen discernimiento, al desarrollo y/o transformación del nivel de vida de esos amplios sectores”.

Sin embargo, Prado (2005) sostiene que el Periodismo cultural escasea porque es una especialidad que no vende; los estudiantes de Periodismo prefieren dedicarse al Periodismo político, económico u optan por ser analistas.

Algo mucho más rentable para ellos. Pese a esta avalancha, el Periodismo cultural ha sobrevivido, porque los medios de comunicación son en sí cultura.

“Por ahora (y al parecer por mucho tiempo más) no resulta rentable dedicar espacio a temas que son solo de interés para unas minorías críticas que se toman por asalto, una vez a la semana, los micrófonos en un par de emisoras. Para colmo, tales asaltos heroicos resultan totalmente contrarios a los intereses empresariales, por su escasa productividad o poca rentabilidad. A menos que logren ajustarse al espíritu consumista con que los propietarios de emisoras asocian a la cultura; es decir, algo interesante solo cuando es visto y considerado como producto manipulable”. (Márquez, 2012, párr. 20)

Por otro lado, Rodríguez (2006) cita a Abraham Moles (1987) y distingue, cultura mosaico, a la cual define como un cúmulo de fragmentos de conocimiento que forma un depósito dejado por los mass media en el cerebro de los individuos, dice: “es una cultura que se presenta como un conjunto de fragmentos yuxtapuestos, sin aparentes puntos de referencia, donde hay pocas ideas fundamentales pero sí muchas ideas importantes”. De esta forma la cultura vendría a ser como “el producto residual de una comunicación entre los hombres, seguida de una cristalización de todo o de parte de los actos de comunicación en soportes materiales a los que llama conservas comunicaciones”.

En otras palabras, la cultura está ligada a la sedimentación en la memoria de los actos, los estímulos o los mensajes que han penetrado en el entorno. La cultura mosaico es aquella que iguala las informaciones relacionadas con el clasicismo y las vanguardias con el utilitarismo y el consumo, lo sublime con los kitsch. La que coloca en una misma página de periódico la subasta de un cuadro de Velázquez y el último escándalo de Michael Jackson; en un mismo programa de radio una sinfonía de Beethoven y el último éxito de hip-hop; en un mismo programa de televisión las declaraciones de un Premio Nobel de Literatura y las imágenes promocionales de la última entrega cinematográfica de la saga de Torrente. (Rodríguez, 2006)

En ese sentido, los medios han potenciado un nuevo concepto de cultura bautizado por la Escuela de Fráncfort como cultura de masas, propio de las sociedades modernas en las que la cultura está muy condicionada por la comunicación. En la actualidad, este término está siendo sustituido o haciéndose equivalente al de industria cultural. (Rodríguez, 2006)

#### **2.2.4. Especialidades y tratamientos del Periodismo cultural**

##### **A. La Prensa escrita**

Campos (2011) menciona: “El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente periódico), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario)”.

La prensa escrita es esencialmente un área escritural, hecha de palabras, gráficos, dibujos, imágenes; en soporte papel y una mirada a la dimensión textual del objeto, como producto cultural, aproxima a su tratamiento a los procedimientos de la crítica literaria e invita a ser trabajado como texto. (Kircher, 2005, p. 117)

Del mismo modo Kircher (2005) señala que concebir a la prensa escrita como un lugar de producción cultural, supone colocarla en el terreno de la historia sociocultural, donde la atención se centra en las producciones simbólicas. Es decir, la prensa escrita participa activamente en la promoción de saberes, valores, normas, como así también, en los criterios vinculados con el gusto, las costumbres y los modos de sociabilidad prescritos para organizar la vida social.

## **B. El Cine**

Lara (1999) menciona que ningún otro invento como el cine ha incidido tanto en la vida de los hombres del siglo XX, al menos en lo que se refiere al ejercicio de imagina, de provocar sueños y deseos colectivos, o acceder a los pensamientos y a las ideas de otros, a las fantasías y reflexiones propias y ajenas. Eso quiere decir que la luz del cine alumbró el paso a la creatividad y a la sensibilidad hacia un caudal generoso lo que va a continuar evolucionando con el paso del tiempo.

Rodríguez (2006) indica que probablemente sea el cine la manifestación cultural con más presencia en todos los medios de comunicación. Es, sin duda, la más accesible de todas ellas y genera, junto con la música popular, una actividad económica no superada por ninguna otra. Informar sobre cine está al alcance de la práctica totalidad de los profesionales del Periodismo de varias generaciones, formados en una educación sentimental que lo ha tenido como referente dominante. Otra cosa es hacer buena crítica cinematográfica o cultivar el buen gusto en relación con lo que ofrecen las industrias culturales del cine. El cine, además, ha creado a su alrededor un mundo peculiar ligado a la fama, el glamour, el dinero, la cultura del triunfo y el fracaso [...] que ejercen una fascinante atracción en sus consumidores y en los medios que se ocupan de informar acerca de este mundo. La mitología cinematográfica nunca ha sido superada por ninguna otra, ni siquiera en sus momentos más críticos. De ahí el interés por el cine de todo tipo de públicos, de todas las edades, de cualquier origen social y económico y sea cual haya sido su formación educativa. En la actual sociedad de consumo, el cine es el rey de la cultura.

Por lo tanto, un periodista no puede estar ajeno a este lenguaje y al igual que la literatura, la música o el teatro debe conocer parte de su cultura general, los hitos del cine: Ciudadano Kane, de Orson Welles; Metrópolis, de Fritz Lang;

Tiempos Modernos de Chaplin; La Dulce Vida, de Fellini; Muerte en Venecia, de Visconti; El Silencio de Bergman, para citar solo algunos títulos. Y por supuesto, las obras fundamentales del cine latinoamericano: de Jorge Sanjinés, Fernando Solanas, Tomás Gutiérrez Alea, Glauber Rocha, Arturo Ripstein, Francisco Lombardi, etc. (Villacís, 1997, p. 121)

### **C. El Teatro**

Las artes escénicas son una actividad que manifiesta la esencia de un pueblo. El teatro, el ballet y la danza, las performances, y otros espectáculos entre los que se pueden incluir el circo, las cabalgatas y desfiles callejeros, los musicales y algunas manifestaciones populares de tipo festivo, son algunas de sus manifestaciones culturales.

Una de las primeras formas de representación que tuvo el hombre fue justamente el teatro, por lo cual se puede considerar que es una de las artes más antiguas.

El teatro es la más antigua manifestación de las artes escénicas, tan vieja como la misma civilización. Las primeras manifestaciones del teatro se registraron ya con las primeras culturas y fue en la Grecia clásica donde floreció con mayor brillantez. El teatro, siempre en crisis y siempre en la vanguardia del arte y la cultura de un país, mantiene en toda su pureza unos valores expresivos propios, irrepetibles en otras manifestaciones similares. A lo largo de la historia, ha representado los valores y las inquietudes de las sociedades en las que sus obras se ponían en escena y en sus salas se han manifestado las reacciones políticas, religiosas, sociales y culturales de un país con aplausos, pateos y todo tipo de actitudes, que eran la expresión misma de las inquietudes de esas sociedades. (Rodríguez, 2006)

La complejidad del ejercicio periodístico cultural en la crítica de una obra de teatro va más allá de las meras definiciones; en su lugar, el periodista debe saber interpretar la potencialidad crítica de los creadores y llevarla a sus receptores con todas sus consecuencias con el fin de transformar el sistema social. Para ello, el periodista debe tener una actitud responsable y honesta, en el modo de jerarquizar esta información cultural en cuanto a su grado de importancia en la sección o espacio en que se incluya. (Arráez, Jensen & Pascual, 2013).

#### **D. Literatura**

Para el Diccionario de la Real Academia Española (2001), la literatura es una actividad de raíz artística que aprovecha como vía de expresión al lenguaje. También se utiliza el término para definir a un grupo de producciones literarias surgidas en el seno de un mismo país, periodo de tiempo o de un mismo género (como la literatura persa, por ejemplo) y al conjunto de materiales que giran sobre un determinado arte o una ciencia (literatura deportiva, literatura jurídica, etc.).

Rodríguez (2006) indica que informar sobre las novedades literarias de creación y pensamiento es una de las labores más duras del periodismo cultural. El periodista y el crítico de literatura o de ensayo han de invertir una buena cantidad del tiempo de su trabajo (parte del cual hurtado a su ocio y a sus relaciones personales) en la lectura e interpretación de las obras objeto de su información. La visita a una exposición, el visionado de una película o la audición de un CD, aunque se hagan repetidamente, no acaparan mucho más que unas cuantas horas de dedicación y permiten hacerlo en compañía y con la posibilidad de mantener simultáneamente relaciones e intercambios de opinión con otros interlocutores, mientras que la lectura de un libro se hace siempre en soledad y suele ocupar varios días o incluso semanas”.

## **E. Las artes plásticas**

La pintura y la escultura son dos de las manifestaciones más antiguas del arte. Por eso, las posibilidades de las exposiciones de pintura y escultura son múltiples: desde las que reúnen la obra de un autor (y aun de este puede ser una retrospectiva, una muestra temática de parte de su producción o su obra reciente), un período, un estilo, un coleccionista, los fondos de una pinacoteca, etc. Las exposiciones de arte clásico y de autores muy valorados suelen circunscribirse a los grandes museos, que con frecuencia disponen de salas especialmente preparadas para estas muestras, diferentes a las de sus colecciones permanentes. La producción reciente de un artista se muestra habitualmente en las galerías de arte, casi siempre con fines comerciales". (Rodríguez, 2006)

Otra de las plataformas de las artes plásticas en su vertiente contemporánea es la de las bienales y las ferias de arte. Las bienales no tienen carácter comercial. Su objetivo es mostrar la producción última de los artistas de una comunidad, un país, o del ámbito internacional (como las bienales de Venecia, Basilea o Sao Paulo), con el fin de indicar las tendencias de las artes plásticas en sus respectivos ámbitos. Se trata de espacios para la reflexión sobre el arte contemporáneo y también sobre la situación y los problemas de la humanidad. (Rodríguez, 2006)

En esta especialidad del Periodismo cultural, el periodista, debe reconocer, en primer lugar, el hecho de que la pintura, por ejemplo, está condicionada por factores de espacio y de volumen, y en el caso de la escultura por problemas de tectónica. La percepción, pues, si bien conduce a precisar opiniones similares, proviene de otros modos de ver y de sentir. (Villacís, 1997)



“Determinar los campos y las limitaciones conceptuales entre arte y realidad constituye una premisa esencial de la crítica artística. Si van de la mano como conceptos coadyuvantes o si se separan como materia propia de la interpretación filosófica, el caso es alrededor de lo que tiene que ser el arte, como reproducción mimética de la realidad según los griegos o como expresión libre y transformadora interpretación recreativa. Esto implica la crítica artística en la medida en que demanda del crítico muchos y múltiples conocimientos técnicos transferidos a un lenguaje capaz de captar al público y no de ahuyentarlo”. (Villacís, 1997, p. 95)

### **2.2.5. Los géneros en el Periodismo cultural**

El Periodismo es un medio específico de comunicación y expresión del pensamiento que antes de salir a la luz necesita seleccionar y agrupar la información de tal forma que ayude al lector ubicar los temas de su interés. Para ello los periodistas se valen de diversas herramientas en la redacción o estructuración de los diarios como por ejemplo la de agrupar la información por géneros.

Por esa razón Tipe y Castillo (2000) sostienen que el género periodístico no se ha desarrollado atendiendo a normas o preceptos estéticos, sino sobre la base de necesidades impuestas por la técnica y estructura de los diarios y revista.

Precisamente, Orione (2006) señala que existe, en Periodismo, lo que se suele llamar géneros; es decir, formas diversas de presentar la información. Los más usuales son: noticia, crónica, crítica, nota y reportaje o entrevista.

Según Leñero y Marín (1986), cada género se distingue o caracteriza por su estructura, pero en general cada uno cumple con su función principal, que es informar. Los géneros se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos y se clasifican en:

- Informativos: Aquí entra la noticia o nota informativa, la entrevista y el reportaje.
- Opinión: Aquí entra el artículo y el editorial.
- Híbridos: Crónica y columna, dentro de estos se encuentran la crítica o reseña.

### **A. La noticia o nota informativa**

La noticia, del latín *noscere*, significa, en su sentido originario, conocimiento, noción más o menos profunda de una cuestión, de una cosa. Supone poseer antecedentes, datos y detalles sobre aspectos de una ciencia, un arte, una política o de otros muy variados saberes, disciplinas o temas". (Rodríguez, 2006).

Martínez (1981), afirma que noticia es el abordaje de un acontecimiento que se decide convertir en pieza comunicacional para difundirla a través de un medio. El acontecimiento en sí no es la noticia, por lo tanto, la noticia es esa producción basada en lo intelectual y elaborada con datos; cualidades, que caracterizan la profesión del periodista.

Según Amaral (1997) que cita a Pena (2006), la noticia es la materia prima del Periodismo. "Todo lo que el público desea hablar", y añade que esta es "la inteligencia exacta y oportuna de los acontecimientos, descubrimientos, opiniones y asuntos de todas las categorías que interesan a los lectores".

"En la noticia no se dan opiniones. Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto, conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y

permite, así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones". (Leñero & Marín, 1986, p. 40)

Harris & Johnson (1982) indican que "noticia es el relato de un hecho recientemente ocurrido que interesa a los lectores", sino que "es la cuidadosa y oportuna información de los hechos, descubrimientos, opiniones y asuntos de toda clase que afectan o interesan a los lectores".

Tres adjetivos han bastado a McLeish (1985) para resumir el universo de la noticia: lo que es nuevo, interesante y cierto. En estas tres palabras se contienen todas las características a las que ha de someterse el primero y más importante de los géneros periodísticos.

Rivera (1995) menciona: La noticia debe ser en primer lugar veraz, y en este sentido la cuestión enlaza simultáneamente con aspectos deontológicos de la prensa y con el añejo problema filosófico de la verdad y la verosimilitud, tal como ha sido tratado históricamente por filósofos, lógicos y epistemólogos.

Asimismo, agrega que "en su aspecto noticioso o informativo el periodismo cultural no se aparta de esta norma, y produce sus materiales sin falsear ni ética ni conceptualmente los límites de la verdad conocida." (Rivera, 1995)

"Todo periodismo, en definitiva, es un fenómeno cultural, por sus orígenes, objetivos y procedimientos, pero se ha consagrado históricamente con el nombre de periodismo cultural a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios (sic) los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental." (Rivera, 1995, p. 19)

Leñero & Marín (1986) indica que la noticia “es el género primordial del Periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo”.

Por otro lado, Orione (2006) señala: Las noticias son construcciones informativas a partir de un hecho o acontecimiento del cual el periodista toma conocimiento por diversos canales y fuentes.

La nota es una pieza informativa más extensa, sobre temas de actualidad o intemporales. Hay notas narrativas (temas deportivos, ecológicos, sociales, urbanos, entre otros), sobre un personaje (suele denominárselas ‘perfiles’), notas de servicios (por ejemplo, sobre turismo, cocina, moda, informática, salud) y de opinión (polémicas, propuestas políticas o sociales, editoriales, correo de lectores). (Orione, 2006).

Debido a esa versatilidad temática la noticia se redacta en diferentes estructuras, pero la de mayor uso tradicional es la “pirámide invertida” por el mayor impacto que alcanza a los lectores. De ahí, en el Periodismo cultural la noticia recibe el mismo tratamiento.

Rodríguez (2006) señala que el lenguaje de la noticia cultural es similar al de la noticia en otros ámbitos informativos. Esto quiere decir que simplemente se trata de informar de un hecho con la mayor precisión y objetividad posibles. Cuando se trata de eventos importantes, como la muerte de un escritor o un artista destacado, un premio importante o una efemérides, la noticia se acompaña de artículos de opinión sobre la personalidad y su obra, sobre el personaje celebrado o el hecho histórico que se va a conmemorar, firmados por personalidades culturales relacionadas particular o profesionalmente con el protagonista de la noticia, expertos en su obra creativa, historiadores, sociólogos, filósofos, novelistas, etc., que aportan a la noticia una contextualización enriquecedora.

## **B. La Crónica**

Etimológicamente la palabra crónica deriva del griego 'cronos' (tiempo y se refiere a aquello que ha sucedido entre dos momentos en el devenir del tiempo). La Real Academia de la Lengua define la crónica como "la historia en que se observa el orden de los hechos", acepción que se adapta al más antiguo concepto de la crónica, en la que se narraban acontecimientos históricos (Alfonso X el Sabio redactó la "Primera Crónica general" hacia 1279).

Rodríguez (2006) señala que en el periodismo moderno, la acepción del género crónica es la de un relato informativo de actualidad contado por un periodista que, como más destacada característica, tiene la de haber sido testigo próximo o cercano a los hechos que narra, hasta el punto de que en ocasiones se ve envuelto en ellos.

Para Orione (2006) se llama crónica al relato de un periodista que fue testigo presencial de cualquier hecho o acontecimiento que merece ser publicado.

En otras palabras "crónica es una noticia ampliada y comentada, de manera que el periodista añade a la narración de los hechos (presentación objetiva) su propia interpretación personal (valoración subjetiva). En ella, lo objetivo y lo subjetivo se complementan". (Torresi, 1995).

Torresi (1995) señala que para realizar una crónica es necesario tener en cuenta lo siguiente:

1. Elegir el tema de la crónica. Toda crónica debe partir de un tema de actualidad.

2. Recoger información sobre el tema, directamente o consultando la prensa y otros medios.
3. Redactar la crónica presentando los hechos y, además, los comentarios y reflexiones del periodista, siguiendo unos principios generales.
4. Comenzar la crónica por la información objetiva sobre los hechos, como si se tratara de una noticia.
5. Enriquecer el relato inicial con más detalles y la valoración personal de estos y, finalmente, viene el cierre del texto.

En ese camino las características de la crónica periodísticas son (Torresi, 1995):

- Público amplio. Las crónicas están destinadas generalmente a un gran público interesado en conocer al detalle el suceso narrado.
- Es un relato. Narra en forma detallada, objetiva (o subjetiva en algunos casos) y secuencial un suceso determinado, capaz de llamar la atención de los lectores.
- Lenguaje sencillo. La crónica debe estar redactada en un lenguaje accesible para toda clase de lector.
- Diversidad de temas. No existe un determinado tema del cual puede tratar. Existen crónicas que tratan temas sociales, políticos, económicos, policiales, deportivos, etc.
- Minuciosa. Debe procurarse por relatar sin perder detalle alguno. (Torresi, 1995)

Por otro lado, Leñero & Marín (1986) señalan que crónica “es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza porque, además de transmitir información, el cronista recrea la atmósfera en que se produce un determinado suceso”.

Es el relato pormenorizado secuencial y oportuno de los acontecimientos de interés colectivo. Se ocupa de narrar cómo sucedió un determinado hecho, recrea la atmósfera en que se producen los hechos públicos. (Leñero & Marín, 1986)

Asimismo, indican una tipología:

- Crónica informativa: El cronista se limita a informar sobre un suceso sin emitir opiniones.
- Crónica opinativa: El cronista informa y opina simultáneamente (cronistas de fútbol y las taurinas o algunos otros deportes).
- La Crónica se ocupa del cómo suceden los hechos, y en el caso de la interpretativa, también del por qué.
- Crónica interpretativa: Es la que ofrece los datos informativos esenciales, pero, sobre todo, interpretaciones y juicios del cronista. (Leñero & Marín, 1986)

La crónica, en su acepción netamente periodística (esencialmente qué contar y cómo contarlo), alimentó durante décadas a la prensa cultural, y en este sentido funcionó como una generosa registradora y evocadora de fenómenos y episodios de la vida intelectual y artística, convirtiéndose en un repositorio irremplazable para el historiador de los procesos culturales. Cenáculos, homenajes, antiguas redacciones, anecdotarios, prácticas de la vida literaria y

perfiles de figuras conspicuas o marginales fueron abundantemente documentados por cronistas que poseían la fruición del relato y del detalle significativo. (Rivera, 1995)

Sin embargo, “en tiempos más recientes el espacio de la crónica de acontecimientos parece haber perdido protagonismo, en parte por la radical transformación de las costumbres del campo literario y artístico, y en alguna medida por el relativo “envejecimiento” de sus clásicas recetas formales [...]”. (Rivera, 1995)

### **C. El reportaje**

El reportaje es un género más dúctil que la crónica y la noticia, pues se extiende en cuanto a su lenguaje y organización. Asimismo, conserva su concepto de actualidad, puesto que el tema abordado es una reactualización que está ligada a un personaje o a un tema concreto y permanente.

“La palabra reportaje tiene su origen en la lengua francesa (reportage). Significa una compte rendu, información sobre un acontecimiento o viaje escrita por un periodista”. (Del Rio, 1994, p. 12)

Rodríguez, (2006) menciona que el reportaje se trata de un género que aglutina a todos ellos (la noticia, la crónica, la entrevista) y genera una forma propia y personal de información. Es decir, el reportaje, con frecuencia, profundiza en las noticias que se considera deben tener un tratamiento informativo de mayor amplitud. Incluye opiniones, declaraciones e ideas de los sujetos protagonistas de la información. En la información cultural, estos testimonios tienen una mayor presencia que los del narrador-periodista, hasta



llegar a veces a anularlos. Aquí, la utilización de materiales de archivo y documentación es más frecuente que en otro tipo de información.

Por su parte, Pena (2006) señala que para el profesor Joao de Deus Correa, “el reportaje es una narración periodística temática, focal, envolvente y de interés actual, que desarrolla una investigación sobre los hechos y sus actores”. En cambio, para el profesor Nilson Lage, “es la exposición que combina el interés del asunto con el mayor número posible de datos, formando un todo comprensible y abarcador”.

Asimismo, “la definición de reportaje casi siempre se construye en comparación con la de noticia. Para el periodista Ricardo Noblat: “Noticia es la narración más corta de un hecho. Reportaje es la narración más circunstanciada”. (Pena, 2006).

Leñero & Marín (1986) indican que reportaje “es el más vasto de los géneros periodísticos. En él caben los demás. Es un género complejo que suele tener semejanzas no solo con la noticia, la entrevista o la crónica, sino hasta con el ensayo, la novela corta y el cuento”.

Precisamente, “los reportajes se elaboran para ampliar, completar, complementar y profundizar en la noticia; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso”. (Leñero & Marín, 1986)

Pena (2006) cita a Nilson Lage, quien considera tres géneros de reportaje:

- Investigativo: parte de un hecho para revelar otros más o menos ocultos, y, a través de ellos, el perfil de una situación de interés periodístico.

- Interpretativo: el conjunto de hechos es observado desde la perspectiva metodológica de determinada ciencia. Ejemplo: una investigación cualitativa.
- Nuevo Periodismo: aplica técnicas literarias en la construcción de situaciones y episodios para revelar una praxis humana no teorizada.

Rodríguez (2006) señala que un reportaje cultural necesita de un trabajo previo de documentación que suele ser más exhaustivo y exigente que en otra especialización periodística. En otras palabras, el periodista cultural ha de conocer, hasta donde sea posible, todos los aspectos del tema o el personaje sobre el que va a realizar su reportaje. El enfoque supone tener muy clara la perspectiva desde la cual se va a abordar el contenido del reportaje. Evidentemente, no es lo mismo escribir para un público adulto que para uno juvenil o infantil, ni hacerlo para públicos especializados o no. Por ningún motivo el reportaje debe perder ese sentido tener amplio deseo de saber y conocer más de lo evidente, más de lo que se muestra a simple vista.

#### **D. La entrevista**

Rodríguez (2006) menciona que la entrevista es invención norteamericana atribuida a Horace Greeley, editor del New York Tribune, y a James Gordon Bennett, propietario del New York Herald. Según Christopher Silvester, editor de The Penguin, la primera entrevista moderna, tal y como hoy la concebimos, fue publicada en The New York Tribune el 20 de agosto de 1859. Sin embargo, otros analistas sitúan la invención del género en Europa, cuna del periodismo moderno, anterior al americano. El filósofo Fernando Savater la atribuye al escritor James Boswell (1740-1795), quien llegó a “entrevistar” a Jean Jacques Rousseau, a Hume y a Voltaire.

Asimismo, Rodríguez (2006) señala que la entrevista es una conversación para conseguir información. Se trata de un diálogo entre un periodista y un personaje con objeto de obtener una información de un hecho o de la personalidad del entrevistado.

Del mismo modo, Orione (2006) indica que la entrevista “es la conversación con el protagonista de algún hecho o actividad que se considera interesante para los lectores. En el Periodismo escrito, el texto se estructura en preguntas y respuestas”.

Rivera (1995) menciona que una entrevista es, en lo esencial, un encuentro concertado entre un periodista (el entrevistador) y una figura pública o privada (el entrevistado) con el objeto de obtener información de esta última y comunicarla a través de un medio gráfico, radial, televisivo, etcétera.

En ese sentido, la entrevista periodística está dirigida a públicos de mayor masividad y sus reglas de juego, procedimientos y objetivos son más elásticos. En líneas generales quiere decir que, el entrevistador es una figura de cierta conspicuidad –escritor, artista, editor, investigador, profesor universitario, director de cine o teatro, etcétera-, cuyas opiniones o actividades poseen un valor indicial u orientativo al que se asigna un interés público de cierto monto, y de ahí la decisión de difundirlas a través de un medio determinado para darlas a conocer a los demás miembros del entorno. (Rivera, 1995),

Leñero & Marín (1986) sostienen que entrevista “se llama así a la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado, entre periodistas y varios entrevistados o entre varios periodistas y uno o varios entrevistados. A través del diálogo, se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios”.

Como método indagatorio, la entrevista se emplea en la mayoría de los géneros periodísticos. La información periodística de la entrevista se produce en las respuestas del entrevistado. Nunca en las preguntas del periodista, añade el autor.

Rodríguez (2006) menciona que en el caso del periodismo cultural, se trata de llegar a conocer, para su divulgación, las informaciones sobre un tema o de profundizar en el conocimiento de una personalidad en este ámbito. La obtención de estos objetivos se consigue como respuesta a la interrogación a la que se somete al entrevistado. Para ello, los resultados dependen tanto de la habilidad, el talento y la experiencia del entrevistador como de la personalidad del entrevistado y de que este tenga realmente algo interesante que comunicar. Se trata de alcanzar una conexión entre el entrevistado y entrevistador.

### **E. La crítica**

Orione (2006) señala que la crítica es ejercida generalmente por periodistas especializados en un tema. El crítico analiza una obra artística (película, ópera, libro, pintura, obra para chicos, etcétera) en un texto que integra información y opinión.

Asimismo, menciona que “el único interés del crítico debe ser responder a la expectativa del lector, sin hacer caso a las presiones o intentos de seducción por parte de las fuentes”. (Orione, 2006)

## **F. Las revistas culturales**

Villa (1998) sostiene que la revista cultural, muchas veces denominada y reconocida como 'revista literaria', es el antecedente directo del suplemento cultural de los periódicos -aunque actualmente conviven en un mismo espacio de discursividad; sin embargo, estas tienen características particulares, por lo general su campo es específico y restringido y diseñan en su estrategia enunciativa a un 'lector modelo'.

Se considera que son tres las publicaciones que ejercían influencia decisiva en la formación del Periodismo cultural peruano especializado en temas de cultura, es decir, aquel que elige la independencia del diario.

Ellas son 'Mercurio Peruano', de los tiempos coloniales; 'La Revista de Lima', de mediados del siglo pasado, y 'Amauta', abierta y moderna, de José Carlos Mariátegui. Sin embargo, con el pasar del tiempo estas y otras revistas ya no se encuentran en circulación.

En cambio, "Somos" es una destacada publicación que existe hasta nuestros días. Se creó el 13 de enero de 1986 y se distribuye como valor agregado en el diario El Comercio todos los sábados. (Ayala & León, 2000)

Ayala & León (2000) señalan que la revista Somos, aparentemente no cataloga como cultural por su contenido misceláneo, cumple, no obstante, con esta función, puesto que es de las pocas que se ocupa de literatura, música, cine, teatro, entre otras manifestaciones culturales de manera especializada, junto con temas de actualidad política, social, etc.

De ahí que Valle (2014) sostiene que la característica de la revista ha sido, a lo largo del tiempo, mostrar el lado humano, la vida urbana, la cultura como expresión cotidiana, la realidad como punto de partida y lo siempre nuevo. Esto ha hecho que “somos” atraiga a sus lectores. Además, se observa un equilibrio entre la actualidad política y social junto con la cultura.

En Lambayeque se puede distinguir:

- Revista ‘Utopía Norteña’ N° 1, (16 de junio de 1995). (Editoriales) FACHSE – UNPRG. Sin vigencia.
- Revista ‘Utopía Norteña’ N° 2, (09 de febrero de 1996). (Editoriales) FACHSE – UNPRG. Sin vigencia.
- Revista ‘Utopía Norteña’ N° 3, (agosto de 1996) (Editoriales) FACHSE – UNPRG. Sin vigencia.
- “Hacia una historia de la Región Nor-Oriental del Marañón” (Primera Parte), en revista ‘Utopía Norteña’. Publicación de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional ‘Pedro Ruiz Gallo’.
- Revista ‘Umbral’. Publicación de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales y Educación de la Universidad Nacional ‘Pedro Ruiz Gallo’.

Kapsoli Escudero, Wilfredo. “Reflexiones: la tradición y la modernidad en el Perú”, en ‘Cuadernos arguedianos’ N° 1 Revista de la Dirección de Investigación de la Escuela Nacional Superior de Folklore ‘José María Arguedas’.

## **G. Suplementos culturales**

Los suplementos culturales tienen un formato parecido al del periódico en el que se constituyen. La diferencia de sus contenidos se encuentra en la información que se brinda y el tratamiento que se le da.

Rivera (1995) señala que históricamente los suplementos parten de la idea de una departamentalización del diario en secciones fijas con unidad temática y continuidad temporal. Hacia fines del siglo pasado, los materiales de interés cultural aparecían corrientemente en su cuerpo general, aunque comenzaban a diseñar un espacio especializado y permanente: la crítica de libros, la crítica teatral y musical, etcétera, con el agregado de notas con firma que reflejaban opiniones sobre hechos o fenómenos culturales.

Rodríguez (2006) menciona que de este modo, ya no exige que el periodista cultural sepa de cultura en general, sino que además se especialice en alguna de sus manifestaciones: literatura, cine, arte, etc., aunque la mayor parte de las reseñas críticas corren a cargo de especialistas no necesariamente periodistas. Sin embargo, la existencia de un suplemento cultural con una periodicidad fijas y una elaboración seria y rigurosa concede al periódico prestigio entre sus lectores y consideración entre las instituciones sociales y culturales de la comunidad a la que sirve de referente.

TLS es un suplemento que nació ocupando ocho páginas con un formato idéntico al del periódico. Sus contenidos alcanzaron una calidad poco frecuente en la prensa de su época y continuaron prestigiando sus páginas, gracias a las colaboraciones de escritores como T.S. Eliot, Virginia Wolf, Aldous Huxley, George Orwell, Anthony Burgess, Italo Calvino, Gore Vidal, Umberto Eco, Vargas Llosa o Juan Goytisolo, que hasta 1974 no firmaban sus críticas literarias, ya que ésta fue una norma de la publicación que se mantuvo hasta ese año, con

el fin de preservar la independencia y la imparcialidad. La supresión de este principio provocó una fuerte polémica entre sus redactores y colaboradores. (Rodríguez, 2006)

Este suplemento con el tiempo se desgajó del periódico para convertirse en una publicación semanal que en la actualidad tiene una tirada de 36.000 ejemplares, dos tercios de los cuales se distribuyen en el extranjero. TLS es ya una publicación legendaria y sus contenidos constituyen uno de los grandes referentes de la vida cultural internacional. (Rodríguez, 2006)

En el Perú, uno de los primeros suplementos fue el publicado por el diario Expreso llamado “Estampa” en 1963 y salía los domingos. En dicho suplemento escribieron los poetas Nicomedes Santa Cruz, Reynaldo Naranjo y Carlos Germán Belli bajo la dirección de Juan Gargurevich. Se combinaban las notas culturales con los comentarios de actualidad. (Gargurevich, 1996)

En los años ochenta, junto con el diario De Marka apareció el suplemento “El Caballo Rojo”, dirigido por Antonio Cisneros, fue uno de los más representativos de la época pues se convirtió en una expresión cultural liberal, zona de debate y de encuentro de artistas progresistas. (Gargurevich, 1996)

En 1990 aparece “Semana 7” del diario Expreso y señalan que es allí que participaron como colaboradores Estela Gutiérrez del Valle, Luis Zárate, Raúl Lizarzabúru Vélez, Víctor Urquiaga, Pablo Velásquez, Josue Pretell Lobatón, entre otros. De abril a septiembre de 1991, “Semana 7”, dirigida por Ismael Pinto, se convirtió en un suplemento completamente cultural. En dicho periodo, aparecieron como colaboradores Martha Hildebrant, Pablo Mecera, Antonio Cisneros, entre otros. Para el 21 de diciembre apare su última publicación y surge “El Suplemento” cuyo contenido estaba compuesto por notas políticas y culturales, considerando el comentario de libros y semblanzas de escritores. “El



suplemento” fue dirigido por Umberto Jara y cuenta en la redacción con Eloy Jáuregui y Carlos Noriega. (Ayala & León, 2000)

Así también, Ayala y León (2000) destacan que el mejor suplemento publicado fue del diario El Mundo, llamado “Artes y Letras” el cual se ofrecía cada fin de semana y era dirigido por Elsa Arana Freire. Tenía una extensión de ocho páginas y su contenido estaba orientado a la literatura, historia, crítica teatral y cinematográfica, plástica, etc. La columna, “La Dolce Vista”, estaba relacionada al cine mundial, mientras que “Lecturas y Escrituras” estaba dedicada a la crítica literaria y también se publicaban fragmentos de obras recientes y poemas de escritores nacionales e internacionales. Por su parte, “El paseo del búho” fue una agenda cultural sobre exposiciones, teatro, lecturas, recitales, cursos y conferencias. Además, también tenía dos columnas más orientadas a la música. La primera, “Música” ofrecía las novedades musicales de todos los géneros. “Sonidos” estaba destinada a presentar una crítica sobre los lanzamientos del medio.

En 1995, aparece otro suplemento de El Mundo llamado “Crónica”, una publicación que salía los fines de semana con notas culturales y columnas con temas variados como “Efemérides” o “Pandemonio” la cual fue estuvo a cargo de Beto Ortiz. Con el paso del tiempo, el diario El Mundo cerró, lo cual significó la caída de este suplemento, pero es considerado uno de los mejores de su género. (Valle, 2014)

#### **2.2.6. Definición de sección cultural en un periódico**

Lallana (2008) indica que se entiende por sección cultural aquella que recoge las noticias culturales en varios ámbitos como el teatro, el cine, la música,

la televisión, las bellas artes, la radio, los libros y otros. Así también, acontecimientos nacionales e internacionales que resulten de interés común.

Tacuri & Muñoz (2010) refuerzan lo dicho anteriormente y mencionan que la sección es un conjunto de noticias que guardan entre sí cierta relación. Siempre guardan un orden dentro de una página central. La sección cultural es aquella que recoge las noticias culturales (teatro, cine, música, televisión, bellas artes, radio, libros, etc.). Recoge acontecimientos nacionales e internacionales.

Una de las secciones más amplias en cuanto a contenidos, ya que se pueden desarrollar noticias relacionadas con temas sociales, religión, educación, teatro, o música. (El País, 2010)

Con el transcurso del tiempo se han desarrollado en los medios impresos varias secciones entre ellas la dedicada a la difusión de la cultura. La sección cultural es aquella que dispone una entidad propia, con espacio diario y ubicación fija, para tratar temas sobre las manifestaciones artísticas del ser humano, música, danza, literatura, entre otras. (Fernández, 2010, p. 236)

### **2.2.7. Tratamiento periodístico en la sección cultural**

Fernández (2010) menciona que en la actualidad, los medios impresos nacionales y regionales disponen de espacios específicos para difundir información cultural; de esta manera, se está iniciando un proceso que inmiscuye una mejor apreciación para esta fuente tan importante. Todavía, la gran preocupación de los periodistas es la de saber divulgar, cuando lo previo es el saber.

De ahí que, Aramañanzas (1996) señala que la importancia de un tema cultural no tiene por qué coincidir necesariamente con la rabiosa actualidad; por

el contrario, será lo más frecuente que las cuestiones culturales importantes no vengan urgidas por el acontecer ni por suceso alguno [...] el análisis cultural reclama cierta distancia respecto a las manifestaciones existenciales concretas; el sentido de las creaciones culturales se manifiesta en periodos históricos relativamente largos.

Hoy, a través de los diarios regionales y nacionales, se muestra la información, cumpliendo en lo posible con el derecho de comunicar a la comunidad o entorno. Es el periodista quien indaga en las fuentes, redacta y presenta a la sociedad su nota informativa por el medio que le corresponda difundirla, siguiendo su propio estilo y la línea editorial, entre otros varios aspectos. (Fernández, 2010)

Aunque el responsable de cultura ofrezca temas de su sección para la primera página, es el director con los directores adjuntos, subdirectores y redactores-jefe, quienes deciden los contenidos del periódico y su inclusión o no en portada. Se cree entonces, que para el desarrollo o la producción de notas culturales serán necesario redactores y directivos preparados, con dominio en dicha área para poder jerarquizar la información de manera ética. Tomando en cuenta que la cultura no siempre se presenta de manera noticiosa. (Fernández, 2010, p. 238)

De esa manera, Fernández (2010) puntualiza que se debe tomar en cuenta que esta sección no solo trata de lo acontecido en la cultura, sino que también modifica la misma, por lo que se debe buscar informar al lector, pero además estimular al mismo a formar parte de estos acontecimientos. Por último, es preciso recordar y recalcar que los periodistas deben informar y educar. Es importante tener este aspecto siempre en mente para que la sección cultural siga siendo una sección informativa.

### **2.2.8. Periodismo cultural a nivel internacional**

Rodríguez (2006), al relatar el proceso evolutivo del Periodismo cultural, menciona: En España, el nacimiento de un periodismo cultural plenamente asumido por los medios escritos coincide con la aparición de nuevos periódicos como El País y Diario 16 y de una nueva forma de concebir la información durante los años de la Transición política en la década de los setenta del siglo pasado, que obligaron al resto de los diarios a acometer una renovación en sus secciones y en su forma de abordar la información cultural.

Algunos periódicos, sin embargo, ya ensayaban ciertos modelos de información cultural permanente. El ABC mantenía ya en los primeros años setenta una sección titulada 'Vida Cultura', una mezcla de información, crítica y agenda, antecedente de lo que más tarde serían sus secciones de cultura y espectáculos, que actualmente mantiene separadas. Por esos mismos años, este diario publica a, los fines de semana, unas páginas encabezadas por el título 'Mirador literario', dedicadas al mundo de la literatura y los libros en general, y 'ABC de las artes', una sección que abordaba la información sobre pintura, escultura y artes plásticas. (Rodríguez, 2006)

Encabezamientos como 'Actividad cultural', 'Ventana cultural', 'Noticiero de arte' o 'Música, teatro y cinematografía' acogían las informaciones y reseñas relacionadas con la información del mundo de la cultura y los espectáculos en el diario La Vanguardia que tenía secciones fijas dedicadas a la producción literaria los jueves ('Libros del día', 'Libro catalán', 'Ecos de la vida literaria'), a las artes ('Arte y artistas') y a la música ('El mundo de los discos'), los domingos. (Aramañanzas, 1996)

En la actualidad, la información cultural es, en los medios escritos, una sección absolutamente estable y consolidada, lo cual supone una ampliación de los criterios de noticiabilidad en este campo en relación con épocas anteriores. La presencia de la información cultural se ha ido ampliando con el tiempo y, en la actualidad, ocupa más páginas que hacen cinco o diez años, y no son pocos los periódicos que dedican una portada especial a las páginas de la sección de cultura, como El Mundo y La Vanguardia. (Aramañanzas, 1996)

### **2.2.9. Periodismo cultural en el Perú**

El Periodismo cultural peruano empieza por la individualidad, es decir, trabaja por separado y luego se unirá a la prensa diaria que posteriormente hallará lugar en secciones, páginas o suplementos.

Gargurevich (1996) menciona que respecto de la visión noticiosa plantea las siguientes conclusiones sobre la práctica local, que vale la pena citar casi completas:

- a) Los conceptos y valores fundamentales que rigen las páginas culturales de los diarios remiten a los enunciadores (los periodistas especializados), al rol de promotores de la actividad artística, así como a legitimarles en la página misma -por su inserción en ella- de los intelectuales o artista que producen.
- b) La diferencia objetiva que existe entre el lector y el enunciador es que este sabe antes, que aquel sabe más. El efecto de saber se reproduce mediante un desfase temporal, del cual sale ganador el periodista, porque ese es su rol, adelantarse, vivir ante la actualidad y modalizarla en un discurso democratizado para su uso.

- c) El valor actualidad es el prioritario. Sobrepasa a los otros valores, incluso a los artísticos propiamente dichos. La mercancía artística 'no existe' si no se inscribe en el discurso periodístico, lo cual sucede con otras mercancías (políticas, económicas, deportivas, etc.). El discurso periodístico se convierte, pues, en el rector del gusto y las necesidades, en el legislador de la calidad (muchas veces acrítico), en el contralor de los niveles de productividad (si produces de acuerdo con las reglas apareces en los diarios).
- d) Artes y letras están rodeadas, circundadas por la violencia y la inestabilidad política del mundo entero, pocas veces presentadas con los grandes titulares de las primeras planas.
- e) Pocos lectores son conscientes de que las páginas de los diarios -todas- registran hechos actuales. Pero, la tradición periodística ha recluido las artes y las letras en una página visitada por los avisos publicitarios de diversa índole. Por consiguiente, los diarios convencionales -todos- recluyen en una página, avalada por su cornisa inmarcesible, aquello que identificamos como un quehacer específico, abonando en la mentalidad de los lectores un concepto de cultura que ha sido sobrepasado hace mucho tiempo gracias a la antropología. (Gargurevich, 1996)

Asimismo, Sánchez (2013) sostiene que todos los especialistas en periodismo cultural coinciden que arte y cultura han desaparecido de los medios tradicionales de comunicación en el Perú. Pero también señalan a las nuevas tecnologías como una oportunidad para generar nuevos espacios de producción y consumo para la creación, la crítica y la distribución de actividades culturales.

Para el periodista Paco Bardales esto se debe a que la cultura no tiene espacio por desidia. Es decir, la única manifestación constante de crítica

especializada en Perú la tiene el cine, y no en todos los medios, pues muchos se dedican a poner solo estrellitas de aprobación y desaprobación. El resto de actividades artísticas -la danza, el teatro, la literatura, etc.-, es un desierto de escalofrío y quedan relegadas en el tiempo. (Sánchez, 2013)

Además agrega que si los contenidos culturales han desaparecido del periodismo tradicional la pregunta sería dónde han migrado, dónde es que han ido a parar. El mejor contenido, crítico y difusor, sobre temas culturales se encuentra ahora en blogs, páginas web, plataformas, y en actualizaciones en redes sociales. Con todo el boom de las nuevas tecnologías se han diversificado y atomizado la oferta, pero también han generado una sana democratización (Sánchez, 2013)

#### **2.2.10. Periodismo cultural en Lambayeque**

Gómez (2004) menciona que el periodismo culto también es una fuente valiosa, pero lamentablemente, no existe en el norte repertorios documentales que incluyan las colecciones periodísticas. Inclusive, la historia misma del Periodismo lambayecano es una tarea pendiente, a pesar de que autores como Nicanor de la Fuente, Juan Barturén Dueñas, Oscar Castillo, Luis Facundo, y otros, han realizado algunos aportes valiosos. Hay muchos autores importantes que nunca llegan, lamentablemente, a publicar artículos en revistas académicas o libros destacados.

El impacto de la lucha política y los acontecimientos histórico-sociales dejaron una huella indeleble en el estilo periodístico, a tal punto que, en comparación a otras regiones del país, la literatura, bajo la forma de poesía, décima, sátira, etc. se convirtieron en expresiones culturales influenciadas por la lucha política. En este proceso, el Periodismo incorporó el aporte de maestros,

intelectuales y autodidactas, los cuales, desde su ubicación de editores y redactores o colaboradores, desarrollaron un Periodismo político, social y literatura política cuyo pensamiento es analizado independientemente de sus condicionamientos ideológicos.

En ese contexto el Periodismo cultural en Lambayeque se destacan los artículos culturales con diversas temáticas.

Los artículos folklóricos que rescatan aspectos de la identidad regional, como los escritos por Alfonso Tello Marchena, de interés arqueológico o histórico, como los escritos por intelectuales como José Maeda Ascencio, Alfonso Samamé Rodríguez, Antonio Serrepe Ascencio, Eric Mendoza Samillán. De las viejas generaciones de periodistas interesados en la identidad chiclayana, recordamos, entre otros, a Glirecio García Campos y José Arana Cuadra. (Gómez, 2004)

Asimismo, Gómez (2004) indica que merece una mención especial Nicanor de la Fuente (Nixa) quién habiéndose iniciado como poeta en los años veinte, le ha dado calidad de documentación, originalidad y amenidad al artículo periodístico de corte histórico. Nixa felizmente publicó (desde 1952 hasta el 2009) en su columna de anécdotas “A propósito” en el diario chiclayano La Industria, y eventualmente, sus artículos históricos en el suplemento Lundero. (Gómez, 2004)

Finalmente, el Periodismo cultural de Lambayeque se ha caracterizado por información de los primeros resultados de los más importantes proyectos de investigación arqueológica de Lambayeque (Sipán, Batán Grande, Túcume) fueron publicados como artículos periodísticos en los suplementos de La Industria, lo cual ha contribuido a la indudable calidad de este diario de importancia regional, que representa un punto importante de la identidad chiclayana y regional. (Gómez, 2004)



## **2.3. CULTURA REGIONAL**

La cultura regional se refiere a una porción del territorio nacional, más o menos amplio, que manifiesta una clara identidad cultural. Existen regiones, en los distintos países, claramente identificables, como así también puede existir más de una identidad cultural en el interior de una determinada región. Las diferencias se deben a que, en cada región a lo largo de su historia, han desarrollado sus propios elementos culturales, con sus sabores locales, sus propios significados, valores y costumbres, generando una identidad cultural propia y característica que forja un estatus social.

Bajo ese criterio, existen muchos rasgos que caracterizan a Lambayeque. Esta región posee una identidad cultural fundamentada en antiguas y sólidas raíces pues en el norte del Perú preincaico, existían etnias que tenían sus particularidades culturales, religiosas, artísticas e inclusive poseían sus propias lenguas. También, se identifica por el verdadero señorío de la amistad porque sus ciudades y pueblos son acogedores y prodigan un trato amable y un espíritu bondadoso. (Lozano, 2015)

### **2.3.1. Tradición Oral**

Cabrejos & Távara (2011) indican que “la tradición oral la constituyen todas las narraciones populares como mitos, leyendas, cuentos, dichos, etc. La esencia de la tradición oral nos remonta al pasado prehispánico donde dioses y seres mágicos poblaban el imaginario de los hombres”.

Asimismo, señalan que la característica de la tradición oral lambayecana es pertenecer a un determinado contexto cultural, el cual abarca una comunidad

próxima e incluso una religión o país. Son transmitidas oralmente de generación en generación. Se repiten en cuanto tema y estructura del relato, pero suelen introducir variantes. El autor pierde rostro y nombre. Proviene de la creatividad de un pueblo y pertenecen a una memoria colectiva. Se difunden en las labores cotidianas, en las plazas o en reuniones familiares o días festivos. (Cabrejos & Távara, 2011)

Fernández (1991) menciona que Lambayeque posee expresiones de cultura popular que son transmitidas y desarrolladas de manera oral.

Por ejemplo, el conjunto de décimas, cuartetos, versos, cumanas, que son dichos expresados en forma espontánea de cuya atenta lectura se desprende la creatividad del lambayecano. La gente que lo cultiva son trabajadores del campo, de los complejos agroindustriales (Cayalti, Zaña, Pitipo, Motupe). Las cumanas eran aquellas conversaciones sostenidas entre dos o más personas en forma improvisada. Sin necesidad de ser poetas las recitaban o cantaban. Estas manifestaciones han sido recogidas de diversos encuentros sociales, como los almuerzos y tienen carácter amoroso, político, religioso, burlón, etc. Con ellas se hacían bromas, en un ambiente de confraternidad y de camaradería. (Fernández, 1991)

### **2.3.2. Identidad Cultural**

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias [...] Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo,

pues son producto de la colectividad”. (González, 2000, p. 43 citado por Molano, 2007)

Riutort (1996) afirma que, intelectualmente, la identidad colectiva se presenta como una cosmovisión narrativa de la propia tradición, que interpreta el presente a través del pasado, y se proyecta hacia el futuro, ya sea en una versión mítica, religiosa, de historia nacional o de clase; sirve de plexo identificador de la población y de marco interpretativo y motivacional mínimo para el mantenimiento de la cohesión social.

Castells (2005) sostiene que identidad es sentirse en casa con otras personas con quienes se comparte la identidad [...]. Para la mayoría de la gente, es un sentimiento importante, sobre todo en un mundo globalizado en el que flujos de poder, de dinero y de comunicación hacen depender nuestras vidas de acontecimientos incontrolados y decisiones opacas [...] la pertenencia a ese algo identitario, que proporciona sentido y cobijo a la vez, crea una práctica cómplice, un lenguaje común, un mundo propio desde el que se puede vivir con más tranquilidad el mundo de ajenidades.

Eagleton (2001) define la cultura como “el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico”.

Illera (2005) señala que la cultura ha sido el principio fundamental de la convivencia en sociedad. La vida urbana es generadora de cultura por definición. Ciudad y cultura no solo se interrelacionan, sino que son dos caras de una misma moneda. La cultura es ciudad y la ciudad es cultura.

Cabrejos & Távara (2011) indican que la identidad cultural es algo propio y entrañable de una cultura, es el conjunto de sus rasgos diferenciadores en relación al resto. Lo propio no se agota en lo exclusivo y está formado por una

diversidad de concepciones que vienen en lo exclusivo y está formado por una diversidad de concepciones que vienen de dentro y fuera del grupo. Los elementos más íntimos de una cultura pueden tener diversos orígenes. Lo importante es que formen parte de la vida cotidiana de un pueblo.

No podemos hablar de conservación de nuestra realidad viviente, excluyendo las ideas de cambio y transformaciones. Las culturas se conservan cambiando. La cultura lambayecana también asume y se apropia de modos y formas culturales nuevas. (Cabrejos & Távora, 2011)

Del mismo modo, Cabrejos & Távora (2011) mencionan que la cultura lambayecana es una realidad viviente que se encuentra en un constante proceso de transformación, apertura y cambio. Intentar conservar las tradiciones del pasado negando su dinamismo es una actitud que la priva de su dimensión vital.

Precisamente, conservar no es congelar modificar o colocar los aspectos específicos de un grupo humano en el escenario de un museo para el deleite intelectual. Conservar es contribuir a la afirmación del yo colectivo, afirmando su tendencia al cambio y a la reinención constante de sus formas de expresión. (Cabrejos & Távora, 2011)

Medina (2009), refiere que una de las aberraciones que trae consigo esta época globalizada es la explicación del mundo a partir de historias regionales y nacionales, los procesos colectivos e individuales de hombres y mujeres que construyen sus memorias y la realidad social; y se dan recetas culturales hegemónicas que derivan en la pérdida de valores, símbolos socioculturales auténticos de los pueblos, que absorbidos o desplazados a un plano inferior, no cuentan dentro del poder económico internacional.

Vargas (2006) expresa que la globalización “dinamiza y complica los arreglos de identidades culturales, reconfigura la geografía de los territorios y reinventa la gobernabilidad”.

“La identidad cultural constituye un proceso en el que la actualidad se encuentra muy poco atendida por parte de las autoridades. A pesar de que, a primera vista, pudiéramos señalar que dentro de las políticas educativas se encuentra presente; sin embargo, al analizar la forma cómo se está desarrollando, podemos darnos cuenta de que aún falta mucho por trabajar”. (Grimaldo, 2006, p.41)

Para la UNESCO (2009) la cultura es un proceso fluido que se transforma por sí mismo, y se debe considerar como un proyecto futuro [...]. Las identidades nacionales, regionales, locales, culturales, religiosas, étnicas, lingüísticas, sexuales y de otra índole están adquiriendo, cada vez más, importancia para las personas y grupos que ven la globalización y el cambio cultural como una amenaza para sus creencias y modos de vida, donde, en un mundo caracterizado cada vez más por la mezcla de culturas, los empeños por salvaguardar las manifestaciones de la diversidad cultural cobran una importancia especial para los gobiernos locales, regionales y nacionales.

“La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que, a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad [...]. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y ese constante reconocimiento es el que le da carácter activo a la identidad cultural [...]” (Bákula, 2000, p. 169)

Por lo tanto, Fernández (1991) señala que Lambayeque posee una identidad cultural fundamentada con antiguas y sólidas raíces. “En el norte del

Perú preincaico existían etnias que tenían sus particularidades culturales, religiosas artísticas e inclusive poseían sus propias lenguas. Por ejemplo, la lengua mochica tenía su propia gramática según E. Brunning”.

### **2.3.3. Historia Regional**

Suárez (1976) menciona que: “en nuestro idioma, la palabra ‘historia’, sirve indistintamente para expresar dos conceptos diferentes: por una parte, la plenitud del suceder; por otra, el conocimiento de suceder”. Así mismo, expresa que: “en su origen la palabra procede del verbo ‘Historein’ que quiere decir curiosear, inquirir o investigar”.

Bajo ese criterio Cabrejos & Tavera (2011) relatan que la historia regional lambayecana es aquella que nos remite al pasado de nuestras localidades, distritos, provincias, caseríos, anexos, parroquias, barrios, urbanizaciones, etc; ofreciéndonos un panorama de las motivaciones individuales y colectivas. Un rasgo característico de esta historia es que sirve de fuentes orales de las comunidades, lo cual le da un gran valor afectivo pues se vale de las experiencias subjetivas de sus habitantes.

### **2.3.4. Literatura Regional**

Fernández (1991) destaca dos novelas que dan a conocer la identidad cultural lambayecana. “‘El Daño’, de Carlos Camino Calderón, es una novela costumbrista folklórica que pinta la actividad de la hechicería. Y ‘Puerto Cholo’, de Mario Puga relata la vida de los habitantes de Puerto Éten (distrito de la provincia de Chiclayo) pueblo de pescadores.”

De manera similar, Gómez (2004) menciona que “el propósito de la literatura escrita (cuentos, novelas, poesías, dramas) no es hacer historia. Sin embargo, muchas veces estas obras recogen informaciones inhallables en los documentos considerados convencionalmente repositorios de información.”

Para ello, realiza un recuento del listado de obras literarias:

- El daño, por ejemplo, Carlos Camino Calderón documenta en forma muy seria y detallada aspectos del racismo y del mestizaje étnico y cultural para los cuales es difícil encontrar otra información documental de hace 50 años.
- Puerto cholo, Mario Puga Imaña relata con abundancia de detalles los episodios de las luchas sociales de Puerto Eten en los años veinte, con la emergencia de las ideas socialistas y del sindicalismo, que rompe la aparente armonía existente en este pequeño y activo puerto norteño.
- La maestra de escuela, novela casi desconocida de Carlos Castro Romero, escrita hace 60 años, se expresa la situación social, el contexto social y la mentalidad del magisterio de esos años, a partir de la vida de una maestra rural. (Gómez, 2004)

Por otro lado, Gómez (2004) señala que “la poesía también expresa situaciones históricas y sociales de interés documental e histórico”. Para ello explica:

- Algunas de las poesías de Nicanor de la Fuente (Nixa) trasuntan percepciones de la realidad cotidiana, en relación con la modernización y el conflicto con lo tradicional; así mismo parte de la temprana producción poética de Rómulo Paredes. Autores andinos como Mario Díaz Zobrado y

Carlos Berríos se refieren al enganche hacia las haciendas del valle de Chancay, ubicadas en esta provincia de Chiclayo.

- Las poesías del cajamarquino Aberlado Pita y Armas, *Las huellas en la ruta*, aparte de su valor literario en sí, expresan la mentalidad de la juventud de los años veinte de este siglo, en Chiclayo, la influencia del anarquismo, y la introducción de los problemas sociales y urbanos en la literatura local.
- Vale la pena mencionar también los relatos de Augusto León Barandiarán y Rómulo Paredes *A golpe de arpa* (1935), relatos que pretenden seguir la estructura y el estilo socarrón y criollo de Palma, y que en forma similar incluyen abundantes referencias documentales, tradiciones orales, recuerdos, vivencias documentales, tradiciones orales, recuerdos y vivencias de los autores.
- “*A golpe de arpa*” nos da la ocasión, usándola como fuente y no como un estudio definitivo, de penetrar en algunos aspectos de la mentalidad y en la vida cotidiana del período entre fines del siglo pasado y, especialmente, las primeras décadas del presente. No se ha realizado todavía un estudio de *A golpe de arpa*, ni la de Augusto León sobre Mitos, tradiciones y leyendas lambayecanas; sin embargo, Jorge Zevallos Quiñones dudaba mucho de la autenticidad de los mitos, incluídos, considerándolos mera creación literaria. (Gómez, 2004)

Las memorias y autobiografías, así como una interesante variante cultivada por Nixa: las anécdotas, tienen valor histórico. Aunque, en general, hay que tener reservas cuando se trata de valorar el protagonismo del autor como actor social, por lo general dan apreciaciones subjetivas, valoraciones e



informaciones útiles en sí mismas, y como base de indagaciones complementarias. (Gómez, 2004)

Por otro lado, González (2007) menciona que la Literatura oral o literatura tradicional reúne el más vasto material en cuanto a la diversidad de sus clases y tipos y al número de especímenes recolectados en nuestro país, especialmente de Narrativa: mitos, cuentos y leyendas, fábulas, parábolas y “casos”. Así también, las clases poéticas o folklore poético comprende la poesía, romances, rimas infantiles; esta clasificación es imprecisa (como sucede generalmente con lo referente a los elementos espirituales), esto quiere decir que suele incluir a las especies rimadas o rítmicas como oraciones, trabalenguas, refranes, adivinanzas, ‘brindis’, aunque no siempre presentan aquellas características.

Las lenguas y las escrituras peruanas cumplen la función de recuperar (ni absorber ni neutralizar), en paridad de condiciones, la cultura literaria peruana y garantizan su supervivencia. Desde este punto de vista, la producción literaria peruana no se reduce, ni mucho menos a ser solo obra de sujetos individuales aisladas en su respectiva formación social (los autores) sino, ante todo, de los sujetos colectivos (representadas por los informantes) contextualizadas étnica, social, histórica, y económicamente”. (Ballón, 2006)

Hidrogo (2006) indica que no existió literatura lambayecana, sino literatura regional hecha, editada y difundida en Lambayeque. Los elementos simbólicos como el huerequeque, la chilala y la parafernalia iconográfica muchik no se encuentran presentes en la constante temática de los poemas, cuentos, novelas de manera orgánica y sistemática, sino como elementos referencialmente ratíficate, no vivenciales.

Así también menciona que la concepción de la creación y producción auténticamente literaria, desligada de la política; la reivindicación sindicalista y

los ideales de redención social, como nación y como Lambayeque, recién aparecen a fines de los siglos XIX con la obra del modernista José Eufemio Lora y Lora y el criollista – costumbrista Emiliano Niño Pastor. Antes y después, hasta la década del 60 del siglo XX, hubo una contaminación de los géneros y especies y no se distinguía la literatura del panfleto político y del libelo periodístico. (Hidrogo, 2006)

Sin embargo, “Lambayeque tuvo y tiene, hasta la actualidad, una fuerte tradición lírica, ligado al individualismo sensiblero en su gran mayoría; y en otras, a la expresión de la belleza y concepción del mundo exterior”. (Hidrogo, 2006)

Hidrogo (2010) señala una relación de trabajos literarios lambayecanos:

- José Barragán Carvallo: “Páginas de Oro Lambayecanas” (Antología de la literatura lambayecana). Editorial Jurídica S.A. Editó Librería Studim S.A. Lima, 1965. Ha registrado 43 poetas pertenecientes a los siglos XIX y XX.
- Luis Rivas Rivas: “Proceso de la Poesía Lambayecana” (1968).
- Luis Rivas Rivas: “Cien Años de Poesía Lambayecana”. En “Libro de Oro de Lambayeque”. Lima, 1980. pp. 59-61.
- Luis Rivas Rivas: “30 años de Literatura Lambayecana”. En “La Industria”. Suplemento Especial XXX Aniversario. Chiclayo, 15 de febrero de 1982. p. 5.
- Teodoro Rivero – Ayllón: “Lambayeque: Sol, Flores y Leyendas”. Gráfica Jacobs S.A. Trujillo, 1976.
- Ricardo Rivas Martino: “Antología de la Poesía Lambayecana”. Publicación del “Centro de Estudios y Asesoramiento Rural” (CEAR). Chiclayo, 1981. Mimeo. Ha registrado 56 poetas del siglo XX.

- Segundo Sánchez Delgado: “Pensamiento Poético Lambayecano”. En Revista “Realidades” N° 4. Publicación del Centro de Estudios Socioeconómicos del Norte (CESEN). Chiclayo, 1981. pp. 34-40.
- Segundo Sánchez Delgado: “La Creación Poética Grupal Lambayecana”. En Revista “Realidades” N° 5. Publicación del CESEN. Chiclayo. 1992. pp. 60- 65.
- David Céspedes Huamán: “Lambayeque y su Poesía” (1970-1980). Editorial Kemoy. Chiclayo, 1984. Ha registrado 30 poetas de 1970 a 1980.

Por otro lado, Rivas (2016) menciona a los siguientes literarios que mejor representan la cultura lambayecana:

- Emiliano Niño Pastor (1845-1931): fue uno de los valores más altos del romanticismo peruano. Pero, a pesar de su consagración internacional en Bogotá, hasta hoy es desconocido fuera del ámbito regional, debido al centralismo de la crítica. Romántico en su cosmovisión y clásico en su retórica, su independencia estética lo perfila como una figura de transición entre el clasicismo y el romanticismo.
- José Lora y Lora (Chiclayo 1885- París 1907): la poesía de Lora (Jelil) es una de las más hondas e intensas del modernismo. Su Anunciación, libro póstumo, modula una voz lozana que supera la retórica de su tiempo e imprime –como lo señalara Sánchez- un neto viraje a la poesía peruana.
- Nicanor de la Fuente (Nixa: 1902- 2009): En su prosa, Nixa es el Ricardo Palma de las estrellas lambayecanas. El tradicionista bosquejó una imagen risueña de la Lima del Ochocientos; Nixa retrata, en La Industria y Lundero, a un Chiclayo amical y campechano que, a lo largo del siglo, fue mudando de rostro pero no de alma. Pinceladas traviesas, salpicadas de nostalgia y

donaire; retrato fidedigno, pleno de ternura y humor; costumbres y decirles que el viento se llevó, recobran señorío en su pluma memorable.

- Juan José Lora Olivares (1902-1961): con juvenil entusiasmo vanguardista, publicó *Diánidas* (1925) y *Lidya* (1929). Luego, por su defensa de la democracia, fue perseguido y sufrió dos largos exilios (1934- 1945 y 1948-1956). Y el obligado desarraigo de su terruño chiclayano le inspiró entrañables arpegios de nostalgia, recogidos en su poemario 'Sabor a mamey'.
- Alejandro Lora Risco (1918- 2001): reconocido ensayista en prestigiosas revistas: *Cuadros Americanos*, *Cuadernos Hispanoamericanos* (Madrid), *Revista Hispánica* (Amsterdam), *Mundo Nuevo* (París). En su etapa juvenil, publicó, con el seudónimo Assián, cuatro poemarios. Al melódico exotismo de Jelil y al entrañable chiclayanismo de Juan José, sucedió el canto intimista de Assián. Exploración tenaz que se interna, horadamente, en los recintos del alma, en pos de un sol interior. Entre sus libros de ensayos destaca "Hacia la voz del Hombre" en el que analiza la entraña religiosa en la poesía de Vallejo.
- Alfredo Delgado Bravo (1924 -2008): poeta reiteradas veces galardonado de nuestro medio. De sus diez poemarios, sólo se editó, íntegro, *Las Horas Naturales*, y la *Quinta Estancia del País* llamado *Esperanza*, titulada *Testigos de cargo*. También publicó ensayos sobre Vallejo, Eguren, Valdelomar y Jelil.

Finalmente, Hidrogo (2010) indica que la poesía lambayecana se puede clasificar en "histórica, costumbrista y social" donde destacan un sin número de obras y autores; pero "pese a la copiosa y abundante producción poética lambayecana expresada también en poemarios, plaquetas y poesía suelta,

todavía se sigue careciendo de tres cosas importantes para la cultura lambayecana”. Ellas son:

- Falta un estudio crítico de la poesía lambayecana. Nuestros poetas y estudiosos de la poesía, nuestras Facultades de Educación y nuestros Institutos Superiores Pedagógicos tienen un reto por delante.
- Falta una investigación que nos dé a conocer una visión de clase de la producción poética y literaria en general.
- Falta un apoyo editorial para la publicación de las diversas obras literarias, así como de los trabajos de poesía lambayecana. (Hidrogo, 2006)

### **2.3.5. Lambayecanos ilustres**

El Atlas del Perú (2003) indica que varios personajes de origen lambayecano salieron a la palestra durante los primeros años de la República:

- Justo Figuerola (Lambayeque 1771 - Lima 1854): doctor en derecho, político y magistrado, quien destacó en su tierra como capitán de las milicias locales (1801) y fue un fiel defensor de la Independencia. Asumió interinamente la presidencia del Perú en dos oportunidades, 1843 y 1844.
- José Balta y Montero: aunque nacido en Lima en 1816 el coronel fue muy apegado al suelo lambayecano desde joven. Tanto así, que cuando Ramón Castilla lo separó de la carrera militar se refugió en Lambayeque y llegó a ser un próspero agricultor. En protesta contra el ignominioso tratado Vivanco-Pareja sobre el pago por parte peruana de tres millones de pesos para mantenimiento de la flota española, Balta encabezó una revuelta de proporciones, alzándose en armas para apoyar la revolución de Prado en

Arequipa. Posteriormente, participó en el Combate Naval del 2 de mayo de 1866. Dos años después, asumió la presidencia de la República, tras una vertiginosa carrera política, con apoyo de las provincias del norte. Murió asesinado el 26 de julio de 1872.

- Augusto Bernardino Leguía: nacido en 1863 en Lambayeque fue presidente del país en los periodos 1908 - 1912 y 1919 - 1930. Durante su primer gobierno, apareció como alternativa conciliadora a las eternas pugnas entre demócratas y constitucionalistas. En su segundo periodo fue apoyado por las Fuerzas Armadas y se hizo reelegir dos veces en circunstancias poco claras. Ambos gobiernos constituyeron dictaduras severas que, de pretender dar estabilidad al país, terminaron llevándolo a una crisis aún mayor. (Atlas del Perú, 2003).

### **2.3.6. Pintura Regional**

Hidrogo (2010) hace una recopilación de pintores lambayequeanos:

- Alfonso Tello Marchena (Cayaltí 1923 – Chiclayo 1986). “Fuco” como cariñosamente era conocido, fue un intelectual multifacético que cultivó la poesía, la pintura y el periodismo, siendo además activo defensor y divulgador del folklore del norte del Perú. Ejerció durante muchos años la docencia en el Colegio Nacional “San José”, habiéndose desempeñado también como dirigente sindical magisterial. Ejerció el periodismo en los diarios “El Tiempo” y “La Industria”, así también como en revistas: “Huerequeque”, “Región”, “Lambayeque”, etc. En pintura obtuvo los premios: Agrupación Literaria Bellas Artes ALBA (1941), Mención Honrosa Club Unión y Patriotismo (1945), Primer Premio Municipalidad de Chiclayo (1958), Primer y Segundo Premio Compañía de Bomberos Salvadora

Chiclayo (1960). En la actividad literaria cuenta con abundante producción publicada y también inédita, y los premios: Tercer Puesto concurso de la Logia Masónica Estrella del Norte N°29 (1978) por su ensayo: "El Aporte de los lambayecanos a la emancipación nacional", Segundo premio Juegos Florales Círculo Departamental de Empleados (1980) por su ensayo: "Chilenos en Chiclayo de 1880 al 83".

- José Ricardo Ramírez Saavedra (Jayana 1941). Es un pintor autodidacta radicado en Chiclayo. De profesión Contador Público (U.N.P.R.G.), está dedicado íntegramente a la pintura, habiendo realizado innumerables exposiciones colectivas, desde 1969, auspiciado por diversas instituciones: I.N.C. Lambayeque, Banco Wiese, Rotary Club, Club de Leones, Club de Tiro 77, Casino Militar, Fexticum, etc. Su técnica preferida es el óleo, en expresiones figurativas, realistas y costumbristas. Ganó el Primer Puesto en los Juegos Florales de los Empleados Públicos IPD del Dpto. de Lambayeque (1972), y ha recibido reconocimiento de las Municipalidades de Cajamarca, Piura, Chiclayo, Lambayeque, Ferreñafe, Monsefú, Motupe.
- César Gaspar Mendoza Raví (Chiclayo 1961). Es un pintor huancavelicano, radicado en Chiclayo. Egresado de la Escuela de Bellas Artes de Lima, pertenece a la promoción "Aitor Castillo Gaubeka" (1987). Es Ganador del II Premio "República Argentina" (1989). Sus técnicas preferidas: óleo, acuarela, aguada, pastel tiza, tinta a la pluma, acrílico. Ha participado en múltiples exposiciones colectivas.
- Santiago Pérez Cubas (Chiclayo 1970). Es un pintor chiclayano que cursó estudios en la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes, Lima-Perú. Ha recibido las siguientes distinciones: Seleccionado en "Noche de Arte" Embajada de EEUU (2001), Representante del Perú para Bienal de Rívoli Italia (2000), Mención de Honor Egresados Escuela de Bellas Artes Lima

(1997), Mención de Honor II Concurso Nacional de Pintura "Johnnie Walker" Museo de la Nación (1996), Mención de Honor Concurso de Pintura "Oscar Trelles" Lima (1995), Mención Honrosa IV Salón Latinoamericano de Pintura Contemporánea Cuenca Ecuador (1995), Finalista II Salón Latinoamericano de Pintura Contemporánea Cuenca Ecuador (1993), Gran Premio "The XI World Children's Art Exhibition" - Tokio Metropolitan Art Museo UNESCO (1996), Finalista Shankar's International Competition New Delhi India (1985).

- Hugo Gonzáles Tello (Lambayeque 1953). Es un notable dibujante y pintor autodidacta. A los 19 años fue a Lima, donde permaneció hasta 1980. Allí fue cautivado por la obra de Carlos Baca Flor, Daniel Hernández, Lynch, así como de los piuranos Montero y Merino. Entre los años 80 al 88 estuvo en México, donde se perfeccionó como retratista. Admiró en el país azteca a De Czachorski, así como la obra de los pintores americanos y europeos clásicos, la retrospectiva de Diego Rivera y los trabajos de Frida Khalo y Remedios Varo. Aunque ha explorado el simbolismo, con evocación del surrealismo, Gonzáles Tello se considera más bien un idealista, para pintar un mundo mucho más bello que este que nos conduele.
- Ramón Antonio Montenegro Serquén (Chiclayo 1954). Empresario y licenciado en Administración, es un pintor autodidacta que nos sorprende por el vitalismo de su obra pictórica, planteando un sugerente expresionismo urbano, para lo cual usa técnicas de óleo y acrílico. En su significativo lienzo ha logrado capturar sugestivas escenas del caótico paisaje urbano. Despliega intensa actividad cultural como director-fundador del Movimiento Cromólirico 'Trazos', una de las instituciones culturales más activas e importantes del departamento. Ha participado en múltiples exposiciones colectivas en las galerías del I.N.C. Lambayeque, Instituto



Cultural Peruano Norteamericano Chiclayo, Gran Hotel Chiclayo, Banco Wiese, Banco Continental. (Hidrogo, 2010)

### **2.3.7. Cerámica y metalurgia regional**

Tassara & Sato (2010) indican que la metalurgia Sicán o Lambayeque fue sin duda importante para la realización de las formas artísticas de la cultura Sicán. Ellos fueron capaces de tratar a todo el proceso metalúrgico, desde la extracción del metal y preparación de aleaciones que superan el arte Moche.

Elaboraron utensilios de bronce, cuchillos de Tumi decorativos, máscaras funerarias, vasos y orejeras. Cabe resaltar que el metal no solo se utilizaba para adornar a las personas, sino también para adornar los textiles, cerámicas, objetos de madera, las tumbas y edificios que resultaran importantes. El uso de los metales de la herencia Mochica del Lambayeque y sus técnicas metalúrgicas perfeccionadas a través de un dominio técnico superior y nuevos estilos fueron realmente admirables, avanzados para su época y las heredaron a sus conquistadores los Chimú. (Tassara & Sato, 2010)

Así también, Tassara & Sato (2010) señalan que no solo tuvieron avances en el metal sino también en la cerámica, las formas más usuales son las vasijas cerradas de cuerpo globular, asa estribo y gollete; los cántaros con gollete vertido; los vasos acampanulados, llamados también floreros; los figurines, silbatos, etc.

La presencia de las formas y colores también estuvieron plasmados en estas obras. Se debe destacar también que la decoración fue a base de dos colores: crema y rojo indio, siendo la forma más preferida y típica la botella esférica de base plana y asa estribo. Por ser 'común', no fue menos

extraordinaria en el contexto cultural preincaico. También debemos rescatar que dentro de la morfología de la cerámica, existe una gran variedad de formas: botellas, cántaros, ollas, 'cancheros' con mangos y sin ellos, vasos, cuencos, platos, copas.

### **2.3.8. Gastronomía**

En los últimos tiempos, el boom gastronómico ha tomado gran notoriedad. La variedad gastronómica que existe en el norte del país es sorprendente, diversa y muy exquisita. Con recetas netamente tradicionales y propias del lugar, Lambayeque guarda un sinfín de recetas gastronómicas, elaborados con insumos oriundos de la región, que han deleitado los paladares de visitantes y lugareños a través de las diferentes generaciones.

Es por ello que la cocina se convierte en un elemento cultural y la alimentación se transforma en un ingrediente de la identidad nacional o regional y en muchos casos hasta de forma internacional. En este sentido, la cocina –por lo tanto- identifica a los hombres y a los pueblos, así como también la comida realiza un aporte extra a los lugares de donde proviene pues permite diferenciar a las comunidades humanas y a las regiones. He aquí la razón por la cual siempre se habla de platos típicos o de comida típica o de cocina típica o de bebidas típicas de tal o cual ciudad, región o país. (Delgado, s/f)

Para hablar de cocina, debemos dejar ciertos términos en claro y reconocer que la cocina no solamente significa gusto, sabor y hábitos alimenticios y culinarios, inclinaciones alimenticias, predilecciones gustativas, consumo, preferencias por ciertos productos o viandas, degustación; sino que también, la cocina va mucho más allá de eso, significa afecto, vida, comunicación, calor, comprensión, poesía, música. [...] Indiscutiblemente que la región de

Lambayeque en su conjunto es una tierra pródiga en el buen comer, en la variedad y riqueza de los potajes típicos, diversidad de comidas y multiplicidad de dulces. El norte del país siempre se ha diferenciado por conservar su lado acogedor con todo aquel que ingrese a su territorio y es muy bien acompañado con la sazón que los lugareños pueden ofrecer. En nuestra región, existe una verdadera auténtica antología de sabores. Su gastronomía es de primer orden, especialmente en lo que se trata de comida criolla. Todo visitante, turista, persona que vive, radica o “está de paso” siempre tiene elogios para la comida lambayecana, y como fondo para endulzare la visita, no podemos dejar de lado los incansables elogios que reciben sus dulces y bebidas elaboradas con los insumos más frescos y cariño que le pone su gente. Una muestra de lo que afirmamos lo tenemos en que la variedad de potajes y bebidas lambayecanas han sido recogidas por nuestros artistas populares, sean estos poetas, músicos, decimistas, cumananeros, autores y compositores, cantantes e intérpretes”. (Delgado, s/f)

En ese contexto Prom Perú (2006) con el objetivo de promover el turismo en el país mencionan los platos típicos más representativos de la región Lambayeque, entre los que figuran:

- Cebiche: filete de pescado cortado en trozos, cocido con limón, cebolla y ají limo.
- Tortilla de raya: tortilla de huevos hecha con raya seca y remojada.
- Chinguirito: cebiche a base de carne seca de pez guitarra.
- Seco de cabrito con frijoles: guiso de cabrito tierno, macerado en chicha de jora (licor de maíz fermentado cuyo origen y consumo data desde épocas anteriores a los incas) y acompañado con frijoles aderezados en cebolla y ajos.

- Arroz con pato a la chiclayana: carne de pato tierno cocinada con cerveza negra y culantro.
- Chirimpico: guiso de menudencia de cabrito, aderezado con cebollas, ajos, ajíes, culantro y loche, mezclado con granos de choclo o maíz tierno.

Además se ofrecen dulces típicos como:

- King –kong: alfajor relleno con manjarblanco o dulce de leche, dulce de piña y de maní.
- Dátiles rellenos.
- Machacado de membrillo. (Prom Perú, 2016)

Para Delgado (s/f), no solo existen platos típicos sino también platos no típicos que forman parte del menú gastronómico y que se consumen en el departamento de Lambayeque. Delgado clasifica la gastronomía lambayecana teniendo en cuenta ciertos criterios.

#### **a. De acuerdo al lugar**

- Platos típicos lambayecanos a nivel departamental: existe todo un conjunto de platos típicos que se pueden consumir en cualquier ciudad, lugar o sitio ubicado en la jurisdicción del Departamento de Lambayeque, ellos son: espesado, seco de cabrito, causa, arroz con pato, cebiche a base de pescado, cebiche a base de mariscos, cebiche mixto (pescado más mariscos), tamales, humitas, agudito, chirimpico (picante a base de menudencias de chivo revueltos en sangre cocida), chinguirito (a base de guitarra que es un pescado salado y seco), cecinas (carne seca), sudados de pescado, ´piqueos´ a base de pescado, carne, mariscos, etc.

- Platos típicos de Ferreñafe: la causa ferreñafana y la sopa de cholo.
- Platos típicos de Chiclayo: el arroz con 'pato a la chiclayana'.
- Platos típicos de Zaña: patitas de chanco con garbanzos o patitas de chanco agarbanzadas, frijoles con pellejo de chanco y el frito. Zaña también se caracteriza por sus dulces (naranjas con miel, dátiles confitados, machacado de membrillo, roscones, camotillos, confites, chancaquitas, manjarblanco, huevo de dátiles, dátiles rellenos, limones rellenos, naranjas rellenas, etc.).
- Platos típicos de Chongoyape: cuy con papas, tamales y bizcochuelos.
- Platos típicos de Monsefú: pepián de pava o pavo (preparado a base de garbanzo tostado y molido); pavo horneado u horneado de pavo con garbanzos; causa monsefuana o causa de peje; tortilla de raya; boda (preparada a base de arroz molido con toda clase de aves); panquitas de life; cebiche, aparte de la chicha de distintos sabores (chicha de beterraga, higo, ciruela, membrillo, etc.).
- Como dulce típico se consume el alfañique que es un dulce popular y es apetecido por los escolares.
- Platos típicos de Reque: tamales y la poda (a base de chileno o zarandaja cocido y colado, acompañado de pescado salado con sarza de cebolla).
- Platos típicos de Jayanca: causa jayancana (a base de yuca batida) y el alfañique.
- Platos típicos de Olmos: seco de cabrito con yucas (tradicionalmente en el departamento de Lambayeque el cabrito se cocina con loche, culantro, vinagre a base de chicha, acompañado con arroz y yuca. Hoy en día lo hacen acompañado con frejoles, como es consumido en Trujillo).

- Platos típicos de Ciudad Eten: boda y el alfañique como dulce popular.
- Platos típicos de San José: boda (a base de arroz molido) y potajes utilizando pescado fresco, salado y mariscos.
- Platos típicos de Santa Rosa (empleando arroz molido) y potajes a base de pescado fresco, salado y mariscos.
- Platos típicos de Mórrope: la caballa salada, la cual es comida jalando los trozos de este pescado, de allí que también se le conoce con el nombre de caballa jalada; cebiche a base de pescado fresco acompañado de la zarandaja o chileno y el mote o maíz fresco; y las conchitas frescas o saladas, llamadas también 'palabritas'. Característica importante del pueblo de Mórrope es el consumo de la chicha pura. Otro plato típico morropano es el sancochado preparado a base de verduras y de toda clase de aves.
- Platos típicos de Cayaltí: caldo verde (su color se debe a la utilización del 'paico' que es una hierba de origen andino) –con la presencia del 'paico' en sus comidas se está demostrando la influencia del migrante cajamarquino en esta Cooperativa.
- Dulces típicos de Lambayeque: manjar blanco, bien me sabe, natillas (a base de leche de vaca; las natillas de Piura se preparan a base de leche de cabra), King-kong especial a base de manjar blanco, cocadas, chancaquitas, ajonjolíes, machacado de membrillo, suspiros, acuñas, higos rellenos o al jugo, cajas de manjar blanco, barras de manjar blanco, alfajores, manjar blanco de yemas, alfañique (dulce popular), etc.

## **b. De Acuerdo a las Zonas**

- Zona de Pescadores: En zonas de pescadores como San José, Santa Rosa, Puerto Eten y Pimentel, los platos típicos se elaboran a base de pescado fresco o salado, de mariscos o también de pescado de agua dulce.

Veamos: Ceviche de pescado, especialmente de tollo; cebiche de mariscos, cebiche mixto (pescado más mariscos), sudados de pescado, sudados de cangrejos, pescado frito, mariscos, chinguirito, tortilla de raya, chilcano de pescado, piqueos a base de pescado fresco y pescado salado, chicharrones de pescado, conchas frescas o conchas saladas, llamadas también 'palabritas', arroz con mariscos, tortilla de langostinos, pescado apanado, tortilla de mariscos, etc.

Aparte de estos potajes, en el listado hay que agregar otros más. Son los platos que se elaboran a base del pescado de agua dulce, sean estos: lifes, bagres, mojarras, chimitos, cachuelos, cascafes, chalcoqus y tripones. Ellos se pueden hacer sudados o fritos.

- Zona de negros: Las comidas en zonas con presencia de población negra como Zaña o Capote, son preparadas usando chancho. Entre sus potajes podemos enumerar los siguientes: frito, frijoles con pellejo de chancho, patitas de chancho con garbanzos, arroz con chancho, chicharrones; manías, llamadas también patitas migadas (a base de patitas de chanco con arroz molido y sarza), adobo, pellejo a la sartén, chancho guisado, chanfainita, chancho sancochado, patitas de chancho con sarza, rellenas de hierba buena, salchicha, etc.
- Zona de andinos o serranos: Lambayeque es un departamento costero, con excepción de dos distritos andinos ubicados en la provincia de Ferreñafe. Ellos son: Inkawasi y Kañaris. Pero en nuestro departamento también

tenemos presencia de población andina en el caserío de Penachí (distrito de Salas) y en las exhaciendas azucareras, hoy agroindustriales azucareras (Pomalca, Tumán, Pucalá y Cayaltí con sus respectivos anexos). Ello se debe a que los cortadores de caña, permanentes o eventuales (llamados también ´golondrinos´), provienen de las provincias del departamento de Cajamarca, como son Chota, Cutervo, Bambamarca, Santa Cruz, Celendín, etc.

### **2.3.9. Folclor**

El folklor nació como una ciencia en el siglo XIX. Puede considerarse en cierto modo como una herencia del romanticismo que, al buscar la inspiración revalorizó las tradiciones populares. Esto porque el objetivo es recopilar, clasificar, sistematizar y difundir los conocimientos de los pueblos en cuanto a costumbres, ciencia, arte, organización social, expresiones literarias (fábulas, cuentos, refranes, adivinanzas, cantares y tradiciones orales y escritas; watuses, etc.). (Espinoza, 2000)

Según la RAE (2001) folclor, es una palabra de raíz inglesa, específicamente de la palabra ´folklore´, que es el conjunto de creencias, costumbres, artesanía, etc., tradicionales de un pueblo.

“Folklore es el aporte lingüístico; la literatura en sus vertientes de cuentos, coplas, adivinanzas, fábulas, rimas; es folklore los vocabularios y dialectos; los topónimos y antropónimos; los mitos y leyendas; las expresiones artesanales o el arte popular; los cantos y bailes; las costumbres, los gestos. Una gama sin número, porque son innumerables los aspectos vitales en los que se mueven y viven los pueblos sin que puedan encerrarse en moldes o formas fijas. (Puig, 1995, p. 206)



“Debido a que las costumbres de los pueblos son cambiantes se ha dado varias definiciones al folklore. “Ciencia del pueblo, alma y sentimiento de un pueblo, las costumbres ancestrales enraizadas en el pueblo presente hoy; la palabra del pueblo en el tiempo [...] en suma, para que algo se encuadre dentro del folklore, debe ser: tradicional, popular, típico, empírico y vivo”. (Puig, 2000, p. 67).

“La palabra Folklore la inventó hace exactamente 117 años un profesor inglés que se dedicaba a estudiar las antigüedades de los pueblos. Se llamaba William J. Thoms. Formó la palabra uniendo dos voces en una: folk que significa pueblo, y lore que quiere decir, conocimiento, sabiduría. La nueva palabra fue empleada por Thoms para nombrar una nueva ciencia que estudiaría “el saber tradicional de las clases populares de las naciones civilizadas”. (González, 2007)

Del mismo modo, Espinoza (2000) sostiene que la palabra Folklore significa “ciencia del pueblo” o “saber del pueblo”. Folklore es el estudio científico, parte de la antropología cultural, que estudia el hecho cultural de cualquier pueblo y se caracteriza principalmente por ser tradicional, funcional, anónima, espontáneo y vulgar.

De esa forma el folclor es el cuerpo de expresión de una cultura, compuesto por cuentos, música, bailes, leyendas, historia oral, proverbios, chistes, supersticiones, costumbres, artesanía y demás, común a una población concreta, incluyendo las tradiciones de dicha cultura, subcultura o grupo.

Fernández (1991) considera que el folklore tiene dos aspectos: El primero son las leyendas, Por ejemplo, La Campana de Oro de una de las iglesias de Zaña. Por querer ponerla a buen resguardo de las piratas, cayó al río cerca del cerro hoy denominado ‘campana’. El segundo aspecto son las costumbres, son el conjunto de usos y cualidades que forman el carácter distintivo de una nación o persona. Por ejemplo, El ‘padrino’ para el primer corte de pelo del niño y el

primer corte de uñas. El luto cerrado en las mujeres y las visitas al cementerio en los aniversarios o el día de muertos.

Mendoza (1985) manifiesta que, de los bailes lambayecanos “la marinera (este baile difundido en toda la costa) es sin lugar a duda el más popular en Lambayeque. El vals norteño también es popular y preferido por mucha gente. El ‘Tondero’ es un baile que está muy difundido”.

A continuación, las diversas manifestaciones de folclor en Lambayeque.

<b>Grupos Étnicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Cañaris</li> </ul>
<b>Danzas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danza del Taki.</li> <li>• Los diabolicos de Túcume.</li> <li>• La danza de negros o negritos.</li> <li>• La danza Chimo.</li> <li>• La Marinera.</li> <li>• El Tondero.</li> </ul>
<b>Tradiciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Landa, corte de pelo o de uñas.</li> <li>• El pediche o Pedida de mano.</li> <li>• Bota luto.</li> <li>• Visita a los cementerios.</li> </ul>

**Fuente:** Campos, 2011.

### 2.3.10. Música regional

El conjunto de sonidos sucesivos combinados y de melodía agradable es lo que solemos conocer como música. En Lambayeque no podemos ser ajenos a tan dicho arte, pues aparte de la gastronomía y lo mencionado anteriormente, la música y la danza, el verbo y el canto, son las primeras manifestaciones del

arte que crea el hombre, para exteriorizar sus estados de ánimo, sus alegrías y tristezas, sus angustias y esperanzas, sus permanentes actos de fe y sus pleitesías hacia los elementos sagrados. Muchas de nuestras matrices musicales y de nuestras danzas tuvieron sus orígenes en estas épocas remotas, con el paso del tiempo y con nuevas influencias de las jóvenes generaciones sucesivas es que se han venido recreando y adaptando sus conocimientos y prácticas artísticas a las propias circunstancias de la vida, siempre cambiantes y dinámicas. Fueron estos desarrollos artísticos del hombre antiguo que crearon los instrumentos musicales. Ocanarias, quenás y antaras, hechas en materiales de hueso, caña y de arcilla, son los instrumentos musicales de más antigua data en la historia antigua del Perú. (Arguedas, 1997).

Desde esa perspectiva “la música popular tiene un lugar destacado en la vida de los pobladores lambayecanos. Un claro ejemplo de ello es el famoso vals norteño y la marinera”. (Atlas del Perú, 2009)

“Como sabemos, el vals limeño es una adecuación del vals vienés del siglo XIX a la cultura popular peruana. Esta mixtura musical tuvo una variante singular en el norte del Perú, específicamente en Lambayeque, donde el criollismo capitalino fue reemplazado por una base melódica de raíces andinas y una temática amorosa, a la vez que desenfadada. Todavía se recuerda al grupo Los Chamas, que entonaban canciones del compositor Luis Abelardo Núñez, pero sobre todo a José Escajadillo (Monsefú, 1942), autor de tan bellos temas como ‘Jamás impedirás’, ‘Tú tienes la tristeza’ y ‘Que somos amantes’, las cuales se actualizan cada tanto y tienen un lugar privilegiado en el imaginario popular musical del Perú”. (Atlas, 2009, p. 36)

Asimismo, este documento agrega que otro elemento tradicional de la música de los norteños es el decimismo. “Las décimas son una expresión popular cercana al vals norteño, que surge de la notable confluencia de tres corrientes culturales distintas: la africana, la española y la indígena”.

Aunque es posible rastrearlos en buena parte del norte peruano, los decimistas del pueblo de Zaña son los más apreciados, pues reflejan con sencillas y conmovedoras composiciones, la creencia por el terruño y el espíritu del poblador norteño. (Atlas, 2009, p 36)

### **2.3.11. Las danzas lambayecanas**

Warmayllu (2010) define danza como: una de las expresiones culturales muy ricas y variadas de nuestro país, que permite la transmisión de sentimientos, ideas, relaciones sociales, espirituales, conexión con el trabajo y en el entorno, etc. En ellas se reflejan actividades cotidianas como la ganadería, la agricultura y la pesca. En las representaciones satíricas se manifiesta también el descontento o la protesta ante sucesos adversos.

Las danzas tradicionales se realizan con vestimentas específicas propias de cada pueblo o región. Los componentes de las vestimentas son expresiones en sí mismas, cada aditamento contiene un significado o un mensaje. Las líneas, figuras y colores poseen un sentido propio, nos transmiten estados emocionales, pensamientos y vivencias y nos informan acerca de hechos históricos de la comunidad y características particulares de los danzantes: por ejemplo, si son solteros o casados. (Warmayllu, 2010, p. 92)

Si bien es cierto, las danzas nos ayudan a expresar las tradiciones de cada región. En Lambayeque las danzas son de carácter ritual. Entre los más representativos, destacan el Tondero de carácter erótico, ya que simboliza el cortejo para el apareamiento de la pava aliblanca, ave propia de esta parte del Perú y que se encuentra en vías de extinción. (Fernández, 1991)

Asimismo, Kapsoli (1998) indica la particular convergencia de diversas culturas en el departamento determinó que surgieran expresiones culturales de

mucha riqueza, como la danza. En Túcume, por ejemplo, pero también en Illimo, se practica la danza conocida como los Diablicos quienes, al compás de una caja, se ponen a la orden de un capataz o Luzbel. Estos diablicos tienen unos curiosos personajes llamados ´cojuelos´, que cumplen la función de abrir paso y guardar el orden en torno a los bailarines.

Finalmente es notorio rescatar que el historiador Juan José Vega Bello llegó a realizar un fichaje de 149 danzas afroperuanas, aunque lo correcto es hablar de danzas negras. De ese total, siete danzas o cantos negros guardan relación con la presencia de la etnia negra en el departamento de Lambayeque. Ellas son: la celosa, la conga, las sañas, el lindero, la polca raspada, el tondero y el tierra o baile tierra o danza de la tierra. (Kapsoli, 1988)

#### **2.4.12. Religiosidad popular**

Korstanje (2007) manifiesta que definir a la religiosidad popular es una tarea difícil. “A lo largo de la historia, tanto la teología, como la sociología y la antropología se han dedicado al tema. Sin embargo, en la actualidad, no existe una definición clara y consensuada de religiosidad popular”.

“Por religiosidad popular debe entenderse como el hecho o el sistema religioso visto desde una determinada perspectiva: su lado exterior, visible. La religión vivida tal como aparece en el conjunto de mediaciones, sobre todo activas y rituales características de unos grupos de personas o de un colectivo determinado. Ningún elemento del sistema religioso existe completamente independiente de los demás, por tanto, a ese cuerpo expresivo de acciones rituales que llamamos religiosidad corresponde una forma particular de experiencias, sentimientos, representaciones racionales y unas actitudes de base que no dejan de hacerse presentes en la mediación ritual”. (Velasco, 1987, p. 388)

Fernández (1991) menciona que en el departamento de Lambayeque se celebran cerca de 500 fiestas religiosas al año y de ellas más de cien están dedicadas a las cruces. En sus relatos señala que notaban la presencia creciente de fiestas ‘capitalinas’ (Señor de los Milagros, Sta. Rosa, Virgen de Carmen y San Martín de Porres, etc.), reflejo de la ascendente influencia centralista de Lima. Sin embargo, trasciende la importancia de las grandes fiestas rurales. La fiesta más concurrida del norte nació hace un siglo y en el seno de cerro Chalpón de Motupe (5 de agosto) se reúnen niños, hombres y mujeres de distintas edades, de todas partes del interior y exterior del país, por lo que se comenta que atraen a cientos de miles de devotos al año. Otros casos destacados incluyen las devociones del Señor Cautivo de Monsefú y Ayabaca (14 de Setiembre y 3 de Octubre), Divino Niño de Milagro de Villa Eten (22 de Julio) y finalmente pero no menos importantes, las veneraciones de los difuntos sobre todo en Mórrope (1° de Noviembre)”.

Según Campos (2011), la religiosidad popular presente en la región Lambayeque, actualmente se divide en costumbres tales como: el chamanismo, el curanderismo y la medicina folclórica, además en creencias, tales como: mitos, leyendas, invocaciones rituales, así como en festividades y advocaciones religiosas, que los pobladores hacen o practican en el transcurso de cada año.

<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>
<b>Costumbres</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chamanismo.</li> <li>• Curanderismo.</li> <li>• Medicina folclórica: Limpias del susto con el cuy, cura del mal de ojo con el huevo.</li> </ul>
<b>Creencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitos: Kon, Juan el oso, Nina Masha, Qasay Rumi.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leyendas: Leyenda de Morrup, Leyenda del Cerro de la Vieja, Leyenda de Ñaylamp, La Pumacirca.</li> <li>• Invocaciones rituales: Pagos a la tierra.</li> </ul>
<b>Festividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santísima Cruz de Chalpón de Motupe.</li> <li>• El Divino Niño del Milagro de Eten.</li> <li>• Virgen del Arbolio de Nitape.</li> <li>• Señor Nazareno Cautivo de Monsefú.</li> </ul>
<b>Advocaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santiguarse.</li> </ul>

**Fuente:** Campos, 2011.

### **Santísima Cruz de Motupe:**

Con un gran apogeo en los últimos tiempos, en esta celebración todos los pueblos mezclan diversas personas con el mismo objetivo: la fe. Dios se acerca al pueblo manifestándose en su fiesta regional. De ahí que, la fiesta de la Cruz de Chalpón es una de las más destacadas festividades religiosas de Lambayeque.

En las fiestas religiosas “es muy común y tradicional ver la alegría con que es celebrada. El pueblo se engalana con ferias y bailes, no falta la procesión con quema de cohetes”. (Mendoza, 1987, p. 235)

Prom Perú (2006), la menciona como la festividad religiosa de gran arraigo en el norte del Perú. La historia de la Cruz de Chalpón se remonta al año 1866, cuando el padre Juan Abad, llamado ‘El Ermitaño’ hizo tres cruces y las colocó en los cerros aledaños al pueblo. Al fallecer el padre Abad, los fieles encontraron una de ellas en el cerro llamado Chalpón y, desde esa fecha, se le lleva en procesión hasta el Santuario de Motupe y luego se la devuelve a su emplazamiento original.

“Motupe es un pueblo de gran tradición religiosa; es el punto de partida de la mayor celebración de La Fiesta de la Cruz de Chalpón. Se trata de una peregrinación de casi un día entero desde el pueblo hasta el cerro Chalpón, donde está incrustada en la roca una cruz milagrosa y muy venerada. La historia de esta fiesta religiosa se remonta a mediados del siglo XIX, y con el paso del tiempo la devoción ha crecido hasta el punto que hoy viajan a Motupe peregrinos provenientes de toda Sudamérica a rendir culto a esta cruz milagrosa”. (Atlas, 2009, p. 36)

“La peregrinación hacia la Cruz es uno de los acontecimientos de la cultura religiosa popular más importantes del Perú. Tiene como fecha central el 5 de agosto, cuando la Cruz recorre toda la ciudad hasta que amanece, acompañada en todo momento, por un mar de fieles. La imagen descansa el resto del año en su gruta, enclavada en la roca viva del cerro Chalpón, adonde van cada año miles de fieles, unidos en la creencia de los numerosos milagros que se atribuyen a este símbolo cristiano”. (Atlas, 2009, p. 36)

### **Los ´diablicos´ de la purísima concepción de Túcume**

En el mes de Febrero es el mes que más golpea a Túcume y sus pobladores, las condiciones les resulta contrarias, son adversas para desempeñar el trabajo que es el sustento de muchos, la agricultura. Por ese motivo, los pobladores han de decidido trasladar la fecha de festividad y pedir mejoras para su entorno.

Millones (2003) menciona que la Iglesia Católica ha señalado el 8 de diciembre como el día dedicado a la Virgen de la Purísima Concepción. Pero en Túcume, muy cerca del próspero Chiclayo, se ha decidido que su festividad sea movable, y la celebran generalmente en febrero. Siglos atrás, mucho antes de la llegada de los europeos, divinidades subterráneas eran invocados para que las lluvias de la sierra alimentasen los cursos del agua, y se pudiese saciar la sed de las cementeras.



Con España llegó la cristiandad y las imágenes nativas fueron desplazadas por las pinturas y esculturas del Renacimiento y del Barroco, en copias quizá burdas, pero pronto cargadas de devoción sincera. No es extraño, entonces, que los restos arqueológicos nos muestren en su iconografía a seres del mar, reptiles y pájaros nocturnos. Son ellos los que dan vida al mundo sobrenatural de los mochicas. (Millones, 2003)

Es por ello que el santo patrono de Túcume fue san Pedro, pero en la fecha aún imprecisa se le reemplazó por la Virgen, que, según los sabios del pueblo, apareció en el cerro Cueto. Allí se trasladó el asentamiento colonial de Túcume, cuya capilla, paredes y portales todavía pueden verse emergiendo de la maleza. Al paraje se le conoce como Túcume viejo y hoy se le mira con cierto recelo. En cuanto a su ubicación, no está lejos de las 26 o 27 pirámides recién abandonadas en 1532, cuya energía carga de poder la mesa de los curanderos, muy famosos y reconocidos en todo el norte.

Detrás de ellas, como telón de fondo, se alza el cerro La Raya, también conocido como el Purgatorio. Como toda montaña, se le debe respeto, pero hay una actividad cuando se trata de rendirle veneración pues se acredita por su proximidad a las construcciones de los Mochicas. La Raya es el más poderoso de los dioses de la región, su nombre se pronuncia con temor en boca de los curanderos, y se constituye, con las pirámides, en un paisaje que hace inseparable la residencia de los hombres y de los dioses.

### **2.3.13. El curanderismo – chamanería**

Una de las formas antiguas de sanación indiscutiblemente se encuentra en el norte del país.

Se reconoce que la tradición o la escuela costeña de la brujería y el curanderismo es muy antigua, pues, en todo caso “la costa habría sido el teatro del primer acto de brujería que se conoció en el Perú, con el relato que nos cuenta de la conversión de los hombres creaos por el dios Kon en gatos negros, gracias a las brujerías de Pachacámac. (Yarrow, 2005)

Según Fernández (1991) menciona que el elemento mágico –religioso está muy arraigado en las conciencias de los lambayecanos. Por ello, el curanderismo forma parte constitutiva del sincretismo religioso resultado de las creencias ancestrales mochicas y la destacada presencia de la religión católica en los pueblos del departamento de Lambayeque.

Según la Historia y la Etnología, durante la época precolombina, en la costa, las artes curativas de la medicina popular debieron de alcanzar un alto grado de perfeccionamiento, dedicándose a curar enfermos, asegurar buenas cosechas y conseguir éxitos amorosos, utilizando métodos limpios y sencillos: rastreos con cuyes y limpiezas con flores, frutos y hierbas perfumadas. (Fernández, 1991)

Con el pasar de los años las prácticas realizadas fueron desarrollando grandes y notorios conocimientos en plantas, hierbas, animales y piedras con las cuales realizaban sus rituales, llegando a la actualidad, completamente enriquecidas. Estas prácticas solo serán realizadas por un curandero o brujo que conozca del tema y pueda realizar los procedimientos adecuados para la chamanería salga bien.

Un maestro curandero o brujo es un hombre pícnico (rechoncho, grueso, con tendencia a la obesidad), de extracción nativa, escasamente analfabeto, que combina sus prácticas de chamanismo con sus ocupaciones de campesino. Es hábil en los menesteres del amor (enguayanchador), realizar amarres del ser

amado, curar enfermedades, hacer daño al enemigo, preparar 'seguros', limpiar chacras y viviendas de malos espíritus, soplar daños, espantar sombras, rastrear hechizos o maleficios, sanar de malos aires, curar el mal de ojo, etc. (Yarrow, 2005)

Glass-Coffin (2003) menciona que la razón de ser de las curaciones chamanicas en el norte del Perú es la de diagnosticar y curar a los clientes afectados por la brujería. El embrujo –conocido genéricamente como mal de daño o solo daño, por los curanderos y sus clientes –se manifiesta de muchas maneras. Entre los que destaca que los males causados por la hechicería, ya sean emocionales, económicos, psicosociales o somáticos, tiene su origen en fuerzas invisibles que son manipuladas e intencionalmente dirigidas contra las víctimas. Si bien el hechicero –a quien localmente conocen como malero (hacedor de mal) o brujo malero- es quien realiza el daño, su interés es solamente mercenario. Contratado para hacer el 'trabajo' por alguien que desea lastimar a una víctima, el brujo no perpetra el daño solo.

Estos personajes suelen ser empíricos. Es decir, que el grado de instrucción en ellos es por lo general casi nulo (ni primaria completa). Por ello, son muy celosos en la transmisión de sus conocimientos. Frente a la acción policial, el terror es más subjetivo que real. Sus mismas creencias los hacen susceptibles, frágiles a las burlas de sus rivales y muy afectos a las confianzas del vecindario. Su desconfianza viene de los inicios de sus culturas, por lo que podemos decir que es casi ancestral, lo que los hace muy reservados. Muchos de ellos se sienten auténticos poseedores de poderes mágicos, aunque muchos de ellos no se alejan de ser maestros en la farsa. Viven dentro de un ambiente de autosugestión, absorbida, por lo general, desde su infancia, han crecido con ello y procuran mantener la tradición familiar, pues el oficio es de familia. Son personajes afectos al uso de drogas alucinógenas, alcohol, tabaco, hongos

estimulantes, uso de aguardientes y coca. Tienen una imaginación sobre estimulada. Son muy observadores e intuitivos y dentro de su aparente sencillez cultivan una peculiar forma de entrevista que excita la catarsis del sujeto tratado. Escuchan mucho antes de hablar y responden lenta y afirmativamente mirando sus naipes o yerbas. Por estas razones es que gozan de gran respecto en la comunidad y de alguna holgura económica que siempre tratan de ocultar. Sin embargo, su vida es miserable y llena de incidencias amorosas. Por lo general, son, 'compadres' de las autoridades del pueblo con quienes mantienen buenas relaciones, que ellos mismos van cultivando como forma de amparo para el ejercicio de sus actividades ante cualquier problema que se pueda presentar. (Yarrow, 2005)

Según Glass-Coffin (2003) en la gran mayoría las acusaciones de hechicería son más comunes en las zonas urbanas o semiurbanas de la costa peruana que en las zonas rurales de la sierra. En las zonas rurales de la sierra, la agricultura de subsistencia y el pastoreo siguen siendo las principales fuentes de recursos para la economía de hogar. En este ambiente, las ansiedades se dirigen más bien al mundo natural, porque en una economía rural se percibe como fuente de las desgracias a las fuerzas de la naturaleza (inundaciones, sequías, temperaturas extremas, enfermedades de los animales) antes que a cualquier actividad humana.

La tradición y la creencia van de la mano y coinciden en lo que ofrece la madre tierra. Los curanderos norteños creen que las montañas, cascadas, lagunas y otras expresiones de la naturaleza proveen a los humanos alimentos, agua y cobijo a cambio de ofrendas que deben hacerse periódicamente. Pero, cuando sus fuerzas no han sido aplacadas, estos encantos pueden atacar a las personas, capturando la esencia de vida de transeúntes y revela tesoros de oro y plata, e incluso pueblos enteros. (Glass-Coffin, 2003)

Como mencionábamos en líneas más arriba, lo más concurrente es la cura o daño de una persona hacia otra. En el caso que la persona desee causar daño le proporciona al hechicero alguna pertenencia o imagen de la víctima. La definición de 'imagen de la víctima' es muy amplia y vaga, pudiendo ser incluso la huella dejada por su zapato en la tierra, su firma en una carta o en cualquier otro documento, o incluso una fotografía. Incluso se puede ahondar mucho más en la cercanía de la persona, de manera semejante, la 'pertenencia de la víctima' puede ser un mechón de cabello, un pedazo de uña, hasta una prenda de ropa sin lavar. Estas pertenencias facilitan la habilidad del hechicero para llamar y separar el alma o 'sombra' del cuerpo de la víctima y encomendarla al espíritu del encanto con el que él o ella tienen una relación especial o pacto. A veces, este pacto no es con un encanto sino con un ánima o el atormentado espíritu humano de alguien que murió, pero aún deambula por el mundo sin encontrar descanso". (Glass-Coffin, 2003)

### **Modelos masculinos y metáforas de curación**

Desde inicio de la historia se ha asociado la idea de la fortaleza del hombre ha prevalecido por mucho en el tiempo. Su estereotipo significa un emblema de poderío, por ello es representativo para los chamanes al momento de ofrecer sus rituales y poder de curación por parte de sus dioses.

“El ritual de mesa es una ceremonia que dura toda la noche y está dividida en actos ceremoniales y acciones de curación. Los actos ceremoniales incluyen y ofrendas al espíritu de San Pedro, así como también a distintas deidades andinas y cristianas, la ingestión del brebaje preparado con el cactus San Pedro, y la absorción nasal de una mezcla de tabaco y alcohol de caña. Las acciones de curación incluyen la adivinación de la causa de la enfermedad del paciente que está parado frente a la mesa, la limpieza del mismo frotándole objetos que hay en la mesa, alzar su suerte, reforzar sus defensas aspirando nuevamente la mixtura de tabaco, y hacer un

‘florecimiento’ del paciente rociándolo de perfumes dulces y agua florida”. (Joralemon y Sharon, 1993 citado por Glass-Coffin, 2003)

### **Hechizos de amor: poder y magia en el norte del Perú**

Glass-Coffin (2003) indica que conseguir o retener a la pareja es una de las preocupaciones más antiguas y angustiosas del género humano que ha prevalecido en el tiempo. El esfuerzo por lograrlo enardece y agota las energías de quien emprende la tarea, y la ansiedad por el éxito no reconoce moral ni permite descanso. Pero como nada asegura que el empeño será correspondido, en algún momento, al palidecer las esperanzas, se hace indispensable el apoyo sobrenatural y es ahí donde no queda otra salida que pedir una ayuda extra. Sombras o dioses del más allá serán llamados para calmar nuestro desencanto y abrir posibilidades insospechadas en el corazón del ser amado.

Sin embargo, este recurso no es moderno, recordemos un capítulo en la historia y donde “los griegos pensaban que incluso los dioses necesitaban de los hechizos para inclinar en su favor la mirada deseada. El canto catorce de la Iliada nos dice que Afrodita le prestó a Hera su cinturón mágico con el que seducía a mortales e inmortales”. (Glass-Coffin, 2003)

La variedad de hechizos y amarres es tan extensa como los curanderos, espiritistas y maleros que la practican, es una amplia gama de acuerdo al cliente y sus posibilidades. De esta extensión, resalta el “enwayanche”, que es un tipo de hechizo de amor más solicitado por los desesperados pacientes.

### **Enwayanche**

Glass-Coffin (2003) explica sobre el origen de la palabra y da paso a Serafín Coronel-Molina, profesor de quechua, quien ha sugerido que quizá se

trate de un préstamo del español “enganchar”, cuya configuración en tercera persona del plural inclusivo (quechurizado) sería inwanchanchik o inganchanchic” (comunicación personal)”.

Con ello podemos decir que el “enwayanche consiste entonces en ‘unir el espíritu de las personas’, y para ello el curandero debe, mediante una ceremonia ritual, ‘jalar’, juntar, unir el espíritu o la sombra de la persona que su paciente desea ‘amarrar’”. (Millones & León, 2004)

Glass-Coffin (2003) sostiene que para evitar dañar a alguna de las personas involucradas en el amarre hay una serie de pasos que se siguen antes de hacer el ritual del enwayanche. Primero, el paciente expone su caso al curandero, y este lo ‘suerteá’, es decir, le lee las cartas o le ve la suerte en las conchas, para asegurarse de quien solicita el amarre realmente está interesado en la persona a la que desea amarrar y no se trata de un simple capricho o un deseo meramente físico. Luego de comprobar que las intenciones del paciente que solicita el amarre son buenas y sinceras, el maestro debe averiguar, también mediante los naipes o las conchas, si su futura pareja lo va a querer y le conviene.

Hay una serie de elementos comunes a todas las ceremonias de enwayanche de los curanderos. Éstos son: el uso de cabellos o uñas, fotografías y prendas de vestir. También son válidos, si se pudiera conseguir, el semen o la sangre menstrual de las personas que se desee amarrar. A esto se agrega el uso de yerbas y perfumes, así como de oraciones y/o de instrumentos que ellos mismos o sus ayudantes o “alzadores” tocan al momento de la ceremonia ritual. Tampoco falta en sus ceremonias el consumo de San Pedro”. (Glass-Coffin, 2003)

## **CAPÍTULO III**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. OBJETO DE ESTUDIO**

El objeto de estudio de esta investigación es el diario “La Industria” de Chiclayo fundado en 1952 y publicado desde entonces. Forma parte de la cadena de diarios de dicho nombre que circulan por el norte del Perú, de propiedad del abogado y político Miguel Félix Cerro Guerrero.

Según La Industria (2018), la historia comienza a escribirse el 17 de febrero de 1951, cuando los chiclayanos comienzan a observar la buena forma de transmitir la información. Ya no hacía falta esperar a un diario limeño para estar al tanto de lo que ocurría, La Industria había empezado a marcar el día en nuestra ciudad, y pronto el pueblo chiclayano empezó a identificarse.



Fue don Miguel Cerro Guerrero el creador de tan importante diario, que desde sus inicios buscó realizar campañas de bien público en beneficio de la gente. La educación y la cultura fueron los ejes principales para la información que cada día daba a conocer el diario. En las páginas de las décadas de los 50 y 60 se observara información muy útil para las generaciones jóvenes, mostrando personajes importantes, sucesos de trascendencia histórica regional, peruana e internacional. (La Industria, 2018)

Se dio prioridad al fomento de actividades ligadas con la educación, y se realizaron numerosos concursos de poesía y cuento, que anualmente Lundero organizaba, por iniciativa de la señora María Ofelia Cerro Moral de Cerro y Vicente Cerro Cebrián (hijo del fundador, que tras su partida asumió junto a su esposa la dirección del diario) asume la Gerencia General. Luego fue directora y editora el diario hasta el 2016. Actualmente La Industria es dirigida por lo hijos de doña María Ofelia. (La Industria, 2018)

La publicación cultural Lundero se emitió desde el 30 de abril de 1978 hasta mayo del 2016, 38 años donde se publicaron 449 diarios. Asimismo, por varios años se realizó el Concurso Juvenil, Infantil y luego Adulto de Cuento y Poesía, donde el premio para el ganador era el “Lundero de oro”. (La Industria, 2018)

Personajes de trayectoria en nuestro país han pasado por La Industria, como el escritor Nicanor de la Fuente, quien realizó una labor poética y periodística; además de publicar trabajos de importantes personajes como los arqueólogos Walter Alva Alva, Luis Guillermo Lumbreras Salcedo, Julio C. Tello, entre otros. (La Industria, 2018)

Actualmente, La Industria viene realizando un gran cambio, la era tecnológica está marcando la época y nosotros estamos caminando junto con

ella, pero siempre con el mismo compromiso, visión y profesionalismo, llevar la noticia a sus manos, objetiva y veraz, pero trabajando por la educación y cultura de nuestro Lambayeque. (La Industria, 2018)

### **3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Enfoque Cualitativo**

La investigación cualitativa “busca conceptualizar la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas”. (Bernal, 2006, p. 57)

Valles (1997) señala que en la investigación cualitativa debe seleccionar un método para realizar el estudio, como: estudio de caso, observación, entrevista en profundidad, grupos de discusión, análisis de contenido, incidente crítico, historia de vida e historia oral, focus group y sistemas antecendentes.

El presente trabajo se caracteriza por tener un enfoque cualitativo, pues se centrará en la realidad lambayecana. Comprender la intención del acto social, esto es la estructura de motivaciones que tienen los sujetos, la meta que persiguen, el propósito que orienta su conducta, los valores, sentimientos, creencias que lo dirigen hacia un fin determinado.

#### **Modelo: Hermenéutico**

La hermenéutica es la ciencia de la interpretación de significado. (Martínez, 1994, p. 100)

Este proyecto estará orientado al modelo hermenéutico pues observará, interpretará y verificará datos nuevos y evaluaciones, que dan acceso a nuevas interpretaciones que comprenden más datos sobre la realidad estudiada.

### **Tipo de investigación descriptiva - propositiva**

La investigación propositiva es aquella que conduce a la creación de nuevas estructuras de investigación mediante la relación sustantivamente significativa entre los problemas de la realidad y sus alternativas de solución. (Hernández & Fernández, 1998)

Esta investigación es de tipo descriptiva – propositiva, inicialmente por ser una descripción de un contexto social, asimismo irá acompañada de una propuesta.

### **3.3. SELECCIÓN DEL ESCENARIO**

Para la realización de la presente investigación se tuvo como escenario principal a la ciudad de Chiclayo por ser el lugar de ubicación del diario “La Industria”, allí se aplicó diversos métodos para recopilar información.

Asimismo, se tuvo en cuenta otros escenarios como las ciudades de Piura, Trujillo y Lima donde se acopió información a través de entrevistas presenciales y por correo electrónico.

### **3.4. SELECCIÓN DE LOS PARTICIPANTES**

Para la selección de los participantes se tuvo como prioridad contactar con los responsables del diario “La Industria”; es decir, los editores, jefe de sección y redacción con el fin de obtener información de primera mano.

Del mismo modo se tuvo en cuenta a gestores culturales que a través de los medios de comunicación promueven y difunden el periodismo cultural. Además, se consultó a expertos académicos en periodismo y cultura para obtener un panorama más amplio sobre el tema.

Por último, también se consideró como participantes fundamentales a un sector de la población de Chiclayo, especialmente al público lector del diario para conocer sus opiniones e intereses sobre una sección cultural.

Los participantes de este estudio están divididos en tres grupos:

#### **a. Diario “La Industria”**

##### **Augusto Rubio Acosta**

Periodista de profesión por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Especializado en cultura, con amplia experiencia en medios de comunicación escrita, radial y digital, posee publicaciones, estrategias y campañas de comunicación, elaboración de mensajes según audiencias, entre otros ítems. Es escritor, autor de varios libros, fue director del diario La Industria en Chiclayo del 2011 al 2013.

### **Jorge Quevedo Díaz**

Editor del suplemento dominical, y la página editorial del diario “La Industria” de Chiclayo. Periodista de profesión, laboró en diferentes medios de prensa en el país.

#### **b. Gestores culturales**

### **Camilo Riveros (director de contenidos del portal [www.sonidos.pe](http://www.sonidos.pe))**

Antropólogo de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Dedicado exclusivamente a la producción cultural en diversos niveles. Genera arte propio, pues pertenece a diversas bandas en Lima, como colaborador en proyectos artísticos. Asimismo, contribuye desde [sonidos.pe](http://www.sonidos.pe), el cual es un proyecto de gestión pública. Organiza eventos, talleres de capacitación, artículos que tienen información de utilidad sobre los derechos de autor.

Actualmente es director de contenidos del portal [www.sonidos.pe](http://www.sonidos.pe) medio digital peruano dedicado a la investigación musical, la producción audiovisual y la intervención empresarial.

### **César Bedón (editor de cultura en la revista *Velaverde*)**

Publicista y productor. Fue editor de cultura de la revista *Velaverde* en el 2013, comentarista de cine de RPP (Radio Programas del Perú), redactor de *El Comercio* y conductor de un programa en Radio Capital. En 2004, recibió la beca internacional Unesco Aschberg para escritores, el cual se entrega una vez al año a un escritor en el mundo.

Actualmente, dirige la plataforma Machucabotones, un espacio alternativo de educación que dicta cursos de redacción.

**Marco Avilés (Periodista, editor y codirector de la revista Cometa)**

Periodista y editor. Codirector de Cometa, una agencia editorial que busca nuevos espacios para grandes historias. Sus crónicas han aparecido en revistas de América Latina y Europa. Ha publicado los reportajes como: Un meteorito en el fin del mundo (Ed. eCicero), Día de Visita (Ed. Libros del KO) y Contactados. Amor y sangre en el lote 88 (Ed. Cometa). Publica la columna en cómic «Pijiri, un perro en busca de la felicidad» (Revista Asia Sur).

**Jimena Ledgard (Coordinadora de investigación del Observatorio Cultural Metropolitano de la Gerencia de Cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima)**

Estudió Filosofía en Pontificia Universidad Católica del Perú. Fue coordinadora de investigación del Observatorio Cultural Metropolitano de la Gerencia de Cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima. En 2013, participó en el II Encuentro Internacional de Periodismo Cultural, donde expuso la experiencia de la revista editada por su sección de la Gerencia de Cultura de la Municipalidad Metropolitana de Lima (A la revista 'Observatorio Cultural' no le interesa difundir eventos o actividades culturales, sino difundir las diferentes visiones, costumbres, ideas que distintos ciudadanos tienen acerca de la cultura). Investiga y escribe sobre urbanismo, espacio público, cultura y política. Tiene artículos en diversos medios de comunicación, en temas relacionados con el género, la cultura, la sociedad y derechos humanos. En 2014, fue editora general de la revista "Lima Cultura". Es redactora y editora del libro: "Lima Cultura, una nueva visión".

### **c. Académicos**

#### **Julio César Fernández Alvarado (arqueólogo e historiador)**

Arqueólogo e historiador por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Posee diversos grados académicos, como un Diplomado Internacional en Desarrollo Local, Turismo y Patrimonio Cultural en la Universidad de Alicante (España). Actualmente es docente en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Desde hace 20 años es colaborador del suplemento Dominical, el suplemento Lundero del diario La Industria de Chiclayo, aborda temas variados los cuales le permiten investigar y ahondar en la gama innumerables de tradiciones locales.

#### **Luis Rivas Rivas (Literato)**

Profesor principal de Literatura Universal y Literatura Regional; es entre otros cargos, miembro del consejo internacional de Asesores de la revista literaria “Hybrido”; que edita The Graduate School and University Center of the City of the New York, asimismo es docente en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Es colaborador del diario La Industria, ha publicado siempre sobre temas lambayecanos.

#### **Carlos Mendoza Canto (director del Instituto de Cultura Usat)**

Carlos Mendoza Canto es gestor cultural, administrador y actor. Actualmente es director del Instituto de Cultura de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, también ha trabajado en el Teatro Nacional del Instituto Nacional de Cultura, Centro de Artes Escénicas la Municipalidad de Lima, Teatro de la Universidad Católica TUC, en el Centro Cultural José María Arguedas del

CAFAE-SE, la Dirección Regional de Cultura de Lambayeque del Ministerio de Cultura.

### **Carlos Marini Saldaña (Músico)**

Músico, dicta clases en la Escuela Superior de Música Ernesto López Mindreau. También es docente en la Universidad Católica Tanto Toribio de Mogrovejo.

## **3.5. ESTRATEGIAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN**

Esta investigación tiene como principal objetivo proponer una sección de cultura regional en el diario “La Industria” de Chiclayo. Para ello se aplicó diferentes instrumentos de recogida de información:

### **Observación y análisis documental**

Grajales (2000) menciona que la observación “es un método clásico de investigación científica. Puede asumir muchas formas; puede ser simple en la cual tanto el observador como los observados participan de la manera más natural posible, y, en este caso, el observador deberá tener un plan previo para la información a partir de las notas que vaya levantando a lo largo de la observación”.

En cambio, el análisis documental se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos.



Por medio de estos instrumentos se pudo contemplar y analizar en forma cuidadosa y sistemática el escenario en que se desarrolla la investigación; es decir, a través de la observación se conoció el enfoque interno que tiene el diario “La Industria” sobre los temas de cultura regional y con el análisis de sus publicaciones se pudo establecer el tratamiento externo que el diario le da a las noticias culturales.

### **Entrevistas a profundidad**

El método utilizado principalmente en esta investigación es la entrevista. Con ello, se pretendió recoger más información para la elaboración de la propuesta de una sección de cultura regional en el diario “La Industria” de Chiclayo, a fin de difundir la identidad lambayecana.

Según Canales (2006) este tipo de entrevista es destinada a explotar y profundizar en temas generales, los cuales se van abordando conforme se avanza con cada una de las preguntas planteadas. Este acto oral permite explotar un universo concreto y sus variables, por lo que están dirigidas a un grupo específico de personas.

Por lo tanto, este instrumento se caracteriza por:

- El objeto, que es la información deseada.
- Los sujetos, el entrevistador y los entrevistado(s), en relación simétrica o asimétrica, dependiendo de la naturaleza de la Investigación.
- El instrumento o temario, previamente preparado, que puede variar desde la rigidez absoluta hasta una total flexibilidad.

- La forma, que es una conversación directa, ‘cara a cara’, la cual se distingue del coloquio en el hecho de que se lleva a cabo de una forma metódica y planificada.

En el presente trabajo de investigación la recolección de datos se realizó por medio de entrevistas personales a los participantes a nivel local y nacional.

### **La encuesta**

Para reforzar la presente investigación se elaboró una encuesta que se aplicó a una muestra de 100 personas de la ciudad de Chiclayo.

El trabajo está dividido entre lector y los no lectores del diario La Industria, para determinar ciertos indicadores que permitan encaminar adecuadamente la recogida de información.

## **3.6. CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS**

El cuestionario que se elaboró para la entrevista a profundidad a los especialistas se abordó preguntas en base a los objetivos planteados para la investigación. (Anexo N° 01)

Asimismo, el cuestionario para la encuesta aplicada al público lector y no lector del diario “La Industria” estuvo enfocada en la propuesta de una sección de cultura regional. (Anexo N° 02)

### **3.7. TÉCNICA DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Los resultados de las entrevistas aplicadas se presentan en tres cuadros de doble entrada, de acuerdo con cada grupo al que pertenecen los participantes. La primera columna muestra los puntos requeridos para el análisis del estudio, mientras que en la segunda columna se hallan las respuestas de cada uno de los entrevistados.

Luego de recolectar la información se procedió a analizar con la teoría, no solo lo contestado por los participantes, sino también nuevos temas que surgieron en cada entrevista.

Finalmente, las conclusiones son el resultado del análisis realizado de esta investigación.

## **CAPITULO IV**

### **DISCUSIÓN Y RESULTADOS**

#### **4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

En este capítulo se presentarán y analizarán los resultados de los diferentes instrumentos que se aplicó en la presente investigación como la entrevista a profundidad, la observación y análisis documental; y por último la encuesta aplicada a los participantes seleccionados.

#### 4.1.1. Resultados de las entrevistas

Uno de los principales componentes en la investigación fue la entrevista realizada a los tres grupos de participantes seleccionados: diario “La Industria”, gestores culturales y académicos.

A los tres grupos de profesionales se les planteó las mismas preguntas, aunque adaptadas a cada una de sus funciones. Por ello con el fin de ordenar la información obtenida se elaboró un esquema con el fin de analizar mejor los resultados.

##### a. Diario “La Industria”: Augusto Rubio Acevedo (Ex director) y Jorge Quevedo (Editor)

Preguntas	Resultados
<b>1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo lo definiría?</b>	Augusto Rubio. Es un género que yo considero el más importante que existe, pero lamentablemente, no está muy desarrollado en nuestra realidad. Aquí en Lambayeque y en el Perú no hay especialización en Periodismo Cultural.  Jorge Quevedo. El Periodismo cultural constituyen todos los acontecimientos culturales que tiene que ver con el pueblo. El dar cultura a un pueblo, es darle educación.

<p><b>2. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?</b></p>	<p>Augusto Rubio. En nuestra región, prácticamente no se desarrolla el Periodismo cultural tal cual. Los esfuerzos en un medio de comunicación se resumen a las páginas y espacios culturales relegadas, olvidados y descuidados.</p> <p>Sin embargo, hay esfuerzos individuales que se hacen a través de Blogs, páginas web que, por el contrario, no tienen la trascendencia que deberían tener.</p> <p>Jorge Quevedo. La difusión cultural es muy pobre, porque no muchos periódicos de la región hacen cultura. La Industria, a través de su suplemento cultural Lundero, hace muchos años, viene difundiendo periodismo cultural. A partir del año 78 produce este suplemento que ha sabido sobrevivir en Chiclayo.</p>
<p><b>3. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuyen con un rol importante en la difusión de la cultura?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Creo que pocas empresas en el país se pueden sentir orgullosas de eso. La mayoría está preocupada por impulsar sus marcas, por vender, por su consumo, por las ventas. Pero, creo que el Estado tiene un presupuesto para la cultura.</p> <p>Jorge Quevedo. Sí, está saliendo adelante. Hay una organización de prensa cultural que se dedica a estos temas. Está saliendo poco a poco dentro del pueblo de Chiclayo.</p>

<p><b>4. En su opinión, ¿Por qué el público debe recibir información cultural?</b></p>	<p>Augusto Rubio. La cultura nos permite conocer nuestra historia, nuestras manifestaciones culturales que son muy ricas y variadas, pero que lamentablemente están olvidadas.</p> <p>Jorge Quevedo. El recibir información cultural es educar al pueblo. Si no tenemos este periodismo cultural, el pueblo está en cero. Por eso, es importante la cultura, no solo en Chiclayo.</p>
<p><b>5. Los medios no tradicionales como el Internet sí viene desarrollando difusión cultural, ¿A qué se debe esto? ¿Cómo? De ejemplos</b></p>	<p>Augusto Rubio. Son la nueva cara del Periodismo cultural y se viene desarrollando con mucho esfuerzo. A nivel nacional, hay varios espacios en Internet que sí hacen difusión cultural. El periodismo cultural no solo es hacer una nota de una actividad cultural, una muestra de pinturas, una representación de libros.</p> <p>Jorge Quevedo. Sí, se viene desarrollando y hay varios métodos para contribuir.</p> <p>En el buscador, podemos consultar y encontrar varias respuestas. Son elementos que se encargan de difundir cultura e información nacional</p>
<p><b>6. ¿Cómo contribuye a la difusión de la cultura en su medio?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Difundimos temas culturales diariamente en el periódico. Tenemos suplementos culturales, como El Dominical, los domingos; Lundero, una vez al mes y</p>

	<p>eventualmente también estamos publicando temas culturales.</p> <p>Jorge Quevedo. Todos los días, La Industria difunde algo de cultura e información, con la intención de educar al pueblo.</p> <p>Desde 1978, La Industria apostó por la cultura con la publicación y aparición del suplemento cultural Lundero y Dominical.</p> <p>Asimismo, en la edición principal, con la página de la sección A8, que todos los días es cultura y los domingos la sección C 1 y 2.</p>
<p><b>7. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Es complicado cambiar el chip de las personas, sobre todo de periodistas que ya tienen muchos años y de jóvenes que están más atentos a lo que pasa en la televisión. Sin embargo, es bueno que los medios de comunicación reflexionen acerca del rol que cumplen.</p> <p>Jorge Quevedo. No tanto como parte del espectáculo, sino con el fin de ayudar a educar. ¿Cómo?, sacando información netamente cultural.</p> <p>Esa es una de las formas de ayudar a la comunidad chiclayana.</p>
<p><b>8. ¿Cuál es la línea que sigue el diario La Industria? ¿Ofrece o realiza periodismo cultural? ¿Cómo?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Nosotros somos un diario preocupado por tres temas: cultural, derechos humanos y las preocupaciones ciudadanas. Estamos al lado del ciudadano que no tiene la</p>



	<p>facilidad de tener voz en otros lados y somos absolutamente independientes.</p> <p>Jorge Quevedo. Ayudamos al pueblo con notas relacionadas a la cultura. Y lo observan en los suplementos Lundero, Dominical y los días martes y jueves se imprime una página escolar.</p>
<p><b>9. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Es un libro altamente polémico porque hay cosas en las cuales tiene mucha razón y lo comparto. Pero, sin embargo, creo que él generaliza y hay cosas que se deben especificar.</p> <p>Jorge Quevedo. Vargas Llosa resalta los valores que todo ser humano debe tener.</p>
<p><b>10. ¿Qué temas tratan? ¿Eso es suficiente para ofrecer cultura local?</b></p>	<p>Augusto Rubio. No es suficiente. Hacemos muy poco, pero, las páginas están abiertas a cualquier ciudadano que quiera escribir aquí puede hacerlo; simplemente debe tener un nivel de fundamentos y redacción en Periodismo y que sepa informar.</p> <p>Jorge Quevedo. No, no creo que sea suficiente. Se necesita un poco más. Es saber educar al pueblo, poco a poco. Eso es hacer cultura.</p>
<p><b>11. Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional. ¿Le</b></p>	<p>Augusto Rubio. Sí, me gustaría, pero necesitaríamos más personal y si es posible tener una página diaria, con acontecimientos culturales para sacar a los artistas del anonimato, apoyarlo y</p>

<p><b>gustaría contar con este tipo de publicaciones?</b></p>	<p>que sean conocidos en los pueblos sobre todo del interior.</p> <p>Jorge Quevedo. Sí es necesario que cada medio de comunicación tenga un espacio todos los días dedicado a la cultura.</p>
<p><b>12. ¿Considera que esa sección es factible, para elaborarla como para venderla?</b></p>	<p>Augusto Rubio. Claro que es factible, sobre todo a lo económico. Creo que los chiclayanos no solamente leen la página política y local, necesitan ese espacio cultural e invertir, porque así estamos formando mejor a la gente.</p> <p>Jorge Quevedo. Por supuesto que la cultura vende, porque es educación, desacostumbremos al lector a la cultura del espectáculo.</p>
<p><b>13. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?</b></p>	<p>Augusto Rubio. La gente asocia el término cultura con cosa que practican. Lo asocia la gente que todavía lee periódico, porque la mayoría de jóvenes ya están en la era digital, asocian la cultura con el teatro, la ópera y cultura no necesariamente es eso. Es más, simplemente la relacionan con representaciones artísticas, cuando hablan de música culta, se refieren solamente a Mozart y Beethoven. Pero la música, es más, es un huaino, la chicha. Hay que estudiar y analizar la cultura y eso no se hace.</p> <p>Jorge Quevedo. Es básicamente saber que un pueblo que no tiene educación no tiene cultura.</p>

**b. Gestores culturales: Camilo Riveros, César Bedón, Marco Avilés y Jimena Ledgard**

Preguntas	Resultados
<p><b>1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo lo definiría?</b></p>	<p>Camilo Riveros. Es una disciplina que dentro del Periodismo utiliza distintas metodologías para acceder a las muchas producciones o expresiones de vida que hay en las distintas sociedades.</p> <p>César Bedón. Periodismo cultural es la difusión de noticias, novedades acerca de la producción cultural. La difusión de aquello que produce y ayuda a la sociedad a ser mejor.</p> <p>Marco Avilés. Primero, expresa lo que una sociedad es. Nuestra sociedad produce periódicos chichas, en ese sentido, el periódico chicha es la manifestación cultural de esta sociedad que somos.</p> <p>El periodismo es formativo, lo que hace un periodista, lo que publica forma opinión o la mentalidad de la gente. El periodismo económico, político, también es cultural, pero en sentido más amplio.</p> <p>Jimena Ledgard. En su forma más común y popular es cobertura de eventos, secciones culturales, pero a mí me gustaría más pensarlo como no algo limitado a la simple cobertura de</p>

	<p>eventos o de actividades que vayan a venir en el futuro.</p> <p>El periodismo cultural debería establecer un poco los vínculos entre distintas disciplinas y tener un panorama no tan vinculado a la noticia sino más bien al análisis o a la crítica.</p>
<p><b>2. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?</b></p>	<p>César Bedón. Por supuesto, es deber del Estado promover la cultura.</p> <p>Marco Avilés. El problema es de todos y todos debemos contribuir para salir de ello. La sociedad hace buenos proyectos, lo que pasa es que no tiene espacios para difundirlos. Todos pueden contribuir.</p> <p>Jimena Ledgard. Las empresas privadas tienen una función muy específica, que es redistribuir sus ingresos o parte de sus ingresos al fomento de ciertos sectores de la sociedad civil, uno de ellos debería ser necesariamente la cultura. Pero, por otro lado, pienso que hay cosas que la empresa privada no puede cubrir y el Estado debería tener el rol de subvencionar, de cierta forma o de por lo menos dar las condiciones necesarias para que la cultura pueda florecer.</p>
<p><b>3. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?</b></p>	<p>Camilo Riveros. Porque es lo que la misma gente está produciendo, no es una información ajena, es lo que la</p>

	<p>misma gente está creando, produciendo y es un aspecto informativo y formativo.</p> <p>Recibir información cultural ayuda a tener una mejor vida y a poder tomar otras decisiones que no son pauteadas únicamente por el consumo o el trabajo esclavizante como nos lo pintan</p> <p>Marco Avilés. Todos los días uno aprende algo nuevo y a la larga todo sirve, la cultura te servirá para que estés un paso al frente en la ignorancia.</p> <p>Jimena Ledgard. Estamos tan atrapados en las urgencias del día a día que una vida cultural plena es lo que más te puede otorgar una dimensión mucho más compleja y humana a tu vida.</p>
<p><b>4. ¿Vende el periodismo cultural?</b></p>	<p>Camilo Riveros. Como en todo proyecto al principio es complicado, pero cuando tienes las ganas de hacer algo, de contribuir para lo mejor de la sociedad, tienes muchas propuestas. Si no es vendible, tienes que hacerlo vendible, porque de ello te alimentarás.</p> <p>César Bedón. Todo lo que ofrecen los medios es consumible, por tanto, generan un ingreso. Lo que pasa es que hay que cambiar el chip a las</p>

	<p>cabezas para que transmitan este tipo de cosas.</p> <p>Marco Avilés. Claro que vende, lo que pasa es que la gente se ha acostumbrado a lo facilito, a la sangre y la violencia. Muchas veces, los periodistas no nos esforzamos por darle al público algo más.</p> <p>Jimena Ledgard. El aplauso del lucro en la cultura es una cosa muy peligrosa. Si bien tiene que ser algo sustentable también es cierto que uno no puede tomar un Asu mare como toda la producción cultural de un país, eso sería una tragedia.</p> <p>Se tiende a medir a la cultura de acuerdo al lugar donde se expone y eso es un error.</p>
<p><b>5. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?</b></p>	<p>Camilo Riveros. El entretenimiento en sí no está mal, el asunto es que solamente se transmita cierto tipo de entretenimiento. Yo creo que más que una responsabilidad de los medios como tales, también hay una responsabilidad de las audiencias, del público.</p>
<p><b>6. Desde su posición ¿cómo contribuye con el desarrollo de la cultura?</b></p>	<p>Camilo Riveros. Desde mi posición, es un aspecto cultural más comunicativo. Es decir, un estudio de la música, pero desde la difusión. No llega a ser</p>

	<p>musicología, porque faltaría más nivel de análisis.</p> <p>César Bedón. Soy editor de la sección de cultura de una revista “Velaverde” y trato de hacer asequible la cultura a la mayor cantidad de gente posible. Es decir, esté actualizada con lo que pasa a su alrededor, pero de manera innovadora, algo creativo. Un buen trabajo para que se animen a leerme.</p> <p>Marco Avilés. Haciendo lo que hago, que es contar historia y crear medios para contar las historias.</p> <p>Jimena Ledgard. Tenemos la revista “Observatorio cultural”, que lo que más nos interesa no es difundir eventos o actividades culturales, sino difundir las diferentes visiones, costumbres, ideas que distintos ciudadanos tienen acerca de la cultura.</p>
<p><b>7. ¿De qué manera se puede aprovechar la edición para que el contenido cultural no se vea tan sobrecargado y caiga en el aburrimiento?</b></p>	<p>César Bedón. Tiene que ver mucho con la mentalidad y visión de negocio pura, dura y radical de las empresas de comunicación.</p> <p>Es necesario entender que hay necesidad y responsabilidad en ayudar a los lectores a ser mejores personas a través de la belleza de la cultura.</p> <p>Marco Avilés. Primero, remediar la crisis financiera de los medios para</p>

	<p>que comiencen a contratar gente buena, periodistas de mayor calidad. Contar historias que te inviten a usar la imaginación más que encontrar cargamontón de letras.</p> <p>Jimena Ledgard. Es necesario la creación de plataformas culturales divertidas que te inviten a recrear la mente y para que las personas pueden expresarse culturalmente, sería muy buen inicio para un desarrollo de la sociedad cultural.</p>
<p><b>8. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?</b></p>	<p>César Bedón. Es la difusión crítica de aquellos bienes producidos por la sociedad que buscan la belleza y engrandecerla, pero pienso que el aspecto crítico está descuidado y eso es vital.</p> <p>Jimena Ledgard. Hay una banalización de la cultura muy fuerte. Se desprecian las formas culturales autónomas, creativas o más originales en virtud de las cosas que tengan sentido y éxito dentro de una lógica del mercado.</p>



**c. Académicos: Luis Rivas Rivas, Julio Fernández, Carlos Mendoza y Carlos Marini**

Preguntas	Resultados
<p><b>1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo lo definiría?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. Periodismo Cultural es aquel que no solo da noticias de eventos culturales, sino que los analiza, los difunde, los vulgariza.</p> <p>El Periodismo, según mi juicio, debe tener tres funciones: informativa, orientadora y también ilustrativa o educativa; entonces, debe orientar la opinión pública además de mostrar con hechos y, por otro lado, debe también cultivar. Todos necesitamos enriquecer nuestro bagaje cultural y el Periodismo es una herramienta que aventaja a todos los demás, más aún con las innovaciones tecnológicas.</p> <p>Julio Fernández. El periodismo cultural es una línea dentro del Periodismo que tiene como objetivo fundamental el propiciar corrientes de opinión relacionadas a aspectos de la vida de una ciudad, de una región, de un país y del mundo que normalmente suceden en diversos quehaceres dentro del arte, la filosofía, la historia, la literatura y, fundamentalmente, lo que se puede resumir en las ciencias</p>

	<p>del hombre, las ciencias humanas, las ciencias sociales.</p> <p>Carlos Mendoza. Antiguamente (un aproximado de 30 años), las estructuras de los medios de prensa, incluían dos ámbitos: el de cultura y el del espectáculo.</p> <p>El de cultura tenía una exigencia mayor, es decir, tenían columnas, análisis críticos, la plástica contemporánea o la plástica peruana, la música peruana, el teatro, las bellas artes en el mundo. Eran espacios en los cuales se producían contenidos para educar al lector, hay una intencionalidad. Por eso te hablaba de un lineamiento político desde la institución prensa, por lo tanto, institución- comunicación. Y el otro bloque de espectáculo, que estaba asociado con acciones de farándula, la vida social, sibilina de los actores de la gestión cultural, al propio músico, cocinero, bar tender, a los propios bailarines, etc.</p> <p>Entonces, podemos decir que estaba muy bien diferenciado. De esos treinta años a la fecha, ha desaparecido totalmente el espacio de cultura como ese lugar político público para educar, comunicar, adiestrar, compartir y crecer de manera conjunta como visión política. Esa idea de destino, de qué tipo de ciudadanos que queremos tener a futuro se ha perdido, nos</p>
--	--

	<p>hemos quedado en la anécdota, en la demanda social.</p> <p>Carlos Marini. Es una rama del Periodismo que abarca el conjunto de conocimientos que engrandecen a una persona, que satisface los conceptos intrínsecos de belleza, de estética.</p>
<p><b>2. ¿Cómo definiría cultura?</b></p>	<p>Carlos Mendoza. De todas las definiciones, la que más me agrada, es la visión antropológica, la cual resume a la cultura como la validación de las prácticas culturales de un colectivo social, es decir, todo aquel soporte, herramientas, manifestaciones de religiosidad, festividad y tradiciones.</p> <p>Todo lo que producen las comunidades son manifestaciones de cultura más aún si están validadas por ellos, por ejemplo, tienes a la música cumbia como un resultante de la validación social cultural, las artesanías, la gastronomía son validaciones culturales. Todas esas técnicas, saberes de productos, combinaciones que generan un plato, son los que generan la cultural, pero están validados socialmente, sino hubiera la validación de ello simplemente pasa en la historia.</p>

**3. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

Luis Rivas Rivas. Digamos que lo mejor que hay aquí en materia de Periodismo Cultural es 'Lundero', el suplemento que mensualmente publica La Industria. Todos los artículos son de temas culturales y hay colaboradores que envían sus trabajos desde Alemania, algunos de Francia como la señora Moral y Jorge Eduardo Allersón un poeta y plástico genial peruano que murió hace pocos años, fue uno de los fundadores de Lundero, que desde allá enviaba sus colaboraciones.

Se me vienen a la mente un par de revistas como 'Lo nuestro' que estuvo poco tiempo en el medio, después en la "Revista de ahora y siempre", de Tata Torres, en donde hay una combinación de elementos de crónica social pero también muchos artículos de carácter cultural, incluso textos poéticos, textos de comentario, de crítica literaria, es una publicación cultural.

Julio Fernández. Los difusores de la cultura no tienen la menor idea de lo que es cultura. Algunos creen que cultura es leer poesía, es ir a una exposición de pintura. Otros creen que cultura es simple y llanamente hacer un concurso de oratoria. Otros creen que cultura es única y exclusivamente pensar en gastronomía. Entonces, la cultura es

	<p>infinita, la cultura es mucho más allá de estos simples temas pasajeros.</p> <p>Carlos Mendoza. En Chiclayo solo hay dos diarios: La Industria y El Comercio, que siguen la línea de producir contenidos culturales y juntos conforman el 10% del 100% de oferta de Periodismo que hay. Todos celebran la violencia por la forma como redactan sus contenidos, parecieran hechos jactanciosos poner el carro más chocado o la mujer más golpeada o el hombre más vulnerado.</p> <p>La Industria tiene un suplemento dominical que produce contenidos, no solo locales también hay que mirar en global, esa dualidad es importante, pero siento un vacío porque es dominical, es una vez por semana y los contenidos se producen todos los días. La cultura está en constante movimiento.</p>
<p><b>4. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?</b></p>	<p>Carlos Mendoza. La cultura siempre se va a producir, sea con aportes o sin ellos por parte de las instituciones públicas o privadas, la cultura es la manifestación de un pueblo desde su validación. También podemos entender como cultura aquello que nos construye para una mejor ciudadanía y podemos pensar que hay acciones y prácticas culturales que nos destruyen como seres humanos en la convivencia</p>

	<p>armoniosa, llámese machismo o racismo.</p> <p>A nivel político, institucional, público o privado lo importante es pensar en la cultura como un resultante de una política de destino.</p>
<p><b>5. ¿Cómo se puede incentivar el Periodismo Cultural en la región?</b></p>	<p>Julio Fernández. Como todo proceso, es largo y requiere de tolerancia. Se debe empezar por formar buenos exponentes del Periodismo en las universidades, porque los que ocupan los escenarios contemporáneos en estos momentos no son personas cultas.</p> <p>El interés es algo que se cultiva, pero en una ciudad como la nuestra sí hay mercado potencial que aspira a otras cosas. Nosotros tenemos a una población que sobrepasa el millón de habitantes, a nivel de región; como tal, tenemos un mercado potencial. El asunto está en que las mentes culturales, ilustres o cultivadas constituyan una clase selecta. No todos aprecian el arte, la música, la filosofía, la historia, la pintura; entonces esto es lamentable. La cultura es propiedad de elites, es duro decirlo, pero en realidad siempre ha sido así.</p>
<p><b>6. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. La cultura enriquece el espíritu. No somos solamente materia, la dimensión más importante</p>

	<p>en el ser humano y la trascendente es la espiritual.</p> <p>Por ejemplo, la literatura es indispensable en nuestra vida. No nos damos cuenta, pero nos ayuda en nuestro quehacer cotidiano porque al leer adoptamos un lenguaje más fluido y podemos comprender diversos temas. Uno refleja lo que lee.</p> <p>Julio Fernández. Eso ayuda a que las personas sean sensibles y, al mismo tiempo, puedan darse cuenta de que el mundo es rico en muchos aspectos; no es solamente en lo histórico, literario, pictórico, danza, o música; va mucho más allá de ello. Por eso, la información cultural ayuda a sensibilizar, informar y culturizar en el amplio sentido de la palabra.</p> <p>Carlos Mendoza. Es fundamental y, al margen de la información académica que podamos dar desde los medios de comunicación, se hace un espacio de crítica, reflexión o de debate. Ello le permite a la ciudadanía crear una plataforma de discusión y reflexión sobre la realidad nacional, pero a partir de un estado emocional.</p> <p>Carlos Marini. En el caso de la música porque te hace sentir tranquilidad, agrada mucho y te llena más. Para mí hay dos tendencias: la música académica demanda, a ver la música</p>
--	---

	<p>y el arte en general tienen dos tendencias para mí: una que busca relajar y divertir, y otro que es relajarse y aprender, el aprendizaje debe darse. Tu cerebro se va desarrollar acorde a lo que tú escuchas. Entonces, debes ser cuidadoso con lo que escuchar, la música que escuchas tiene que ser más significativa.</p>
<p><b>7. ¿Vende el periodismo cultural?</b></p>	<p>Julio Fernández. Sí, en la medida en que sepamos marquetear bien el Periodismo Cultural. El gran problema es que cuando uno, por ejemplo, sintoniza Televisión Nacional del Perú y ve el programa Presencia Cultural, pues el conductor Hermosa, no vende. Él debe pasarle la posta a una persona más joven, más dinámica y distinta.</p> <p>Carlos Mendoza. Vivimos en un país con una política económica de libre mercado, el cual también te lleva a la idea de que solo tiene valor aquello que es demandado y, por lo tanto, se consume.</p> <p>Los productos que hoy generan la economía son realmente superfluos, no son realmente transformadores y pasa lo mismo con la comunicación y, específicamente, con toda prensa escrita, televisiva y radial.</p> <p>Los programas de farándula han dominado, la superficialidad de la vida</p>



	<p>de los actores de la gestión cultural, entiéndase bailarines, músicos, actores o cualquier persona de farándula y su vida personal más no su producción y las producciones tampoco son analizadas. Es una resultante de la ausencia de política cultural nacional. Las políticas culturales, en mi opinión, son determinantes para generar un cambio social en función de un tiempo- espacio.</p> <p>Carlos Marini. Se vende, pero lo que actualmente vendemos es una falsa cultura. Recordemos la estética (que es una rama de la filosofía que establece un estudio sobre la belleza) y los conceptos de belleza han cambiado, al igual que las intenciones.</p> <p>No me parece que sea realmente cultura, es más un facilismo que buscamos para poder expresar algo. De repente yo bostezo y digo que eso es cultura y estamos cayendo en el facilismo.</p>
<p><b>8. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?</b></p>	<p>Julio Fernández. Mario Vargas Llosa es bastante categórico al decir que estamos en la época de la pantalla de la televisión. Quien no sale en la televisión no existe, simplemente ha muerto. Hemos priorizado el show televisivo. Hoy un cocinero o un cantante saben más que un filósofo,</p>

	<p>un estudioso o un pensador. Hemos priorizado el nivel del espectáculo.</p>
<p><b>9. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?</b></p>	<p>Julio Fernández. En principio, debe haber un consenso entre los medios para evitar propalar información irrelevante, ordinaria y vulgar. La ciudadanía merece tener una programación de calidad, que le ayude a crecer, a mejorar, pero no información que cada día sea una podredumbre que no ayuda a nadie, ni ser mejor persona o en su defecto a tener conocimientos, a que un ciudadano pueda tener una adecuada conversación con otros.</p> <p>Carlos Mendoza. Pensando en una visión de cultura es importante replantearlo. Si hablamos de estos programas de televisión o los propios noticieros que tenemos ahora, donde se expone imágenes violentas más allá de la propia noticia, hay un exceso de exposición de hechos de violencia que incita al morbo y cuando se incita al morbo, se incita también a la insensibilidad y una ciudadanía insensible es incapaz de conmoverse, ha perdido las capacidades de indignación ante hechos fragrantés como representantes políticos que roban, manipulan y que lejos de cumplir su función, más bien vulneran los derechos de quienes representan.</p>

	<p>Luis Rivas Rivas. No hay que echar la culpa a los medios de comunicación, sino a los gustos del público y a los dueños de los canales que transmiten lo que sus anunciantes, que son gente de negocios, les piden porque se han dado cuenta de que las masas están más interesadas en contenidos de poco talento, con una falta de respeto a la dignidad de las damas y de la persona sensata, porque algunos programas se han convertido en un cloaca de groserías que no tiene nada que ver con cultura.</p> <p>Reforcemos la enseñanza en casa e ir formando el buen gusto de los niños, para que más tarde tengan más clara la percepción de lo bueno y lo desechable.</p>
<p><b>10. Cree usted que los medios no tradicionales como el Internet sí vienen desarrollando una difusión cultural, ¿a qué se debe esto?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. Internet como toda la tecnología puede ser desde excelente hasta peligrosísima, porque encuentras de todo. En internet, se encuentran las fuentes más ilustrativas sobre la cultura, sobre la ciencia y se puede encontrar también información falsa, inexacta denigrante, de manera que Internet no es ni buena ni mala así en abstracto, sino depende de quién la maneje.</p>
<p><b>11. ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura desde su posición?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. Según la función que tengamos en la vida. Si somos profesores, en el aula, en cuanto charla dictemos o publiquemos en los</p>

	<p>periódicos y medios de difusión que uno escribe.</p> <p>Por ejemplo, difundo mis análisis de autores y pongo particular énfasis en novelistas que han tenido una inquietud espiritual, cristiana, porque en nuestros tiempos, hay tanto ataque en el ámbito intelectual contra el cristianismo que he tratado de demostrar los fundamentos de la fe cristiana basados en la Biblia y de refutar y demostrar casos muy ilustres de personas que eran ateas y libres pensadores y que los hechos los han llevado a cambiar de opinión.</p> <p>Carlos Marini. Fui educado en una época llena de influencias y conciertos y sinfonías maravillosas. Con el tiempo, nació la idea de formar nuevos talentos que pudieran contribuir al renacer de ese estilo en Chiclayo. También, soy profesor de música en semilleros y en la Universidad. Dirijo una orquesta de música clásica en donde están involucrados a niños, jóvenes de secundaria y a universidad.</p>
<p><b>12. Usted como colaborador del diario La Industria, ¿Cuál cree que es el valor agregado del diario frente a otras empresas periodísticas?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. La industria se toma muy en serio la transmisión de cultura regional. Yo creo que Lundero, excede con creces a lo que se puede esperar de un diario regional.</p> <p>Sí cumple una labor y bien saca una página semanal sobre asuntos de actualidad científica, de manera que cumple con su rol de difusión cultural, ahora que digamos no se noten</p>

	<p>muchos los frutos, no se debe a la ineficacia del periódico sino a la preferencia del lector, o sea hay lectores que solo les interesa la noticia, el espectáculo o el deporte y prescinden de todo lo que se haga en lo cultural, en ese caso esa culpa ya no pertenece al periódico sino a sus lectores.</p>
<p><b>13. Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional. ¿Le gustaría contar con este tipo de publicaciones?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. Desde luego. Soy lambayecano y quiero lo mejor para mi región y entre lo mejor es su desarrollo cultural.</p> <p>No puede haber amor a lo que no se conoce. Si queremos que haya amor a nuestra región y a nuestros valores, pues tenemos que empezar por conocerlo. Como podemos querer a Chiclayo hondamente si ignoramos su historia, como podemos identificarnos con la realidad lambayecana si no estamos enterados de su historia, o nos sintamos interesados en sus problemas, hay que conocer.</p>
<p><b>14. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?</b></p>	<p>Luis Rivas Rivas. Se entiende por Cultura todo lo que hacen los seres humanos, es decir, comidas, indumentarias, costumbres y, dado que es todo lo que hace el ser humano, también estaría dentro de todos los actos ilícitos, por eso se habla de una Cultura de la violencia, se habla de una cultura de la droga, del alcoholismo. Al darle a la palabra Cultura un sentido tan amplio</p>

	<p>prácticamente lo abarca todo y aquello que lo abarca todo no abarca nada.</p> <p>Julio Fernández. En el común denominador de la gente, cultura es escuchar música, leer una poesía, piensan que eso es cultura, pero va más allá de eso. La gente de a pie piensa que cultura está relacionado a un show o a títeres, lo cual no está mal, pero debe estar integrado dentro de un plan de desarrollo cultural de una región, que es lo que hace falta.</p>
--	---

#### 4.1.2. Resultados del análisis documental

En la presente investigación se consideró conveniente realizar un breve análisis documental sobre el contenido que publica el diario “La Industria” de Chiclayo con el fin de conocer el tratamiento que les otorga el periódico a los temas culturales.

Para ello se seleccionó publicaciones variadas en el transcurso de una semana que a simple vista reveló que en “La Industria” de lunes a sábado aparecen las siguientes secciones en forma continua: opinión, local, internacional, regional, político – nacional, variedades, económicos. Sin embargo, también existen otras secciones que complementan al periódico, pero de modo desordenado durante la semana: cultural, moda, deporte, economía y negocios, espectáculos, y el especial.

En cuanto al estilo del periódico se puede observar que es claro y conciso con un contenido muy variado destinado a un público en general. Para ordenar la información divide el periódico en dos secciones generales: información y opinión; fraccionadas, a su vez, en subsecciones: información nacional, internacional, local, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, anuncios, y, en el caso de la información, en: editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc.

Respecto a la sección cultural se encontró diversas carencias, pues no es puramente una página cultural, sino más bien una sección en donde se publican noticias respecto al ámbito cultural, sean estos: eventos, concursos y/o aniversarios de instituciones alusivas al tema y, en su gran mayoría, notas de cultura universal. En otras palabras “La Industria” no se enfoca mucho en la cultura regional.

Ante estos resultados, se decidió realizar un análisis del contenido en su suplemento “Lundero” para contrastar si este explotaba las características de la información cultural netamente local o si también se inclinaba por la internacional. Para ello se examinó cuatro publicaciones del suplemento correspondiente al mes de enero al mes de abril de 2012, de los cuales la información cultural se presentó entre las 6 u 8 notas por suplemento. (Anexo N° 03)

Evidentemente los temas culturales forman parte del suplemento de la “La Industria”, pero lo que llama la atención es que las producciones de notas culturales no se dan de forma equitativa. Es decir, se observó que el 5% de notas referentes a cultura fue de origen local, el otro 15% fue nacional y el 80% internacional. (Anexo N° 03)

Para una mejor comprensión del contenido cultural que publica “La Industria” en su suplemento Lundero se detalla a continuación:

**PUBLICACIÓN CULTURAL DE “LA INDUSTRIA” Chiclayo, enero de 2012. Año 33. N° 397**

<b>Secciones</b>	<b>Contenido</b>
<b>Portada</b>	Lucian Freud (1922-2011)
<b>Literatura</b>	Se encuentra una nota sobre la biografía de Hemingway: París no se acaba nunca”.
<b>Memorias</b>	En la sección memorias, se relatan las recopilaciones de Ernest Hemingway con “La educación de Mr. Bumby”, en donde hace referencia a los recuerdos de su primer hijo, Bumby.
<b>Homenaje</b>	En la misma sección encontramos tres fragmentos inéditos en homenaje al poeta, Antonio Cisneros, quien en el 2011 recibió un nuevo galardón: el Premio Southern Perú a la creatividad humana.
<b>Personajes</b>	En la página central, sección personajes, encontramos una nota titulada: “Las pasiones carnales de Lucian Freud”, quien era todo un personaje en el ámbito de la pintura, pues era considerado el pintor más caro del mundo (un óleo suyo se vendió a 33,6 millones de dólares)
<b>Arte</b>	La sección Arte tiene como personaje a Fernando Bryce, uno de los artistas peruanos contemporáneos más renombrados en el escenario internacional. Se menciona su exposición monográfica “Dibujando la historia moderna” y se describe su trayectoria.
<b>Testimonio</b>	Finalmente, en la sección Testimonio, se conmemora el centenario de José María Arguedas y la publicación de un artículo de Blanca Varela donde la poeta corrobora su admiración por la obra del narrador indigenista.

**Fuente:** Elaboración propia



**PUBLICACIÓN CULTURAL DE “LA INDUSTRIA” Chiclayo, febrero de 2012.**

**Año 33. N° 398**

<b>Secciones</b>	<b>Contenido</b>
<b>Portada</b>	Cementerio de coches de Michelle del Campo.
<b>Personajes</b>	¿Habla usted francés? Esta nota hace referencia a las contiendas políticas entre los candidatos republicanos a la presidencia Newt Gingrich y Mitt Romney.
<b>Patrimonio</b>	Machu Picchu y la propiedad de los sitios arqueológicos, así como de los lugares históricos peruanos. En donde se explica el Decreto Supremo N°89 que menciona el rol de Nación Peruana como propietarios de los monumentos de antigüedad en Perú.
<b>Tradición</b>	Eten en el siglo XVII: El milagro de la aparición del Niño Jesús (I). En esta nota se realiza una introducción a una de la fiesta religiosa más concurrida del norte del país, el Divino Niño. Relata las apariciones ante los primeros moradores del lugar.
<b>Artes Plásticas</b>	Michael del Campo. Joven dibujante y pintor italiano, cuya capacidad en su trabajo se identifica por su incuestionable calidad y singular elegancia.
<b>Turismo</b>	Viajero antes que turista. Cachil, un rincón amazónico en sierra de la Libertad. El reportaje relata el escondido bosque y la fauna característica de la selva alta amazónica, pero en Cachil dentro de la provincia de Gran Chimú, La Libertad.
<b>Artes</b>	Tras el rastro de Humboldt: fotografías de Frank Gaudlitz. En esta sección, se relata la exposición fotográfica La ruta del sol. Un resumen del trabajo del artista alemán Frank Gaudlitz, quién recorrió los países de Colombia, Ecuador y Perú, reproduciendo las rutas del sabio alemán Humboldt por Sudamérica.
<b>Cine</b>	‘Hugo’ y ‘The Artist’, dos homenajes al cine como favoritas para el Óscar.

	Polos opuestos son los principales contendientes a la 84 edición de los Óscar. Según anunció la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de Hollywood, 'Hugo', tributo al cineasta George Méliès disfrazado de aventura infantil, ha conseguido 11 nominaciones mientras que su contrincante será la oda al cine mudo 'The Artist', con 10 nombramientos.
<b>Música</b>	Finalmente, se relata un homenaje a Pierre Boulez 1925 (I). Se muestra la biografía del compositor francés aclamado como el más grande genio musical después de Debussy.

**Fuente:** Elaboración propia

**PUBLICACIÓN CULTURAL DE “LA INDUSTRIA” Chiclayo, marzo de 2012.**

**Año 33. N° 399**

<b>Secciones</b>	<b>Contenido</b>
<b>Portada</b>	PORO PORO- UDIMA
<b>Personaje</b>	Pedro Azabache: la vida del color. Es un recordado homenaje al pintor peruano indigenista y costumbrista, quién entre sus lienzos plasmó el ideal romántico de un arte centrado en el pueblo y en sus paisajes.
<b>Patrimonio</b>	Biblioteca y sociedad: Un proyecto público y privado. En esta descripción se muestra la evolución e importancia de las bibliotecas para ser facilitadores de información entre la población.
<b>Tradición</b>	Eten en el siglo XVII: el milagro de la aparición del Niño Jesús (II) En esta edición, se continúan los relatos sobre las apariciones del divino en la ciudad de Eten.
<b>Arqueología</b>	Poros Poro- Udima: Un complejo cerimonial del formativo. En esta nota se relatan los antecedentes, características ambientales, apreciaciones y excavaciones que se han

	realizado desde 1978 en una expedición dirigida por el Arq. Walter Alva.
<b>Turismo</b>	Viajero antes que turista: Gocta,...extrema. Nos describe toda la majestuosidad de la catarata más famosa del Perú, Gocta.
<b>Literatura</b>	Estuardo Núñez y la generación de la crisis en el análisis de Manuel Pantigoso. En esta sección se realiza un análisis sobre el contenido del texto literario como su lenguaje y estructura.
<b>Arqueología</b>	El proyecto arqueológico del cerro ventarrón: Logros de la primera temporada, del paisaje sagrado al paisaje cultural. Esta nota nos relata el proceso de impacto y descubrimiento de la Huaca Ventarrón, templo principal de un gran centro ceremonial.
<b>Música</b>	Homenaje a Pierre Boulez (II) En esta edición continúan con el relato de la biografía del compositor francés, aclamado como el más grande genio musical después de Debussy.

**Fuente:** Elaboración propia

**PUBLICACIÓN CULTURAL DE “LA INDUSTRIA” Chiclayo, abril de 2012.**

**Año 34. N° 400**

<b>Secciones</b>	<b>Contenido</b>
<b>Portada</b>	Homenaje a Antoni Tapies.
<b>Ensayo</b>	El nombre del padre. Relato sobre la historia de Pilar Donoso, hija del escritor chileno José Donoso y su trágico desenlace al enterarse del contenido de los diarios de su padre adoptivo.
<b>Patrimonio</b>	40° aniversario de la Convención del Patrimonio Mundial. Día del Monumento 2012. Tras celebrarse el Día Internacional del Monumento que estableció la UNESCO se da a conocer al público que la

	finalidad de esta celebración es difundir el conocimiento de los monumentos de cada región en el mundo, recalcar la importancia de ellos en cualquiera de sus formas, la necesidad de su salvaguarda´.
<b>Tradición</b>	Eten en el siglo XVII. El milagro de la aparición del Niño Jesús. (III) En esta edición, se continúan los relatos sobre las apariciones del divino en la ciudad de Eten.
<b>Pintura</b>	Antoni Tapies. Homenaje póstumo al Maestro. En esta nota se explica la representación que Tapies le daba a sus obras, pues él iba más allá de la presencia física de los objetos, es decir, representando tan poco, el significado era profundo.
<b>Música</b>	La música Minimalista. Relato sobre la definición, origen y la evolución de la música Minimalista: ´lo menos es más´.
<b>Exposición</b>	El paraíso del diablo. Sobre la exposición reciente de Christian Bendayán. Nos relata la muestra individual del pintor peruano el loreetano Christian Bendayán y su eficaz gestión y defensor de la cultura amazónica.
<b>Turismo</b>	Viajero antes que turista: Disfruta Piura. ´Disfruta Piura´ es el slogan con el que se invita a visitar una de las más acogedoras ciudades del norte peruano. Es así como comienza Iván La Riva Vegazzo, abogado y docente y escritor trujillano, su relato sobre su experiencia en la ciudad de Piura.
<b>Las cuatro estaciones</b>	Para concluir esta edición, la contra portada se divide en dos espacios. El primero, referente a una nota sobre Tokio recupera el París y la Provenza de Paul Cézanne con una gran exposición. Y la segunda sobre la riqueza y el desarrollo de la cultura Moche peruana desembarcan en Cádiz.

**Fuente:** Elaboración propia

En las publicaciones analizadas se evidenció que los espacios en las notas fueron destinados de acuerdo a una lógica que respondió a la trayectoria del personaje. De acuerdo a este criterio, si la nota es relacionada con un hecho o un artista de amplia trayectoria, merece un espacio extenso que al de una producción inicial.

#### **4.1.3. Resultados de las encuestas**

En el presente trabajo de investigación se creyó conveniente considerar también el punto de vista, no solo de los actores de la noticia sino también del consumidor de las mismas, el público lector. Por ello, se aplicó una encuesta de nueve preguntas, a un total de 100 personas entre público lector y no lector con el fin de conocer sus expectativas e intereses sobre una sección de cultura regional en el diario “La Industria” de Chiclayo. (Anexo N° 04)

Para una mejor aplicación de la encuesta se consideró como muestra al 60% de encuestados que afirmaron leer el diario “La Industria” de manera semanal. A partir de ello, se conoció que al público lector le llama más atención la temática que aborda este medio con un 24%, seguido de un 23% de información sobre eventos locales y las fotografías con un el 21% de valoración. Y finalmente, el tratamiento de la información y la estructura y diseño quedan relegados en los últimos lugares.

Del mismo modo, un 72% de los encuestados indicaron que el diario promueve la identidad regional, mientras que un 28% considera lo contrario. Este 28% coincide que la información es muy general; es decir, se abordan temas muy generales en cuestiones culturales.

Sobre la base de este resultado se puede identificar que al público sí le interesa encontrar contenidos culturales entre las páginas de un diario y un 89% de los encuestados respaldó la iniciativa de una sección renovada y actualizada de cultura regional cuyo contenido va desde costumbres, frases, festividades y tradiciones netamente regionales, con un 32%; opinión de un experto sobre un tema a tratar como pintura, cerámica, metalurgia, obras plásticas, visuales y literarias con un 25%. En cambio, un 21% prefiere conocer sobre la innovación cultural, es decir, sobre aquellas acciones emprendedoras de algunas personas o grupos y las actividades que estas realizan o que habrá en la ciudad. Posteriormente, 12% de encuestados desea conocer sobre la vida y/o historia de los lambayecanos que contribuyeron con esta ciudad. Finalmente, un 10% prefiere conocer sobre lugares turísticos de la ciudad.

En cuanto a la presentación de la información un 80% de encuestados considera que las imágenes explicarían mejor algunos temas y serían de gran ayuda en las notas culturales, mientras que otro 20% considera que no es necesario.

En ese contexto se evidenció que el público tiene cierta inclinación por la presencia de imágenes con una clara preferencia por el diseño tradicional del periódico; es decir, un 60% opta por el blanco y negro.

Finalmente, el 55% del público lector consideró que consumiría la sección cultural una vez por semana, en cambio un 27% optaría por una publicación quincenal. Y un 10% se interesó en una publicación mensual y un 8% en una difusión diaria.

## **4.2. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS**

### **4.2.1. Discusión de entrevista**

El Periodismo cultural mostrada en el diario “La Industria” de Chiclayo se reduce a información de noticias culturales a nivel mundial; es decir, el diario le da más cabida a las grandes muestras de arte y se olvidan, en cierta manera, de las notas de un ámbito mucho más cercano. Como consecuencia hay una gran ausencia de una agenda propia.

En teoría el Periodismo Cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación. (Tubau, 1982)

Sin embargo, en la práctica el Periodismo cultural cumple un rol importante en la sociedad. Así pues, lo señaló Julio Fernández al decir que es una línea dentro del periodismo que tiene como objetivo fundamental el propiciar corrientes de opinión relacionadas a aspectos de la vida de una ciudad, de una región, de un país y del mundo que normalmente suceden en diversos quehaceres dentro del arte, la filosofía, la historia, la literatura y, fundamentalmente, lo que se puede resumir en las ciencias del hombre, las ciencias humanas y las ciencias sociales. Entonces, el Periodismo cultural involucra a todas las artes que son producto de creaciones e investigaciones.

Asimismo, para Luis Rivas, el Periodismo Cultural puede ser un arma educativa de eficacia, pero a condición de que sea dosificado, que sea agradable, progresivamente inteligible y de ser así, sería más útil. Del mismo modo, Camilo Riveros señala que el Periodismo cultural es una disciplina que dentro del

Periodismo utiliza distintas metodologías para acceder a las muchas producciones o expresiones de vida que hay en las distintas sociedades. Hay muchas actividades respecto a arte, cine y un par de aspectos más que no suelen asociarse a Periodismo Cultural.

En ese escenario el término suele usarse con cierta facilidad, pero en la práctica se vuelve más complejo por las nuevas formas de comunicación donde la sobreinformación desinforma, la publicidad excesiva deja de ser una motivación para comprar un producto y se convierte en una forma de vivir, de actuar, de consumir.

A esto se suma el hecho que el hombre, por naturaleza, siempre se encuentra en constante búsqueda de nuevos conocimientos que le permitan desarrollarse a plenitud dentro del medio que lo rodea. En el caso del Periodismo Cultural, este ayuda a tener esas herramientas que el ser humano busca para estar al tanto de lo que rodea su entorno. Tal como lo señalan los autores Leñero y Marín (1986), el Periodismo resuelve de manera periódica, oportuna y verosímil la necesidad que tiene el hombre de saber qué pasa en su ciudad, en su país, en el mundo, lo cual repercute en la vida personal y colectiva.

En opinión de Julio Fernández, eso ayuda a que las personas sean sensibles y, al mismo tiempo, puedan darse cuenta de que el mundo es rico en muchos aspectos, no solamente en lo histórico, literario, pictórico, danza, o música; va mucho más allá de ello. Por eso, la información cultural ayuda a sensibilizar, informar y culturizar en el amplio sentido de la palabra. Del mismo modo, Jorge Quevedo considera que, el recibir información cultural es educar al pueblo. Si no existe el periodismo cultural el pueblo está carente. Por eso, es importante la cultura, no solo en Chiclayo.



Igualmente, Carlos Riveros señala que la información cultural no es ajena, sino lo que la gente está en constante creación y producción, lo cual se enmarca en un ámbito informativo y formativo. Por otro lado, Jimena Ledgard agrega que la sociedad actual está atrapada en las urgencias del día a día que una vida cultural plena puede otorgar una dimensión mucho más compleja y humana a la vida. Finalmente, para Luis Rivas, la cultura enriquece el espíritu porque la dimensión más importante en el ser humano y la trascendente es la espiritual.

Bond (1896) menciona que en cuanto a los deberes del Periodismo, debemos regirnos a las cuatro principales razones de existir como son: informar, interpretar, guiar y divertir; y mediante estos deberes no se debe buscar un solo responsable, al contrario, se debe contar con la participación de todos, de cada uno de los miembros que integran la sociedad. La responsabilidad no solo debe recaer sobre el Estado.

Respecto a ello, los diversos actores sociales deben manifestarse y así contribuir a la difusión de la cultura. Fernández sostiene que hay una intención, porque se ha creado el Patronato de Cultura de Lambayeque. Hay buenas intenciones; pero el asunto está en que no solamente debe haberlas, sino que estas deben ser acciones colegiadas, integradas y planificadas. Las grandes ciudades en el mundo se caracterizan, porque tienen programas a corto, mediano y a largo plazo. Nuestro gran problema es que no tememos ni siquiera a corto plazo. Creemos que, eso debe fortalecerse. Hay esfuerzos que, el resto de medios, sobre todo escritos, están metidos en el escándalo, en la muerte, en cosas realmente irrelevantes que no motivan, que no entusiasman a nadie.

César Bedón coincide con Riveros y manifiestan que los medios han olvidado su responsabilidad social, entre las que figura la difusión cultural. El problema radica en que los medios de comunicación están enfocados muchas

veces como negocios donde los periodistas se alejan de su responsabilidad de informar con la verdad a la sociedad.

En opinión de Augusto Rubio y Jorge Quevedo existe una relación de los medios y cultura a través de las páginas culturales de los diarios. Esto variará de acuerdo a las características de los códigos de transmisión de los diferentes medios. Es decir, algunos medios prefieren generar ingresos de los productos culturales antes que la difusión de la calidad, transformando la cultura en espacio carente de enriquecimiento intelectual y de sensibilidad.

Camilo Riveros alude que existe un gran problema, la herencia colonial. Esto lo que no nos permite avanzar y genera la existencia de oligopolios y una estrecha relación entre las familias dueñas de los grandes medios y corporaciones radiales.

Por otro lado, Luis Rivas y Augusto Rubio coinciden en que el presupuesto del Estado juega un rol importante pero no fundamental; es decir, el presupuesto delegado no es suficiente pero tampoco es un pretexto para que las personas involucradas en cultura no consigan financiamiento. Si el Estado no da dinero, nadie debe quedarse de brazos cruzados, sino también hay que buscarlo, porque el Estado deja mucho que desear en lo cultural. Y si hay manifestaciones culturales de los artistas, escritores y pintores, es porque graban discos, escriben y publican libros, lo cual es por su esfuerzo personal.

Al respecto, Camilo Riveros, menciona que no solo se debe estar pendiente del presupuesto del Estado, sino también del resto de la sociedad civil. Marco Avilés coincide y agrega que el problema es de todos y todos debemos contribuir para salir de ello.

Ledgard finaliza que las empresas privadas tienen una función muy específica, que es redistribuir sus ingresos o parte de sus ingresos al fomento de ciertos sectores de la sociedad civil, uno de ellos debería ser necesariamente la cultura. Pero, por otro lado, considera que hay cosas que la empresa privada no puede cubrir y, por todo, el Estado debería tener el rol de subvencionar de cierta forma o, por lo menos, dar las condiciones necesarias para que la cultura pueda florecer.

El periodista se encuentra al servicio de la sociedad. Tendrá mucha relevancia lo que se les muestre para que se nutran del entorno y la información que tengan la reflejen en su vida diaria. De ahí que, Julio Fernández considera que, en principio, se debe crear un consenso entre los medios para evitar propalar información irrelevante, ordinaria y vulgar. La ciudadanía merece tener una programación de calidad, que le ayude a crecer, a mejorar, pero no información que cada día sea una podredumbre que no ayuda a nadie.

Augusto Rubio cree que es algo complicado cambiar la mentalidad de las personas, sobre todo de periodistas que ya tienen muchos años y de jóvenes que están más atentos a lo que pasa en la televisión. Sin embargo, es bueno que los medios de comunicación reflexionen acerca del rol que cumplen.

Por lo tanto, Jorge Quevedo manifiesta que se debe reconstruir el concepto no como parte del espectáculo, sino con el fin de ayudar a educar. Se debe adquirir información netamente cultural. Esa es una de las formas de ayudar a la comunidad chiclayana.

En opinión de Luis Rivas, no se le puede culpar a los medios de comunicación, sino a los gustos del público que han ido cambiando conforme a la evolución televisiva. Los programas de años pasados eran de mucha más alta calidad que los de ahora. La devaluación de estos programas surge de las

groserías, las bajezas y tonterías que se proyecta sobre todo a los canales de señal abierta, pero si los dueños de los canales transmiten eso es seguramente porque sus anunciantes lo solicitan. Por un lado, se encuentran los noticieros que hablan de estafas, violaciones, accidentes. Antes, solo había un par de periódicos que se ocupaban de la crónica roja; por otro lado, los programas cómicos de televisión de señal abierta, que empezaron con mucho talento en otra época, ahora se han dedicado las manifestaciones más groseras como si eso atrajera a la gente, con una falta de respeto a la dignidad de la persona sensata.

En esta sociedad del espectáculo la televisión se ha convertido en una cloaca de groserías sobre todo las de señal abierta, que no tienen nada que ver con la cultura, y, definitivamente, se debe empezar por una buena educación en el hogar, por ir formando el buen gusto de los niños para que, más tarde, tengan una más clara percepción de lo bueno y lo desechable.

Camilo Riveros opina que el entretenimiento en sí no es lo que está mal, el asunto es que solamente se transmita cierto tipo de entretenimiento. No solo es una responsabilidad de los medios como tales, también es de las audiencias, del público. “Si se exige producción cultural peruana en medios o de mayor calidad, cuando la ofrezcan hay que comprarla, hay que pasar la voz, para que el público también se vuelva difusor; esa es una manera para que los medios evalúen esa situación y cambien. Los medios independientes y el público deben demostrar a los grandes medios que están dispuestos a consumir otras cosas”, dice.

Trayendo a colación que el periodista está al servicio de la sociedad, Julio Fernández menciona que el Periodismo cultural sí es rentable, pero en la medida en que sepa marquetearlo bien y con los personajes adecuados. Debe haber programas especializados, con comunicadores sociales y periodistas serios que tengan una formación profesional, puesto que ello es un agregado y le otorgan

otro enfoque. Por su parte, Augusto Rubio recalca que el Periodismo cultural es factible económicamente, pues todos necesitan un espacio cultural e invertir en ello no es un gasto, es una inversión que a largo plazo mejora a la gente.

Para Camilo Riveros, el Periodismo cultural, como todo proyecto, al principio es complicado, pero cuando se desea contribuir para la mejor de la sociedad, hay muchas propuestas. En palabras de César Bedón, todo lo que ofrecen los medios es consumible, por tanto, generan un ingreso. Lo que pasa es que hay que cambiar la mentalidad de quienes transmitan este tipo de contenidos. Finalmente, para Jimena Ledgard, la cultura muchas veces no es un negocio de lucro y la producción cultural no debería estar supeditado a su capacidad para lucrar o no y, por eso, el Estado debe ayudar a hacer cosas, crear, cumplir, escribir sin estar supeditados a una lógica comercial.

Si bien es cierto, una de las funciones del Estado es velar y contribuir con el factor cultural, muchas veces no se logran cubrir todas estas necesidades, pues estas son diversas, dependiendo el territorio, costumbres, tradiciones del lugar. Esto lleva a preguntar cómo es la situación actual por la que atraviesa la región Lambayeque.

Julio Fernández considera que cultura siempre hay, lo que ocurre es que los difusores culturales no tienen la menor idea de lo que esta es. Única y exclusivamente se centran en un tema, como la fiesta de un pueblo, y dejan de lado un abanico infinito de contenidos culturales. Por ello, se debe entender que la cultura es infinita y va mucho más allá de celebraciones populares.

Jorge Quevedo explica que la difusión del Periodismo cultural es escasa y a eso hay que sumarle que son poco los periódicos que apuestan por la cultura. Por otro lado, Augusto Rubio considera que en la región Lambayeque prácticamente no se desarrolla el Periodismo cultural tal cual. Los esfuerzos en

un medio de comunicación se resumen a las páginas culturales relegadas; los espacios culturales están olvidados, descuidados. Sin embargo, hay esfuerzos individuales que se hacen a través de Blogs, páginas web que, por el contrario, no tienen la trascendencia que deberían tener.

Marco Avilés manifiesta que en las regiones hay muchas iniciativas por parte de los jóvenes, que hacen cosas increíbles; hay mucha gente emprendedora. Los medios tradicionales están muy ensimismados en sus propias crisis que son básicamente financieras; entonces, un medio en crisis no produce, no crea. Los independientes sí crean.

En este momento, el bombardeo publicitario de los grandes medios ha creado una necesidad innecesaria por el interés e identificación hacia otras culturas, haciendo olvidar lo hay que casa. Frente a este panorama, se puede considerar que existen muchos esfuerzos individuales para lograr una conciencia civil acerca de la importancia cultural. Sin embargo, como todo proceso, toma tiempo y se debe profundizar ampliamente en los temas locales para la respectiva formación y difusión cultural. Así pues, la sociedad actual es vulnerable al cambio y guía por el modelo de vida que ofrece la publicidad planetaria, las medidas de los modelos europeos y estadounidenses y sus ropas de marca poco tiene que ver con la autonomía de la mujer andina, que a fin de cuentas, es con lo que nos debemos sentir identificados.

La Industria de Chiclayo es uno de los medios que trata de incorporar entre sus páginas notas culturales, aunque se puede afirmar que, pese a su trayectoria y años dentro del medio, sufre de ciertas carencias.

Augusto Rubio, exdirector del diario La Industria – Chiclayo, explica que en dicho diario se trabaja por tres temas fundamentales: cultura, derechos humanos y las preocupaciones ciudadanas. Se tenía como prioridad el sentir del

ciudadano, convertirse en vocero de todos aquellos que deseaban expresarse, y ser un medio absolutamente libre e independiente en Lambayeque. Así mismo, Jorge Quevedo considera que La Industria posee un gran interés por los temas culturales y ayuda al pueblo con notas relacionadas a la cultura.

Por lo general, la información que se presenta al público proviene de las grandes instituciones públicas y dejan de lado al ciudadano de a pie. Tal como lo comenta Cardona, los espacios para difundir problemas culturales y expresiones artísticas cuando no son limitados, están sesgados por la denominada alta cultura. Por ello, antes de cualquier cambio masivo, es conveniente retomar un proceso de retorno de valores humanos, la concientización resultaría primitiva después de largas exposiciones priorizadas de entretenimiento mediático y superficialidad. Como diría el autor Prieto, “sentir pasión por el discurso mismo”.

Dentro de todo lo mencionado, se debe incluir un tratamiento de la información y una especialización relacionada con los temas a tratar para el Periodismo Cultural. Es conveniente que el periodista informador sobre periodismo cultural tenga una formación más que general en esta disciplina. Como lo menciona el autor Moles, debe saber sobre la historia y el desarrollo de cada una de sus manifestaciones, sus estilos, sus movimientos y sus tendencias. Informar sobre arte exige, además, adaptarse a los niveles culturales de una audiencia múltiple.

Para representar esa situación fácilmente se podría relacionar al arte con un cuadro pintado sobre un fino lienzo sobre algún personaje o paisaje de alguna ciudad. No obstante, las manifestaciones del arte abordan no solo a la pintura sino también a la escultura, la arquitectura, la fotografía, el diseño, el videoarte y otras nuevas manifestaciones estéticas y virtuales, como el infografismo y el holografismo; que evidentemente pocos periodistas conocen y dominan el tema.

Dentro de las artes escénicas tiene cobijo una serie de manifestaciones culturales entre las que se encuentran el teatro, el ballet y la danza, las performances, y otros espectáculos entre los que se pueden incluir el circo, las cabalgatas y desfiles callejeros, los musicales y algunas manifestaciones populares de tipo festivo.

El tratamiento de la información sobre el teatro en los medios escritos suele ser sobre grandes puestas en escenas. En algunas ocasiones, se suele publicar sobre actores que en el momento gozan de gran popularidad y que actúan en obras sobresalientes.

En el caso del cine, los cambios de cartelera indican los estrenos semanales. Escasamente se puntualiza sobre alguna crítica de expertos sobre los mencionados estrenos, y cabe mencionar las ovacionadas publicaciones fotográficas en revistas de corte internacional sobre las galas de premiación para este arte. Se deja de lado entrevistas a los realizadores, sean estos: guionistas, camarógrafos, productores y todo el equipo creativo que está detrás de la puesta.

Finalmente, en el ámbito musical, es casi escaso el tipo de publicaciones de crítica y publicaciones especializadas a las producciones musicales. A esto se suma la diversa gama de agrupaciones, intérpretes y géneros que se han creado en los últimos tiempos.

#### **4.2.2. Discusión Análisis de Periodismo cultural en el diario La Industria de Chiclayo**

La Industria de Chiclayo es uno de los pocos medios periodísticos, que, desde sus inicios, ha considerado conveniente incorporar información cultural



entre sus páginas. Sin embargo, a pesar de la trayectoria la información cultural que brindada es general, carente y ausente. Es decir, sí tiene en cuenta los contenidos culturales, pero se expresan de manera muy general. Por ejemplo, una publicación sobre el legado de Chaplin, una historia desconocida de Cervantes, un concierto sobre una de las sinfonías de Beethoven o el fallecimiento de algún actor cultural externo, son solo algunos de los contenidos que se encuentran en el periódico.

Bajo ese criterio las notas culturales en el diario “La Industria” de Chiclayo siguen una línea de Periodismo tradicional, gira en torno al pasado. Existe una gran carencia de críticos culturales, no se manifiestan opiniones acerca de obras plásticas, el lanzamiento de nuevos libros de literatura o de difusión cultural. Al ser este un ícono del Periodismo y más porque entre sus páginas se consideran contenidos culturales es conveniente ahondar en contenidos culturales que sean propios de la región.

Si bien el público debe recibir información cultural de índole general, también es necesario informar y reflexionar sobre realidad local y el acontecer diario por el simple hecho de que es parte de una producción del quehacer diario de los ciudadanos de a pie.

De ahí parte esta propuesta, a fin de incentivar la publicación de información sobre plataformas o acciones emprendedoras de actores culturales y/o ciudadanos que han visto en la cultura una manera de revalorizar su entorno, conservando tradiciones y costumbres que forman parte las raíces de la región generando orgullo en el poblador chiclayano. También, se trata de fortalecer los temas sobre literatura, arte, cine, música y otras manifestaciones artísticas que ayuden a informar y educar a la ciudadanía.

Para ello, se debe empezar a revalorar la cultura viva, dando a conocer los lugares donde todavía se conservan estas tradiciones y que el mismo público se interese por investigar más sobre estos territorios.

Al principio es necesario aligerar el consumo de información dentro del público lector, brindándole temas sencillos, con los cuales se sientan identificados, los asocien y contextualicen en sus actividades diarias. Es para ir generando una cierta dinámica que, con el tiempo, permita mostrarle al ciudadano una gama más amplia de información universal. De esa manera, el público va estableciendo ciertas jerarquías de interés y aprovecha mucho mejor la información que se le otorgue.

Todas las propuestas de mejora siempre son bien recibidas. Augusto Rubio, ex director del diario, menciona que 'la preocupación del medio es por tres temas fundamentales: cultura, derechos humanos y las preocupaciones ciudadanas. Se tiene como prioridad el sentir del ciudadano, se reconoce como el vocero de todos aquellos que deseen expresarse, y se instituye en un medio absolutamente libre e independiente en Lambayeque'. Entonces, se pueden sumar esfuerzos para que el lector sea el más grande beneficiado.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1. IDEA DE LA PROPUESTA**

La propuesta de una sección de cultura regional en el diario “La Industria” de Chiclayo surge con el fin de difundir la identidad lambayecana; es decir, de mostrar la cultura multifacética de la ciudad, todos aquellos recursos que constituyen parte de costumbres, expresiones, formas de vida, a través de un medio de comunicación que se encuentre al alcance de todos los pobladores.

Esta idea nació debido a la situación actual del Periodismo cultural en la región; es decir, existe poca información cultural en los medios impresos, específicamente en el objeto de estudio de esta investigación. De ahí que, esta propuesta busca generar una agenda propia en el diario “La Industria” de Chiclayo.

En base al Periodismo cultural en la sección propuesta se relacionarán los diferentes momentos culturales dados en la historia chiclayana estrechando los lazos entre el pasado, el presente y el futuro, con formatos estratégicos que le ayudan a ser directo, claro y visualmente innovador.

Asimismo, la sección de cultura regional se caracterizará por sus titulares llamativos, así como las metáforas entre sus líneas y la armonía en su estructura y equilibrio entre espacios e ilustraciones. Del mismo modo, el contenido será presentado en los diversos géneros del periodismo como son: artículos, los ensayos, las crónicas, los reportajes y críticas.

Si bien es cierto, las generaciones de notas serán propias, también se considera la presencia de otros agentes y/o grupos de trabajos como colaboradores, los cuales serán valiosos para obtener informaciones necesarias como: entrevistas, documentación, fotografías y materiales propicios para los textos.

Evidentemente el principal objetivo de la propuesta es la cobertura de actividades culturales locales; es decir recuperar aquellas tradiciones propias de la Región Lambayeque. Esto ayudará a recuperar expresiones locales que estén al alcance de un público más amplio y diverso; y con ello, se debe incluir temas poco difundidos entre la población. Todo esto generará un interés en el lector y ayudará a promover la lectura y ampliar, entender y valorar las tradiciones de un pueblo.

En ese sentido el propósito del periodista cultural es transmitir información sobre expresiones culturales locales a amplios sectores de la sociedad para contribuir al desarrollo de los niveles de vida de los pobladores, pero esto debe ir acompañado de una información interesante, innovadora y creativa. En otras

palabras, la sección de cultura debe contar con un diseño editorial creativo, fresco e innovador para presentar la información de forma atractiva al lector.

## **5.2. DISEÑO DE LA PROPUESTA**

### **a. El formato**

En cuanto al formato, se conservará la forma tabloide con el que trabaja el diario “La Industria” de Chiclayo, pero, la sección se trabajará como un apartado que será incluido en el mismo periódico para que se sienta la diferencia del cambio de sección. Se trabajará con un concepto, sencillo y entendible para el público en general, sin perder el buen lenguaje periodístico. Un mensaje con palabras precisas y una buena estructura al alcance de una persona de clase media.

### **b. El tono: lenguaje y textos**

El tono en el Periodismo debe encontrar maneras atractivas para relatar historias actuales y pasadas; en este sentido, la síntesis, la amenidad, la agilidad y la actualidad serán algunas de las características claves para esta sección.

Para ello, los textos de esta sección se construirán en un lenguaje sencillo, comprensible y entretenido, y teniendo una extensión no mayor a seis cuartillas. Esta reducción responde a una mayor información, es decir, síntesis y diversidad de textos.

El estilo de los textos será elaborado con oraciones breves para su fácil lectura, comprensión y que al mismo tiempo invite al lector a finalizar la lectura.

Asimismo, se empleará los diversos géneros con los que cuenta el periodismo, como reportajes, entrevistas, columnas de opinión y además se agregará las infografías, para explicar temas mucho más complejos.

### **c. La diagramación**

En cuanto a la diagramación, “todo entra por los ojos”. Por ello, siguiendo con la composición del periódico se mantendrá el diagramado en base a 6 columnas como máximo; sin embargo, la sección contará con una composición organizada, la cual le dará mayor énfasis a las imágenes, las cuales irán acompañadas con un texto breve y las jerarquizará según su importancia.

### **d. El estilo y la tipografía**

No se puede pretender una buena lectura si el titular no resulta llamativo, este debe ser aquel que te dé un primer nivel de lectura y sea el que invite a leer el texto por completo.

La cabeza de la noticia desglosa tres elementos como el antetítulo, título y subtítulo, los cuales se utilizarán según la información a tratar. Es decir, se utilizarán antetítulos para centrar el desarrollo de la información.

La tipografía será con letra Times New Roman y se le asignará entre 10 o 12 puntos, respetando las normas de estilo.

En el caso del titular, es considerado como aquel que capta la atención del lector después de la fotografía, por ello, serán cortos y centrados o a la izquierda, grandes y sin remate, se le asignará negra en caso se necesite reforzar o contrarrestar la nota.

Si bien es cierto, la posibilidad de trabajar a color resulta más factible en estos tiempos, partiendo de los resultados de la encuesta se conservará el blanco y negro como color predominante y por su aporte se sencillez y tranquilidad, pero habrá notas coloridas para atraer la mirada del lector y como un elemento ambiental y decorativo de la sección.

Asimismo, se respetarán los espacios en blanco pues expresa tranquilidad, orden y es un alivio para el ojo del lector.

#### **e. Los gráficos**

El tratamiento fotográfico será con un alto factor emocional, con fotos impactantes e inolvidables se quedarán grabadas en la memoria del lector. Por ello, las imágenes conservarán su formato según el buen criterio del fotógrafo, no se aplicarán cortes para no limitar su expresión.

El uso de infografías será un valor atractivo en esta sección, ahora con el avance en programas de dibujo, resultará más sencillo integrarlos en las páginas.

#### **f. La periodicidad**

La periodicidad de esta publicación será de manera semanal, pues se considera un tiempo prudente para poder elaborar de manera adecuada los contenidos a tratar.

#### **g. Clasificación de la sección**

Por lo general, dentro de un diario, un suplemento o una revista en la información se encuentran clasificada u organizada con el fin que el lector ubique con mayor facilidad los temas que le interesan leer. Sin embargo, no todas las notas tienen el mismo grado de importancia ni profundidad. Por ello, como un valor agregado a esta propuesta se consideró conveniente designar una clasificación por temáticas, denominando la paginación con nombres que contextualizan y dan una idea general de lo que trata la nota de la sección.

En consecuencia, la sección se dividirá en las siguientes temáticas de investigación:

- Reflexión: incluirá los problemas y acciones emprendedores en temas culturales, a través de géneros como entrevistas, reportaje, crónicas y artículos de opinión.
- Protección: en este segmento se agruparán los temas que han quedado relegados en el pasado como: lenguas, comunidades, tradiciones, rituales, costumbres, danzas, conocimientos y frases o dichos populares.
- Deleite: esta sección temática abordará sobre cine, música, fotografía, literatura, artes escénicas, pintura, libros, fusiones entre adaptaciones de



libros llevados a la pantalla grande, y agenda cultural con recomendaciones sobre actividades próximas a desarrollarse.

### **5.3. PROPUESTA DIAGRAMADA E IMPRESA**

Para hacerlo mucho más real, hemos considerado conveniente elaborar un modelo impreso de cómo sería nuestra sección de cultura, pero, siguiendo con la diagramación tradicional que tiene La Industria. Hemos considerado los siguientes aspectos:

#### **a. De manera general**

- Fecha de publicación: 15 de abril de 2018.
- Diagramación: El modo de diagramación para este primer modelo de publicación, ha mantenido el formato de diagramación global de La Industria.
- Número de notas: Se han considerado cinco notas para la primera publicación.
- División de secciones: Las temáticas de investigación son protección, deleite y reflexión.
- Número de columnas: Siguiendo el formato global del diario La Industria se consideró seis columnas por notas, aunque esto puede variar de acuerdo a la cantidad de la información y de los soportes visuales como los gráficos y fotografías.
- Color: Blanco y negro.

- Tipo de letra: Times New Roman.

#### **b. De manera específica**

En la primera nota perteneciente área de Protección de acuerdo a la información se dividió en seis columnas y se tomó una sola foto como la representativa en toda la nota.

En la siguiente nota del Área de Deleite, al tratarse de un poema alusivo a la ciudad de Chiclayo, se le dio el espacio de dos columnas en una sola para destacar lo escrito y darle mayor realce y mejor visualización al lector, rompiendo al esquema habitual del diario. Asimismo, se incluyó una foto referente a la nota. En la tercera nota del área de Reflexión se desarrolló con una entrevista local donde solo abarcó cuatro columnas de información y se usó una sola foto amplia representativa de la nota. Asimismo, esta nota está enmarcada con un fondo distinto a las otras por un motivo visual y de distribución.

Al reverso, en la siguiente cara, solo se consideraron dos notas; en la primera el tema de Deleite, se concretó con una entrevista, rompiendo el esquema anterior, se enmarcó el título con negrita y toda la nota se le agregó un fondo gris para dividir visualmente esta nota de la siguiente. Y en la nota final, se consideró una pequeña infografía de las Rutas de Chiclayo, se le dio una mayor medida al enmarcado para destacarlo de la nota anterior y solo se expandió la imagen de las rutas para darle mayor énfasis y al costado se agregó los datos exactos de las distancias.

En líneas generales, se usó el tipo de letra Times New Roman tamaño 16 a 12 para los titulares y este mismo tipo de letra en tamaño 11 para el contenido

de cada nota. En el caso de los pies de fotos, se usó Times New Roman tamaño 8. En el caso de los colores, toda la diagramación se hizo en escala de grises.

### **c. Gráficos**

En la propuesta se ha considerado una fotografía por nota, por temas de espacio, las cuales están modificadas de su estado original de color a escala de grises y no en blanco y negro, para no perder su tonalidad original.

Por su importancia, en cada nota se le ha dado un espacio de cuatro a cuatro columnas y media de tamaño a cada foto por nota, excepto en la segunda nota que es más pequeña, solo se le dio un espacio equivalente a dos columnas de texto. Además de las imágenes, se agregaron líneas delgadas para hacer pequeñas divisiones y líneas gruesas para enmarcar y para hacer divisiones entre notas.

Con la propuesta se buscó romper con el esquema tradicional para darle una nueva cara al periodismo cultural por lo que se creyó conveniente desarrollar en un formato tipo díptico (ambas caras). En la página central se priorizar el uso de imágenes para que el texto no resulte pesado.

En la parte posterior derecha, se consideró conveniente, iniciar con la temática de Deleite, con la entrevista a la Orquesta de Cámara Johann Sebastian Bach. En este, se respeta el número de columnas que son seis y el uso de dos imágenes, la primera a cuadro columnas y la segunda a seis columnas.

Finalmente, en la parte posterior izquierda, se ubica dos secciones y una pieza gráfica sobre las rutas de Chiclayo. La primera sección que es para la

entrevista a Saramama, con una extensión de cinco columnas y una imagen a tres columnas.

En la pieza grafica sobre las rutas de Chiclayo se ha trabajado sobre la base de cuatro columnas con datos concretos y una imagen de referencia a tres columnas. Por último, se encuentra el poema “A la hermosa ciudad de Chiclayo”, de Fdiel Arana Rodriguez y recopilada por el mgtr. Luis Rivas Rivas.

# La herencia de los Santa Cruz: El cajón y las décimas

## Selección de Protección

El ingenio ha sido una característica innata del ser humano. Ante la adversidad, siempre logra establecer un medio para distraerse, comunicarse y hacer llevadera las dificultades que se le puedan presentar. Es así como surgen la décimas y el Cajón, una fina poesía tradicional y un instrumento de procedencia humilde y casera que se usó como elemento de persuasión para los antiguos esclavos.

Con la evolución del hombre, también ha venido el perfeccionamiento de este ingenioso instrumento musical. A fines de los años 50, el cajón peruano se engalana como amo y señor del ritmo en la música de la costa del Perú, indispensable e irresistible por el sonido que emana en festejos, tonderos, lunderos, polkas, marineras y valsecs.

El pueblo de Zaña cultiva las décimas desde varios siglos atrás, el peruano y representante de la poesía viva, Nicomedes Santa Cruz, no pudo resistirse en visitar el lugar y reivindicó del modo más fino está hermosa poesía. El mismo, denominó a tan digno instrumento como "Su Majestad, El Cajón".

El legado de los Santa Cruz, recayó sobre Rafael, quien continuó con la gran difusión de la música afroperuana, es por ello, que en honor a su incansable labor desde el 2007 se viene realizando el Festival del Cajón. En el 2015, la ciudad de la amistad, se convirtió en la primera ciudad de provincia en sumarse al récord Guinness con 2.037 personas en simultáneo tocando el cajón en el Festival Internacional del Cajón Peruano.

En conferencia de prensa dentro de las instalaciones del Palacio Municipal de Chiclayo, el ritmo y sabor de tan humilde instrumento estuvo a cargo de Carlos Monsalve Navarrete (cajonero) también se dio un agregado al momento de escuchar las décimas que estuvieron de Hildebrando Briones Vela. Ambos representantes de estas artes en Lambayeque.

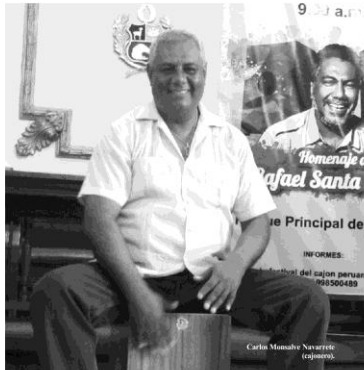


Más de 1500 chiclayanos de todas las edades acompañaron con sus cajones en la celebración del Festival Internacional del Cajón Peruano.



## MÁS DATOS

Tan digna creación no podía pasar desapercibida ante los ojos y oídos del mundo. Es por ello, que María del Carmen Dongo, acudió a la Comisión de Turismo del Congreso y tras una incansable serie de trámites, en el 2001, el cajón fue declarado como Patrimonio Cultural de la Nación –en ese entonces– por Instituto Nacional de Cultura y posteriormente dar pase al reconocimiento internacional y rendir homenaje póstumo a uno de sus principales difusores, Rafael Santa Cruz, por parte de la Organización de los Estados Americanos (ONU).



Sección Deleite

A LA HEROICA CIUDAD DE CHICLAYO



Sultana de la dicha, que ostenta primorosa tu gala y tus encantos, ¡oh inclita ciudad!, permítte que mi canto, con lira temblorosa, al ritmo de tus glorias, ¡oh ti, ciudad heroica!, mi voto más solemne te eleve con lealtad.

Ciudad libertadora que en día no lejano enviaste tus legiones al campo del honor, y en heroico combate y esfuerzo sobrehumano, luchando por la Patria con impetuoso espíritu, ¡oh heroica!, mi voto más solemne te eleve con lealtad.

Heroica a ti te nombra con júbilo la Historia, ciudad de los valientes que al toque del clarín, sedientos de venganza, del triunfo y de tu gloria lanzáronse agerridas al grito de la victoria, ¡oh heroica!, mi voto más solemne te eleve con lealtad.

Tú herinas, generosa, consuelo al peregrino y a cuantos por tus puertas buscamos asilo van; estrella preciosa, tú alumbras su camino, y haciendo venturoso su incierto y errad destino, ¡oh heroica!, mi voto más solemne te eleve con lealtad.

Roadada de esperanza en ti la vida empírica, alcanza tu comercio progreso colosal, florecen tus industrias, aumenta tu riqueza, y amante del trabajo, que es signo de grandeza en el félix conestapas tu más sagrado ideal.

También tienes tu Templo, lugar donde el cristianismo refleja del creyente la mística piedad, baluarte inaccesible del triunfo chichayano, allá, cuando a la sombra del Lábaro peruano, heroica defendiste tu santa libertad.

Tú tienes un portento de vírgenes hermosas, reflejo venturoso de amor, virtud y bien, precioso ramillete de margaritas y de rosas que son por su belleza las reinas primorosas, alados serafines, custodios de tu Esán.

**Poema:** 'Al heroicidad de Chiclayo' Fidel Arana Rodríguez  
**Recopilado por:** Luis Rivas Rivas.

Sección Deleite

Dedicación, disciplina y perseverancia son los ingredientes principales

Saramama: con sabor y amor

Un pequeño laboratorio guarda celosamente, entre sus paredes, los secretos para que, en una hora de cocción, con un peso que varía entre 150 gr. y 200 gr., un relleno saculento de queso, carne o pollo y una salsa especial a base de tomate, sean necesarios para deleitar el más exquisito paladar. Tres son las ubicaciones estratégicas: esa, de San José y Luis González, Elias Aguirre (al costado de una tienda de telas) y en San José y Alfonso Ugarte.



Oregullosos de su reciente negocio Leyser Gonzales y Margarita Pérez.

Entre molinos, ollas, mesas e ingredientes se cocina el proyecto de una pareja de esposos que busca posicionar su marca y resaltar a la humita: este es el caso de Leyser y Margarita.

Desde las 5 de la mañana comienza el agerreo. Se reciben los insumos, se inicia el proceso de venteado, molido y la preparación de la masa. Leyser Gonzales Chama-có e r o (29) es Chef, soldador, fantasista, creativo e innovador innato y junto a seis personas, se encarga de todo el proceso de producción, paciencia y puntualidad. Por otro lado, Margarita Medall Pérez Peñaña (27) con estudios en Administración y una especialización en servicios turísticos, es, una joven madre

agerrida y perfeccionista, que dirige, refuerza y supervisa las buenas prácticas de manipulación junto a sus otros seis colaboradores de ventas.

Todo empezó, hace dos años, como un regalo de enamorados por parte de Leyser a Magui (como la llama cariñosamente), ella quedó fascinada con tan delicioso presente y no se le ocurrió

mejor idea que empezar un pequeño negocio propio. "Mi mamá fue la de la sazón, pero tiene una desventaja que no siempre le salen iguales, ya sea por proporción, la diferencia de condimentos o los tiempos. A mi esposa se le ocurre la idea de vender las humitas, que mi mamá prepare para que ella las pudiera vender", recuerda Leyser. Con un par de utensilios prestados, 25 soles y tres probar bastante masa cruda, salieron al mercado las

primeras 100 humitas. "Empezamos como ambulantes a las afueras de Tepo, luego por el Banco de la Nación, Luis González, San José, Izaga y Balta" señala Margarita.

De "Carrito rojo" a "Saramama" El camino no ha sido fácil para esta joven pareja, pues, han sabido luchar con la voraz competencia y los hincapiés propios de la

informalidad. Con todas las ganas de sacar adelante su negocio, impulsaban a las personas a probar sus humitas pero decidieron un pequeño detalle, se convirtieron en anzuelos de su competencia. "Comenzamos a llamar. Lleve sus humitas, cómprele al carrito rojo", los invitábamos a probar y la gente se iba a la competencia porque como nosotros contábamos con poco presupuesto solo teníamos un mandado y un carrito rojo, otro blanco. Envolvíamos el banner la marca era una debilidad que la competencia aprovechaba muy bien".

Motivados por la competencia, quienes copiaron desde su cooler hasta su uniforme. Un joven pareja decidió hacer un cambio de 360° a su negocio. "Empezamos con 'carrito rojo' pero nos dimos cuenta que era muy limitado y nosotros pretendíamos a llegar más lejos. Motivados por la competencia, al que le caímos tan bien a la competencia que se adelantaron de nuestros colores y nuestra palabra", recuerda Leyser.

**Cocinando futuro** El proyecto va más allá de la venta de humitas. 'Saramama' se proyecta a ser una marca grande, patentar su marca y recetas, posicionarse en el mercado y realizar el valor de este producto.

Rutas de Chiclayo

Guía básica para los pobladores, turistas y viajeros del Perú y el mundo en la ciudad de Chiclayo.

DESTINO	Km.
▶ Batán Grande	56,9 Km.
▶ Cajamarca	263,1 Km.
▶ Santa Rosa	17,0 Km.
▶ Ciudad Eten	22,0 Km.
▶ Chupuri	80,0 Km.
▶ Chongoyape	60,0 Km.
▶ Olmos-Jaén	99,0 Km.
▶ Puerto Eten	20,0 Km.
▶ Huaca Rajada	38,0 Km.
▶ Illimo	37,0 Km.
▶ Ayacucho	47,0 Km.
▶ Laquipampa	90,0 Km.
▶ Miscepe	38,0 Km.
▶ Mirópe	33,3 Km.
▶ Oyotún	83,7 Km.
▶ Piétop	34,6 Km.
▶ Piura	43,3 Km.
▶ Pimentel	2,7 Km.
▶ Requena	11,8 Km.
▶ Sicán	36,0 Km.
▶ Tacama	33,0 Km.
▶ Zaña	46,1 Km.
▶ Saltau	23,6 Km.
▶ Bosque de Pinos	33,0 Km.
▶ Cañaris	270,0 Km.
▶ San José	16,0 Km.
▶ Chichapoyas	453,2 Km.
▶ Chupón	73,0 Km.
▶ Choto	214,7 Km.
▶ Ecuador	578,0 Km.
▶ Ferretafé	18,2 Km.

Sección de Deleite

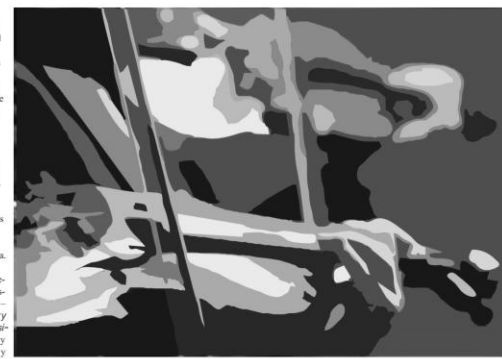
Entrevistamos a al director y profesor de música, Carlos Martín Saldaña encargado de guiar a tan talentoso grupo de la Orquesta.

El Barroco de Hoy: Orquesta de Cámara Johann Sebastian Bach

La Orquesta de Cámara Johann Sebastian Bach, viene deleitando con sus violines, teclados, voces y trompetas, los más exquisitos oídos chichayanos. Este valioso grupo tiene como finalidad formar nuevos talentos y la idea del renacer cultural en la región. El director y profesor de música, Carlos Martín Saldaña, es el encargado de guiar a tan talentoso grupo y deleitar al auditorio con temas reconocidos de Vivaldi, Mozart, Pachelbel, Monti, Schubert, Saint y un mix de valles peruanos de Augusto Polo Campos, Miguel Ángel Hurtado y Nicomedes Santa Cruz.

¿De dónde proviene el nombre de la orquesta? La anécdota es sencilla. En el 2004, me invitaron a una presentación en Trujillo; para no ir solo yo invité a dos amigos. El evento se realizó, en ese entonces, en el hotel de turistas. Estaba colmado con distinguidas autoridades y al momento de salir me preguntaban ¿cómo se los presentaron? como yo había estado leyendo Bach rápidamente se me salió el trío Bach. Con el paso del tiempo se formaron los talleres y en honor a uno de los más grandes compositores de la música, decidí usar su nombre.

¿De dónde nace la inspiración por brindar este tipo de espectáculos? Fue educado en este mundo. Todo se remonta en la época de los 80 con el Senador de la República Luis Fernando Seminario Cuglievan, quien forjó a una serie de jóvenes por este camino. Tuvieron a varios artistas de Europa y Norte América, se realizaban conciertos maravillosos en el teatro Dos de Mayo. Ya era el más pequeño de todos, me entusiasmba verlos, absorbí mucha influencia. Uno se queda con la espinita de retomar aquello, eran conciertos maravillosos, hermosos y ahora nos encontramos en el trayecto de formar nuevos talentos y renovar de nuevo el Chiclayo de antaño.



¿Cómo se puede integrar la orquesta? La orquesta no funciona como orquesta propia, sino como semillero y están dados por talleres. La modalidad de ingreso es indistinto. Tengo jóvenes del colegio Parlo, San Agustín, Ceibos, Nuestra Señora del Rosario, San José, entre otros. El procedimiento es el siguiente: cada cierto tiempo establemos audiciones internas, donde cada uno de los niños se presenta, y luego son los conciertos grupales. Si sonaron bien y han podido ensambiar temas, entonces ya están listos. Estamos en la calle Juan Cuglievan 968, en una casa antigua que me permite trabajar la acústica, el cual es un factor muy importante. Ahí trabajamos con ellos. No todos logran ingresar, pues "esto no es producir panes", debo ir formando personas y particularmente me encargo de acuerdo a sus actitudes.

¿Cuál es la importancia de cultivar la música clásica entre los niños y jóvenes? Sobretodo hoy que se nos muestra una cultura de siempre debe ser más significativa. En ese sentido, yo les diría que siempre se dediquen algo al día, mucha calma, tranquilidad y practicar cualquier arte, dedíquese a la música que siempre agrada mucho y siempre tener varias especialidades. Todos deben tener muchos conocimientos en la vida.



## CONCLUSIONES

- I. El diario “La Industria” de Chiclayo es uno de los pocos medios de comunicación en la región que publica información cultural entre sus páginas. Sin embargo, las notas culturales se encuentran dispersas y su contenido es de carácter general; es decir, no se enfoca en la cultura local. Además, hay una carencia de opiniones de especialistas o críticos culturales sobre literatura, artes plásticas y artes visuales locales.
- II. La propuesta de una sección de cultura regional para el diario “La Industria” de Chiclayo nació con el propósito de difundir la identidad lambayecana por ello es que se planteó que el contenido de la información rescate aquellas tradiciones y costumbres olvidadas en el tiempo; pero sobre todo, exponga las manifestaciones culturales actuales proyectándolas hacia el futuro.
- III. La sección de cultura regional se publicará semanalmente pues considera un tiempo prudente para la recopilación y redacción de los contenidos, los cuales estarán clasificados por tres temáticas de investigación: reflexión, protección y deleite. Visualmente las notas tendrán titulares llamativos e irán acompañadas de gráficos y fotografías que inviten al lector a leer el texto completo. Finalmente, la sección conservará el formato, diagramación, tipografía y color empleados por el diario.
- IV. El público consumidor del diario “La Industria” se encuentra en un 89 % interesado en una sección de cultura regional pues considera que es indispensable crear plataformas culturales accesibles que sean producidas por expertos, es decir, periodistas especializados o gestores

relacionados con la cultura, para que el ciudadano pueda conocer otros puntos de vista y genere sus propias opiniones sobre el desarrollo cultural en la región.

- V. El contenido cultural indicado por los lectores está relacionado con información referida a la preservación de costumbres, festividades y lugares turísticos locales que permiten conservar la historia viva. Además, estas notas deben estar matizadas con opiniones de expertos sobre obras plásticas, visuales y literarias; y, darle énfasis a la publicación sobre lugares turísticos de la ciudad, de las acciones emprendedoras y de todas aquellas biografías inspiradores de lambayecanos ilustres.
  
- VI. La presente propuesta tiene claro que los temas culturales no forman parte de la agenda mediática; por ello, se recomienda que las publicaciones sean fruto de gestores culturales que coordinen con la población para desarrollar actividades culturales locales con el fin de difundir toda la riqueza tradicional y folclórica lambayecana.



## REFERENCIAS

Aguirre, E. (2002). *Periodismo cultural y medios de comunicación*. Consultado el 2 de noviembre de 2011 de: <http://archivo.elnuevodiario.com.ni/2002/mayo/29-mayo-2002/opinion/opinion5.html>

Arguedas, J. (1997). *Nuestra música popular y sus intérpretes*. Lima: Mosca azul & horizonte editores.

Aramañanzas, E. (1996). *La cultura, una parcela para periodistas especializados*. Consultado el 02 de Junio del 2013 de: <http://www.ehu.es/zer1/10notinvarma>

Arráez, R.; Jensen, E. & Pascual, C. (2013). *Periodistas culturales y teatro en el EEES*. Estudio sobre el mensaje periodístico, 19, pp. 65-73. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Complutense. Consultado el 09 de febrero de 2017, disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/42012/39994>

Atlas departamental: imagen, geografía, estadística, historia y cultura del Perú. (2003). *Lambayeque*, Lima: La República.

Atlas geográfico, económico y cultural del Perú. (2009). Lima: Producción Cantabria S.A.C.

- Ayala, J. (2010, 27 de junio). Periodismo cultural en los diarios. *Los Andes*. Consultado el 18 de octubre de 2011, disponible en: <http://www.losandes.com.pe/Cultural/20100627/37738.html>
- Ayala, K. & León, E. (2000). *El Periodismo cultural y espectáculos: Trayectoria en la prensa escrita Lima, siglos XIX y XX*". Lima: Universidad de San Martín de Porres, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.
- Bákula, C. (2000). *Reflexiones en torno al patrimonio cultural*. Revista Turismo y Patrimonio, N° 01, pp. 167 – 174. Consultado el 14 de octubre de 2013, disponible en <https://es.scribd.com/doc/295065187/Reflexiones-en-Torno-a-Patrimonio-Cultural-Cecilia-Bakula>
- Ballón, E. (2006). *Tradición oral peruana: Literatura ancestrales y populares*. Lima: Fondo editorial Universidad Pontificia Católica del Perú.
- Barei, S. (2000). *Periodismo cultural: crítica y escritura*. Revista Latina de Comunicación Social, 23. Consultado el 20 de junio de 2014, disponible en: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/15silvia.html>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación de México S.A.
- Bond, F. (1981). *Introducción al Periodismo: Estudio del cuarto poder en todas sus formas*. México: Editorial Limusa.
- Bond, F. (1986). *Introducción al Periodismo: Estudio del cuarto poder en todas sus formas*. México: Editorial Limusa.

- Bonfil, G. (1989). *La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos*. Anuario Antropológico, pp. 13-53.
- Cabrejos M. & Távora C. (2011). *Hechos y Dichos Lambayecanos, historia, tradiciones y décimas*. Chiclayo – Perú: Consorcio Educativo del Norte.
- Campos, M. (2011). *La identidad cultural lambayecana en los estudiantes del VII ciclo de educación secundaria, del colegio nacional San José*. [Tesis de Licenciatura en educación de la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Chiclayo. Consultado el 05 de noviembre de 2016, disponible en <https://es.scribd.com/doc/79876280/Identidad-Cultural-Lambayecana-Mario-Campos-Perez>
- Canales, M. (2006). *Metodologías de la investigación social. Introducción a los oficios*. Chile: LOM Ediciones.
- Castellí, E. (1981). *Manual de Periodismo: teoría y técnica de la comunicación impresa*. Buenos Aires: Plus Ultra.
- Castells, M. (2005). *La importancia de la Identidad*. España: LA VANGUARDIA. Consultado el 06 de noviembre de 2016, disponible en <http://www.iceta.org/mc061105.pdf>
- Cebrián, B & María, L. (2013). *Áreas del periodismo. Comunicación social: ediciones y publicaciones*. Salamanca, España
- Coffey, A. y Atkinson, P., (2003). *En Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Colombia: Universidad Nacional de Antioquia. Consultado el 08 de noviembre de 2016, disponible en:

<https://www.fceia.unr.edu.ar/geii/maestria/2014/DraSanjurjo/8mas/Amanda%20Coffey,%20Encontrar%20el%20sentido%20a%20los%20datos%20cualitativos.pdf>

Cortés, C. (s/f). *La técnica del Focus Group para determinar el diseño de experiencias de formación de usuarios*. Chile: Universidad de Tarapacá.

Cumpa, L. (2002). *Fundamentos de diagramación-Revistas*. Lima: UNMSM.

Definición.de (2008). *Reportaje*. Consultado el 27 de noviembre del 2012.  
<https://definicion.de/reportaje/>

Delgado, P. (s/f). *Cocina, cultura e identidad lambayecanas*. Lambayeque: Fondo Editorial de la Facultad de Ciencias Histórico – Sociales y Educación. Universidad Nacional “Pedro Ruiz Gallo”. Revista Utopía Norteña N° 2 pp. 141 – 147.

Diccionario de la Real Academia Española. (2001). *Cultura, periodismo*. España. Vigésima Segunda Edición: RAE.

DIRCETUR (2009). *Guía Educativa: Identidad Cultural Lambayecana*. Chiclayo: Gobierno Regional de Lambayeque.

Eagleton, T. (2001). *La Idea de una Cultura*. Barcelona: PAIDOS.

El País. (2010). *Las secciones de un periódico*. Consultado el 18 de febrero de 2018, disponible en:  
[https://elpais.com/sociedad/2010/01/05/actualidad/1262646006\\_850215.html](https://elpais.com/sociedad/2010/01/05/actualidad/1262646006_850215.html)

- Espinoza, E. (2000). *Folklore y misterios del Perú*. Perú.
- Fernández, L. (2010). *El tratamiento periodístico en la sección cultural*. Revista Telos, 12, pp. 235-239. Consultado el 17 de julio de 2016, disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/993/99315569008.pdf>
- Fernández, J. (1991). *Cultura e identidad regional de Lambayeque*. Lambayeque: Biblioteca Especializada de la FACHSE-UNPRG
- Flores, M. (2008). *La Identidad Cultural del Territorio como Base de una Estrategia de Desarrollo Sostenible*. Colombia. Revista Opera N°7.
- Galán, Y. (2009). *Identidad y Diversidad Cultural en el Norte del Perú*. Chiclayo: FILKA.
- Garayar, C. (2003). *Atlas departamental del Perú: imagen geográfica, estadística, histórica y cultural*. Lima: Peisa.
- Gargurevich, J. (1996). *El periodismo cultural en el Perú*. Lima: SN.
- Gómez, J (2004). *Chiclayo: Ensayo de bibliografía regional*. Lambayeque: Umbral. Revista de Educación, Cultura y Sociedad. Fachse (UNPRG) año IV, N° 06, pp. 5-17.
- Glass-Coffin, B. (2003). *La perspectiva de género en el curanderismo en el norte del Perú: metáforas, modelos y manifestaciones de la diferencia*. Senti Ethnological Reports, 43, pp. 67-94.
- Gomis, L. (1992). *Teoría del Periodismo: Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

González, E. (2007). *Folklore y tradiciones populares*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

González, E. & Guerra, D. (2007). *Manuel de gestión cultural para promotores y gestores*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Grajales, (2000). *Instrumentos de recogida de información*. Consultado en noviembre 2011, disponible en <http://tgrajales.net/invesrecolecc.pdf>

Grimaldo, M. (octubre de 2006). *Identidad y Política Cultural en el Perú*. Lima: USMP. Revista Liberatit, N° 12. Disponible en <http://www.revistaliberabit.com/libarabit12/grimaldo.pdf>

Harris, J., & Johnson, S. (1982). *El reportero profesional*. México: Editorial Trillas.

Hernández, R., & Fernández, C. &. (1998). *Metodología de la investigación*. México, D.F: McGraw-Hill.

Hidrogo, N. (2006). *Literatura regional de los orígenes en Lambayeque*. Consultado el 11 de octubre de 2013, disponible en <http://www.monografias.com/trabajos81/literatura-regional-origenes-lambayeque/literatura-regional-origenes-lambayeque.shtml>

Hidrogo, N. (2010). *Literatura regional Lambayecana*. Consultado el 11 de octubre de 2013, disponible en <http://literaturaenlambayeque.blogspot.pe/2010/05/la-literatura-regional-y-sus.html>

Hidrogo, N. (2010). *Biografía de pintores y plásticos lambayecanos*. Consultado el 11 de octubre de 2013, disponible en

<http://literaturaenlambayegue.blogspot.pe/2010/05/biografia-de-pintores-y-plasticos.html>

Huisa, L., & Hualpa, L. &. (2009). *Identidad cultural*. Consultado el 18 de Setiembre de 2011. Disponible en [http://identidadculturalfacem.blogspot.pe/2009/10/definicion-de-identidad-cultural\\_08.html](http://identidadculturalfacem.blogspot.pe/2009/10/definicion-de-identidad-cultural_08.html)

Iglesias, J. (1999). *Periodismo cultural en el diario "La Industria" de Trujillo: características de su discurso*, [Tesis de Licenciatura en Comunicación]. Trujillo: Universidad Privada Antenor Orrego.

Illera, M. (2005). *Convivencia y cultura ciudadana*. Barranquilla: Universidad del Norte.

Kapsoli, W. (1998). *Reflexiones: la tradición y la modernidad en el Perú en cuadernos arguedianos*, Revista de la Dirección de Investigación de la Escuela Superior de Folklore "José María Arguedas", N° 01, pp. 20.

Kircher, M. (2005). *La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica*. Revista de Historia 10, 115-122. Consultado el 09 de febrero de 2018, disponible en: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://170.210.83.53/htdoc/revele/index.php/historia/article/viewFile/219/210>

Krippendorff, K. (1997). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós comunicación.

- Korstanje, M. (2007). *Había una Vez: un caso de religiosidad popular urbana*. Buenos Aires: KAIROS. Revista de Temas Sociales. ISSN 1514-9331, Año 11. N°19, abril de 2007.
- La Industria. (2018, 17 de febrero). Historia. *La Industria*, local A8.
- Lara, H. (1999). *El cine*. Revista Cinemanía, 32.
- Lallana, F. (2002). *Tipografía y diseño*. Madrid: Ed. Síntesis S.A.
- Leñero, V. & Marín, C. (1986). *Manuel de Periodismo*. Séptima Edición. México: Grijalbo.
- López, P. (2001). *Estudios culturales. Discursos, poderes, pulsiones*. Lima: Red para desarrollo CCSS en el Perú.
- Lozano, G. (2015). *Cultura e identidad regional de Lambayeque*. Consultado el 10 de febrero de 2017. Disponible en [https://issuu.com/goperuresearch/docs/cultura\\_e\\_identidad\\_regional\\_de\\_lam](https://issuu.com/goperuresearch/docs/cultura_e_identidad_regional_de_lam)
- Malo, C. (2001). *Patrimonio Cultural y Globalización*. Ed. CIDAP.
- Malo, C. (2000). *Patrimonio Cultural Intangible y globalización. Conferencia de Turismo, Colombia*. Disponible en <http://www.anonimoslatinos.org/No1/patrimoe.htm>
- Maracaibo, E. (marzo de 2008). *Teoría del folclor*. Consultado el 29 de Setiembre de 2011. Disponible en <http://teoriadelfolclor.blogspot.pe/2008/03/folclor-concepto.html>



- Martínez, M. (1994). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. México: Editorial trillas.
- Martínez, J. (1981). *Diccionario General del Periodismo*. España: Ed. Paraninfo.
- Márquez, J. (2012). *Periodismo Cultural; ponencia en somos más*. Consultado el 25 de junio de 2015. Disponible en <http://www.revistaelite.mx/periodismo-cultural-ponencia-en-somos-mas/>
- Matus, G. & Molina, F. (2006), *Metodología cualitativa: un aporte de la Sociología para investigar Bibliotecología*. Valparaíso: Universidad de Playa Ancha.
- Maxwell, J. A., (1996). *Methods: what will you actually do?* En *Qualitative research design. An interactive approach*, London: Sage Publications.
- McLeish, R. (1985). *Técnicas de realización y creación en radio*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Medina, O. (2009). *Identidad Cultural en Tiempos de Globalización: notas para un estudio desde la vigencia del pensamiento de Leopoldo Zea*. Cuba, disponible en [http://www.nodo50.org/cubasigloXX/congreso08/conf4\\_medinah.pdf](http://www.nodo50.org/cubasigloXX/congreso08/conf4_medinah.pdf)
- Mendoza, E. (1987). *Presencia Histórica de Lambayeque*. Perú: DESA S.A
- Millones, L. (2003). *Calendario tradicional peruano Luis y Renata Millones*. Lima: Fondo editorial del Congreso del Perú.
- Millones, L. & León, L. (2004). *La magia amorosa del norte del Perú*. Patio de Letras, N° 01, pp. 59 – 75. Disponible en

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/patio\\_letras/n1\\_2004/a07.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/patio_letras/n1_2004/a07.pdf)

Molano, O. (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Revista Opera, N°7. Consultado el 19 de Setiembre de 2011, disponible en: <http://foros.uexternado.edu.co/ecoinstitucional/index.php/opera/article/view/1187>

Municipalidad Metropolitana de Lima (2013). Revista Observatorio cultural. Perú: Municipalidad Metropolitana de Lima.

Orione, J. (2006). *Introducción al Periodismo: El oficio de informar. El periodismo en internet*. Buenos Aires: Ediciones de la Flor.

Pena, F. (2006). *Teoría del periodismo*. Sevilla: Comunicación Social.

Peña, P. (2006). *Diagramación y titulación de diarios*. Lima: Fondo editorial de la Universidad Inca Garcilazo de la Vega.

Pérez, M. (1999): *Las páginas culturales de los diarios como puente de comunicación con el lector*. Revista Latina de Comunicación Social. 15. Recuperado el 06 de Octubre de 2014 de: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/118eulate.htm>

Prado, C. (2005). *Periodismo cultural*. Consultado el 11 de agosto de 2013, disponible en: [https://www.academia.edu/4266320/Periodismo\\_Cultural](https://www.academia.edu/4266320/Periodismo_Cultural)

Prom Perú. (Setiembre de 2006). *Lambayeque*. Lambayeque. Perú: Prom Perú.

Puig, E. (1995). *Breve Diccionario Folklórico*. Piura: Universidad de Piura.

- Puig, E. (2000). *Piura: Identidad y Vivencia*. Piura: Universidad de Piura.
- Prieto, D. (1993). *Cartas a estudiantes de Comunicación Social*. Barcelona: UDA.
- Quarante, D. (1992). *Diseño Industrial*. España: CEAC.
- Riutort, B (1996). *Identidad Nacional, Reconocimiento y Democracia*. España: Revista Taula, quaderns de pensament, N°25 y 26.
- Rivadeneira, R. (1988). *Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. México: Trillas.
- Rivas, L. (2016). *Personajes, libros, debates. Hacia lo trascendente*. Chiclayo, Perú. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós Estudios de Comunicación.
- Rodríguez, F. (2006). *Periodismo Cultural*. Madrid: Síntesis.
- Rodríguez, J. (2011). *La Cultura del Periodismo Cultural*. La Habana. Consultado el 18 de abril de 2014, disponible en: <https://mesadetrabajo.blogia.com/2011/122605-la-cultura-del-periodismo-cultural.php>
- Romo M. & Catillo, C. (2002), *Metodología de las Ciencias Sociales aplicadas al estudio de la nutrición*, en Revista Chilena de Nutrición, 29 (1), consultada el 03 de marzo de 2017 en <http://www.scielo.org/php/index.php>

- Sánchez, M. (2013). *¿Existe periodismo cultural en el Perú?* Consultado el 11 de 10 de febrero de 2018, disponible en: <http://puntoedu.pucp.edu.pe/noticias/existe-periodismo-cultural-en-el-peru/>
- Sancho, F. (2004). *En el corazón del periódico*. Navarra: EUNSA.
- Schramm, W. (1982). *Investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos*. México: Grijalbo.
- Suárez, L. (1976). *Grandes interpretaciones de la historia*. 2da Edición, Pamplona: Universidad de Navarra.
- Suárez, A. (1987). *Planteamiento teórico para el análisis hemerográfico de la sección cultural del periódico*. [Tesis para optar el grado de licenciatura]. Piura: UDEP.
- Tacuri, J. & Muñoz, M. (2010). *Proyecto de elaboración de un proyecto semanario para Chordeleng*. [Tesis de Licenciatura en Comunicación Social]. Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana.
- Tassara, D & Sato, F. (2010). *Cultura Lambayeque*. Consultado el 25 de mayo de 2016, disponible en: [http://culturalambayeque-historiadelperu.blogspot.pe/2010/04/influencia-en-la-historia\\_12.html](http://culturalambayeque-historiadelperu.blogspot.pe/2010/04/influencia-en-la-historia_12.html)
- Terrones, E. (1996). *Diccionario de Periodismo*. Lima: A.F.A. Editores Importadores.
- Tipe, V. & Castillo, H. (2000). *Manual de periodismo: Apuntes prácticos sobre prensa escrita*. Lima: ISBN.

- Torresi, A. (1995). *La Crónica Periodística*. Barcelona: Editorial Ars
- Tubau, I. (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: A.T.E.
- UNESCO. (2009). *Informe Mundial: Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. EE.UU: UNESCO.
- UNESCO. (2002). Declaración universal sobre la diversidad cultural. Documento preparado para Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, Jonasburgo. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>
- Valle, M. (2014). *Periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano*. [Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo]. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Valles, M. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*, Madrid, Síntesis.
- Vargas, J. (2006). *Identidad Cultural y Ciudadanía Global como Instrumentos del Ejército del Poder*. México: Institute of Urban and Regional Development University of California al Berkeley.
- Vásquez, D. (1992). *Manual de periodismo moderno*. Lima: Editorial V.B.
- Vázquez, M. E. (junio de 2003). *Las tesis de Belgrano*. Consultado el 29 de Setiembre de 2011. Disponible en [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/99\\_vazquez.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/99_vazquez.pdf)

- Velasco, J. (1987). *La Religiosidad Popular*. Madrid: Encuentro S.A. Revista Católica Internacional año 09, setiembre/octubre v/87.
- Villa, M. (1998). *El periodismo cultural: Reflexiones y aproximaciones*. Revista Latina de comunicación social, pp. 1-7.
- Villa, M. (2002). *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. Revista Latina de comunicación social, pp. 1-5
- Villa, M. (Noviembre de 2000). *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. Revista Latina de Comunicación Social, 35. Consultado el 15 de Setiembre de 2011. Disponible en: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>
- Villacís, R. (1997). *Manual de Periodismo cultural*. Ecuador: Colegio de Periodistas de Pichincha.
- Villanueva, P. (31 de Mayo de 2010). *Definiendo al Periodismo Cultural*. Consultado el 10 de Octubre de 2011. Disponible en <http://paloma-villanueva-cruz.suite101.net/definiendo-al-periodismo-cultural-a18087>
- Visso, M. (2004). *Periodismo*. Lima: Universidad Garcilazo de la Vega.
- Warmayllu. (2010). *Arte Perú. Música, danzas y arte dramático*. Perú. Consultado el 18 de noviembre de 2017, disponible en <https://educacionartesvisuales.files.wordpress.com/2012/05/arte-perc3ba-warmayllu-danza.pdf>

Yarrow, J. (2005). *Enfoque del curanderismo en Lambayeque*. UMBRAL Revista de Educación, Cultura y Sociedad, FACHSE (UNPRG) Lambayeque, N° 08, pp. 182 -192.

Zallo, R. (1998). *Economía de la comunicación y la cultura*. Ediciones Akal. Madrid.

## **ANEXOS**

### **ANEXO N° 01: CUESTIONARIO ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD**

1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo de definiría?
2. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?
3. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuyen con un rol importante en la difusión de la cultura?
4. En su opinión, ¿Por qué el público debe recibir información cultural?
5. Los medios no tradicionales como el Internet si vienen desarrollando difusión cultural, ¿A qué se debe esto? ¿Cómo? De ejemplos
6. ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura desde su posición?



7. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?
8. ¿De qué manera se puede aprovechar la edición para que el contenido cultural no se vea tan sobrecargado y caiga en el aburrimiento?
9. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?
10. ¿Vende el periodismo cultural?
11. Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional. ¿Le gustaría contar con este tipo de publicaciones?
12. ¿Considera que esa sección es factible, para elaborarla como para venderla?
13. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?

## ANEXO N° 02: CUESTIONARIO ENCUESTA

### Encuesta

Edad:

Sexo:

Buenos días/ tardes, estamos realizando una encuesta sobre la sección de cultura regional en el diario La Industria de Chiclayo, para una investigación de tesis universitaria sobre la identidad en la Región. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas.

1.- ¿Usted adquiere el diario La Industria de Chiclayo?

- a) Sí
- b) No

\*Si su respuesta es sí, por favor continúe con las siguientes preguntas.

2.- ¿Con qué frecuencia lee este diario?

- a) Todos los días
- b) interdiaria
- c) Semanal
- d) Mensual

3.- En la sección cultural, ¿qué es lo primero que llama su atención?

- a) La estructura y el diseño de la sección.
- b) Las fotografías.
- c) Los temas abordados.
- d) El tratamiento de la información.
- e) La agenda de eventos locales.

4.- ¿Considera usted que en la sección cultural del diario La Industria de Chiclayo se promueve la identidad regional?

- a) Sí

b) No

\*Si su respuesta es NO, por favor continúe con las siguientes preguntas.

De ser SÍ, usted ha finalizado la encuesta.

5.- ¿Le gustaría contar con una página cultural actualizada y netamente regional?

a) Sí

b) No

Si su respuesta fue NO, mencione el por qué.

---

6.- ¿Qué considera que debe contener esta página cultural?

a) Destinos turísticos.

b) Costumbres de los pueblos (frases, dichos, danzas, festividades, creencias).

c) Crítica de expertos sobre obras plásticas, visuales y literarias.

d) Historia de lambayecanos ilustres.

e) Acciones emprendedoras y actividades culturales.

7.- Usted considera que el uso de imágenes explica mejor un tema complicado. ¿Le gustaría contar con iconografía en algunos temas culturales?

a) Sí

b) No

8.- ¿Le gustaría que la página cultural sea de manera tradicional o más moderna y colorida?

a) Blanco y negro (tradicional)

b) A color

9.- ¿Cada cuánto tiempo le gustaría contar con esta sección?

- a) Diaria
- b) Inter diaria
- c) Semanal
- d) Quincenal
- e) Mensual

Muchas gracias por su tiempo

### ANEXO N° 03: CONTENIDO CULTURAL EN EL SUPLEMENTO LUNDERO

Unidad de análisis, según portada de suplemento (n=4)

Tema en portada	Fecha	N° de publicación
Lucian Freud (1922-2011)	Enero de 2012	397
Cementerio de coches	Febrero de 2012	398
Poro Poro	Marzo de 2012	399
Homenaje a Antoni Tapies	Abril de 2012	400

**Fuente:** Elaboración propia

Unidad de análisis, según contenido suplemento

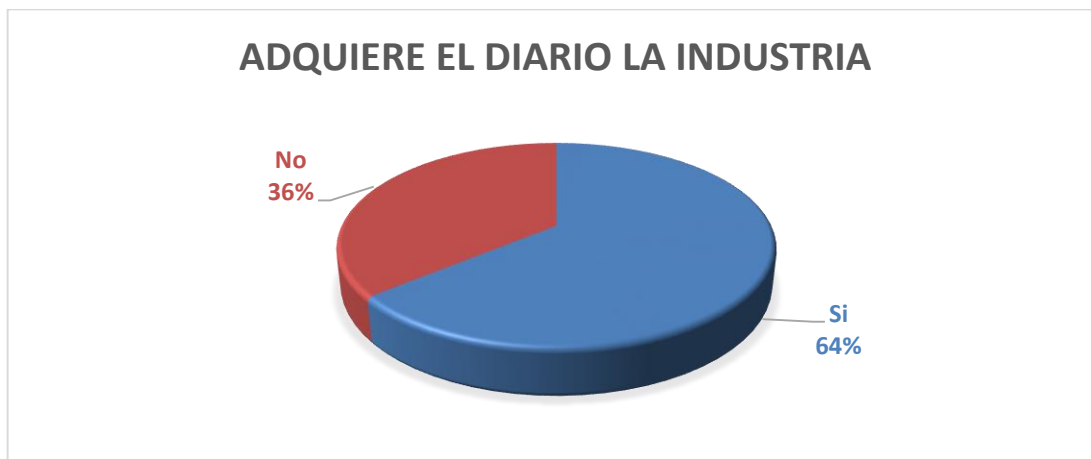
Tema	N° 397	N° 398	N° 399	N° 400
Patrimonio	0	1	1	1
Turismo	0	1	1	1
Arqueología	0	0	2	0
Tradición	0	(I)*	(II)*	1
Personajes	2	1	1	1
Artes plásticas y visuales	1	2	0	2

Música	0	(I)	(II)	1
Cine	0	1	0	0
Literatura	3	0	1	0
Artes escénicas	0	0	0	0
Nº Notas	6	8	8	7

**Fuente:** Elaboración propia

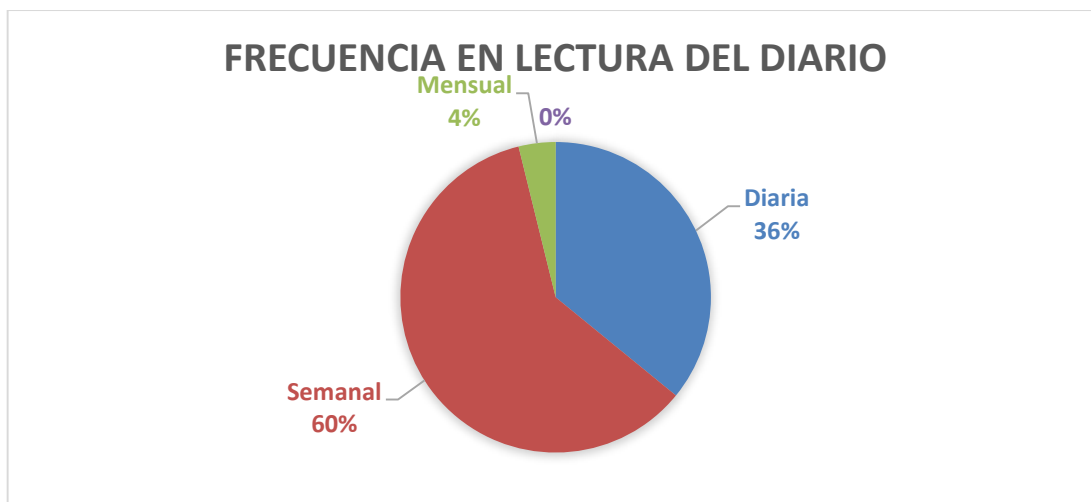
## ANEXO N° 04: GRÁFICOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Usted adquiere el diario La Industria de Chiclayo?



El 64% adquiere el diario, mientras el 36% no.

2. ¿Con qué frecuencia lee este diario?



El 60% lee el periódico de manera semanal, el 36% de manera diaria y finalmente el 4% lo lee de manera mensual.

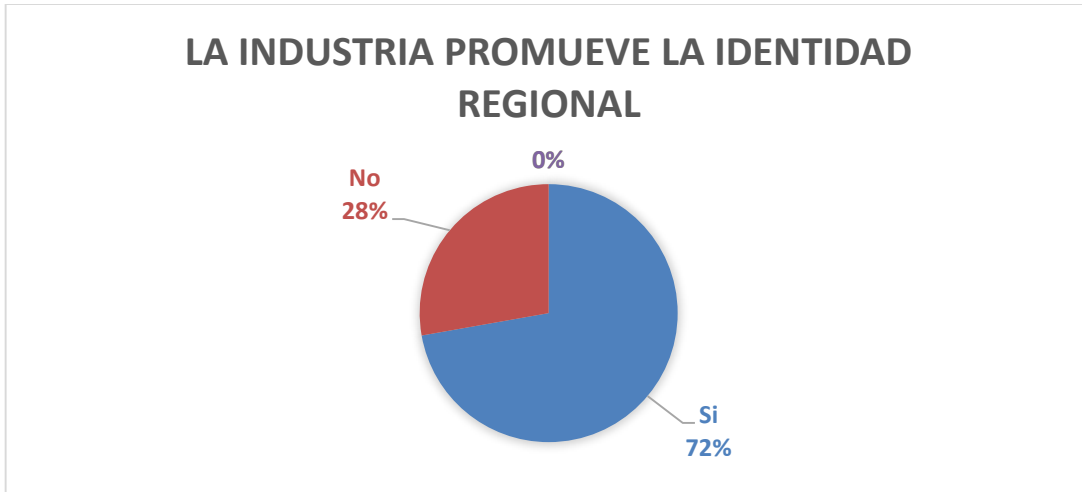
3. En la sección cultural, ¿qué es lo primero que llama su atención?



El 24% se interesa por los temas abordados, el 23% por la actualización de los eventos locales, el 21% por las fotografías, el 19% por el tratamiento de la información y el 13% por la estructura y diseño de la sección.



4. ¿Considera usted que en la sección cultural del diario La Industria de Chiclayo se promueve la identidad regional?



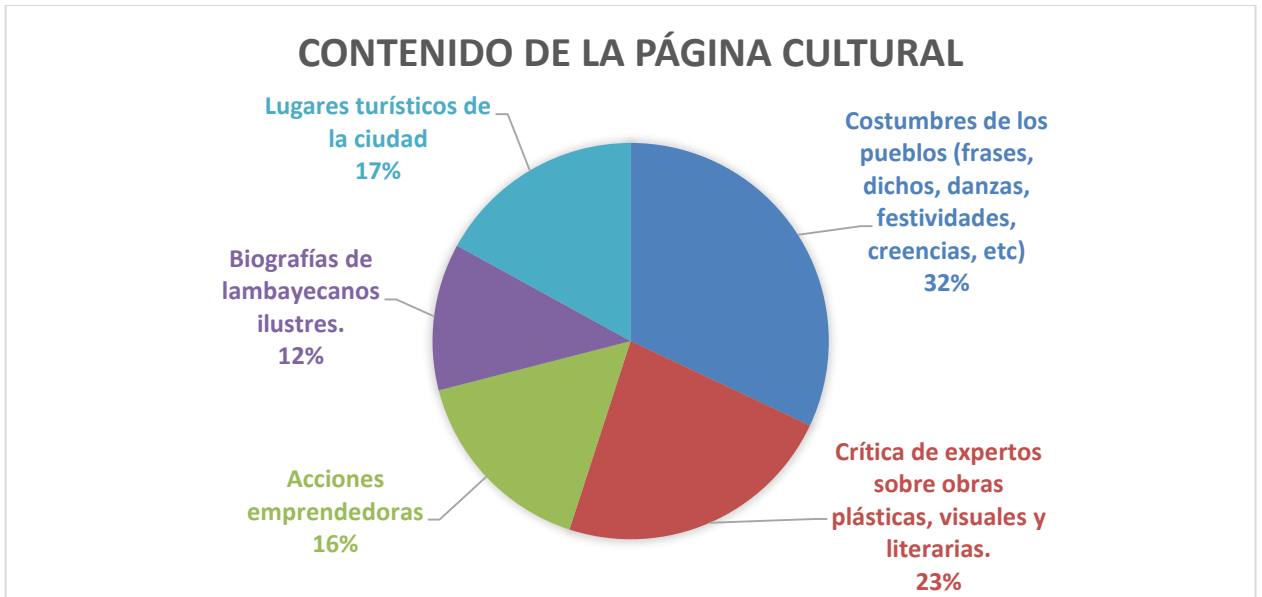
El 72% considera que el diario La Industria sí promueve la identidad regional mientras el 28% considera que no.

5. ¿Le gustaría contar con una página cultural actualizada y propiamente regional?



Al 89% le gustaría contar con una página cultural actualizada y el 11% no.

6. ¿Qué considera que debe contener esta página cultural?



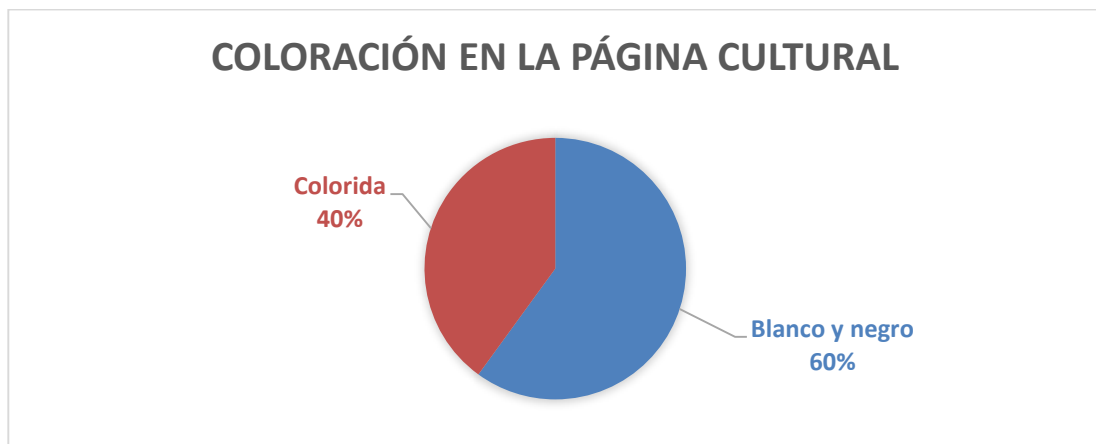
El 32% opta por conocer sobre las costumbres de los pueblos, el 23% saber la crítica de expertos en temas de obras plásticas, visuales y literarias, un 17% desea conocer los lugares turísticos de la ciudad, el 16% sobre acciones emprendedoras en la región y, finalmente, un 12% acerca de la biografía de lambayecanos ilustres.

7. Usted considera que el uso de imágenes explica mejor un tema complicado. ¿Le gustaría contar con infografías en algunos temas culturales?



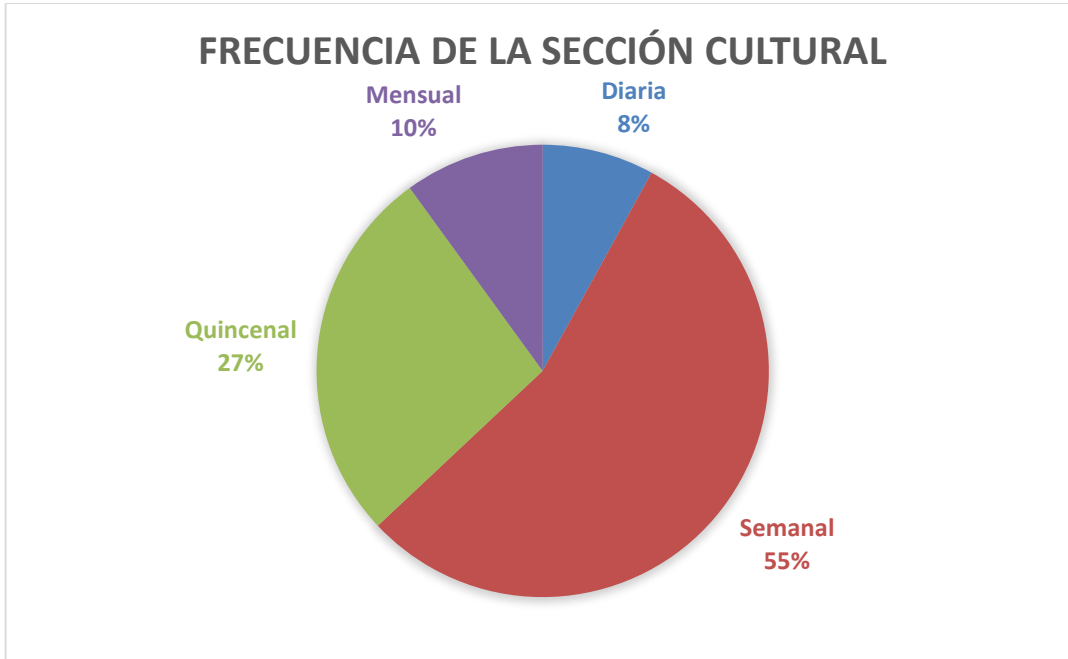
El 80% opta por la presencia de infografías y el 20% no.

8. ¿Le gustaría que la página cultural se diseñe en blanco y negro o que sea más colorida?



El 60% conserva el formato a blanco y negro, mientras el 40% opta por una página colorida.

9. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría contar con esta sección?



El 55% lee de manera semanal el diario, el 27% de forma quincenal, el 10% de manera mensual y el 8% de forma diaria.

## **ANEXO N° 05: NOTAS DIAGRAMADAS EN LA PROPUESTA**

### **TEMÁTICA DE PROTECCIÓN:**

#### La herencia de los Santa Cruz: El cajón y las décimas

El ingenio siempre ha sido una característica innata del ser humano. Ante la adversidad, siempre logra establecer un medio para distraerse, comunicarse y hacer llevadera las dificultades que se le puedan presentar. Así, surgen las décimas y el Cajón, una fina poesía tradicional y un instrumento de procedencia humilde y casera que se usó como elemento de percusión para los antiguos negros esclavos.

Con la evolución del hombre, también ha venido el perfeccionamiento de este ingenioso instrumento musical. A fines de los años 50, el cajón peruano se engalana como amo y señor del ritmo en la música de la costa el Perú, indispensable e irresistible por el sonido que emana en festejos, tonderos, lunderos, polkas, marineras y valeses.

El pueblo de Zaña cultiva las décimas desde varios siglos atrás. El peruano y representante de la poesía viva, Nicomedes Santa Cruz, no pudo resistirse en visitar el lugar y reivindicó del modo más fino está hermosa poesía. Él mismo denominó a tan digno instrumento como 'Su Majestad, El Cajón'.

El legado de los Santa Cruz recayó sobre Rafael, quien continuó con la gran difusión de la música afroperuana. Por ello, en honor a su incansable labor, desde el 2007 se viene realizando el Festival del Cajón. En el 2015, la Ciudad de la Amistad se convirtió en la primera ciudad de provincia en sumarse al récord

Guinness con 2.037 personas en simultáneo tocando el cajón en el Festival Internacional del Cajón Peruano.

En conferencia de prensa dentro de las instalaciones del Palacio Municipal de Chiclayo, el ritmo y sabor de tan humilde instrumento estuvo a cargo de Carlos Monsalve Navarrete (cajonero), también se dio un agregado al momento de escuchar las décimas que estuvieron a cargo de Hildebrando Brionnes Vela. Ambos son representantes de estas artes en Lambayeque.

Datos:

Tan digna creación no podía pasar desapercibida ante los ojos y oídos del mundo. Por ello, María del Carmen Dongo acudió a la Comisión de Turismo del Congreso y tras una incansable serie de trámites, en el 2001, el cajón fue declarado como Patrimonio Cultural de la Nación – en ese entonces- por el Instituto Nacional de Cultura y posteriormente dar pase al reconocimiento internacional y rendir homenaje póstumo a uno de sus principales difusores, Rafael Santa Cruz, por parte de la Organización de los Estados Americanos (ONU).

## TEMÁTICA DELEITE:

### A LA HEROICA CIUDAD DE CHICLAYO

Sultana de la dicha, que ostentas primorosa  
tu gala y tus encantos, ¡oh ínclita ciudad!,  
permite que mi canto, con lira temblorosa,  
al ritmo de tus glorias, ¡oh tú, ciudad hermosa!,  
mi voto más solemne te eleve con lealtad.

Ciudad libertadora que un día no lejano  
enviaste tus legiones al campo del honor,  
y en hórrido combate y esfuerzo sobrehumano,  
luchando por la Patria con ímpetu peruano  
proezas mil hicieron de arrojo y de valor:

Heroica a ti te nombra con júbilo la Historia,  
ciudad de los valientes que al toque del clarín,  
sedientos de venganza, del triunfo y de tu gloria  
lanzáronse aguerridas al grito de la victoria,  
cuyo eco repitieron los campos de Junín.

Tú brindas, generosa, consuelo al peregrino  
y a cuantos por tus puertas buscando asilo van;  
estrella precursora, tú alumbras su camino,  
y haciendo venturoso su incierto y cruel destino,  
cual madre tus favores prodigas con afán.

Rodeada de esperanza, en ti la vida empieza,  
alcanza tu comercio, progreso colosal,

florece tus industrias, aumenta tu riqueza,  
y, amante del trabajo, que es signo de grandeza  
en él feliz contemplas tu más sagrado ideal.

También tienes tu Templo, lugar donde el Cristianismo  
refleja del creyente la mística piedad,  
baluarte inaccesible del triunfo chiclayano,  
allá, cuando a la sombra del Lábaro peruano,  
heroica defendiste tu santa libertad.

Tú tienes un portento de vírgenes hermosas,  
reflejo venturoso de amor; virtud y bien,  
precioso ramillete de magnolias y de rosas  
que son por su belleza las reinas primorosas,  
alados serafines, custodios de tu Edén

Poema: 'A la heroica ciudad de Chiclayo' Fidel Arana Rodríguez. Recopilada  
por: Luis Rivas Rivas.



## **EL BARROCO DE HOY: ORQUESTA DE CÁMARA JOHANN SEBASTIAN BACH**

La Orquesta de Cámara Johann Sebastian Bach viene deleitando con sus violines, teclados, voces y trompetas, los más exquisitos oídos chiclayanos. Este valioso grupo tiene como finalidad formar nuevos talentos y la idea del renacer cultural en la región.

El director y profesor de música, Carlos Marín Saldaña, es el encargado de guiar a tan talentoso grupo y deleitar al auditorio con temas reconocidos de Vivaldi, Mozart, Pachelbel, Monti, Schubert, Saint y un mix de valsos peruanos de Augusto Polo Campos, Miguel Ángel Hurtado y Nicomedes Santa Cruz.

### **¿De dónde nace la inspiración por brindar este tipo de espectáculos?**

Fui educado en este mundo. Todo se remonta a la época de los 80 con el senador de la República Luis Fernando Seminario Cuglievan, quien forjó a una serie de jovencitos por este camino. Traían a varios artistas de Europa y Norte América, y se realizaban conciertos maravillosos en el teatro Dos de Mayo.

Yo era el más pequeño de todos. Me entusiasmaba verlos, absorbí mucha influencia. Uno se queda con la espinita de retomar aquello. Eran conciertos maravillosos, hermosos y ahora nos encontramos en el trayecto de formar nuevos talentos y renacer de nuevo el Chiclayo de antaño.

### **¿De dónde proviene el nombre de la orquesta?**

La anécdota es sencilla. En el 2004, me invitaron a una presentación en Trujillo; para no ir solo yo invité a dos amigos. El evento se realizó, en ese

entonces, en el hotel de turistas. Estaba colmado con distinguidas autoridades y, al momento de salir, me preguntaban ¿Cómo se los presentamos? como yo había estado leyendo Bach, rápidamente se me salió el trío Bach.

Con el paso del tiempo, se formaron los talleres y en honor a uno de los más grandes genios de la música, decidí usar su nombre. Bach es un genio de la música. Es un personaje que ha trascendido porque fue arreglista, instrumentista, organista, compositor, luthier – Profesional que fabricar y reparar instrumentos musicales de cuerda- y su teoría y armonía se sigue estudiando y empleando en todo tipo de música, como el blues y el jazz.

### **¿Cuántos integrantes conforman la orquesta?**

Dependiendo de las presentaciones. En realidad, son 40 participantes de los talleres.

De acuerdo a las presentaciones, vamos evaluando sus condiciones, horarios de estudio y tiempos. Por ejemplo, Ahora, la presencia de trompetas y trombones nos hace tener un bloque un poco grande de instrumentista de cuerda, pero también se puede reducir un poco más. Si viene un coro y veo que es necesario, pues se puede reducir o agrandar.

### **¿Cómo se puede integrar la orquesta?**

La orquesta no funciona como orquesta propia, sino como semillero y están dados por talleres. La modalidad de ingreso es indistinto. Tengo jóvenes del colegio Pardo, San Agustín, Ceibos, Nuestra Señora del Rosario, San José, entre otros. El procedimiento es el siguiente: cada cierto tiempo establecemos audiciones internas, donde cada uno de los niños se presenta, y luego son los

conciertos grupales. Si sonaron bien y han podido ensamblar temas, entonces ya están listos.

Estamos en la calle Juan Cuglievan 968, en una casa antigua que me permite trabajar la acústica, el cual es un factor muy importante. Ahí trabajamos con ellos. No todos logran ingresar, pues “esto no es producir panes”, debo ir formando personas y particularmente me encargo de acuerdo a sus actitudes.

**¿Cuál es la importancia de cultivar la música clásica entre los niños y jóvenes? Sobre todo hoy que se nos muestra una cultura de espectáculos que no es propiamente cultura.**

Estas melodías siempre te dan mucha calma, tranquilidad y una serie de mezclas de sentimientos. La música y el arte en general tienen dos tendencias para mí: una que busca relajar y divertir, y otra que busca relajarse y aprender.

Tú eres parte de lo que escuchas y tu cerebro se desarrolla acorde de ello. La música que uno escucha siempre debe ser más significativa. En ese sentido, yo les diría que siempre se dediquen a algo útil, trabajar en un deporte, practicar cualquier arte, dedicarse a la música que siempre agrada mucho y siempre tener varias especialidades. Todos deben tener muchos conocimientos en la vida.

## **TEMÁTICA DE REFLEXIÓN:**

Dedicación, disciplina y perseverancia son los ingredientes principales

### **Saramama: con sabor y amor**

Un pequeño laboratorio guarda celosamente, entre sus paredes, los secretos para que, en una hora de cocción, con un peso que varía entre 150 gr y 200 gr, un relleno succulento de queso, carne o pollo y una salsa especial a base de tomate, sean necesarios para deleitar el más exquisito paladar. Tres son las ubicaciones estratégicas: esq. de San José y Luis Gonzales, Elías Aguirre (al costado de una tienda de telas) y en la esq. de San José y Alfonso Ugarte.

Entre molinos, ollas, mesas e ingredientes, se cocina el proyecto de una pareja de esposos que busca posicionar su marca y realzar a la humita: este es el caso de Leyser y Margarita.

Desde las 5 de la mañana comienza el ajetreo. Se reciben los insumos, se inicia el proceso de venteado, molido y la preparación de la masa. Leyser Gonzales Chumacero (29) es chef, soñador, fantasioso, creativo e innovador innato y junto a seis personas, se encarga de todo el proceso de producción, rigiendo su trabajo a la paciencia y puntualidad. Por otro lado, Margarita Medalí Pérez Peralta (27), con estudios en Administración y una especialización en servicios turísticos, es una joven madre aguerrida y perfeccionista, que dirige, refuerza y supervisa las buenas prácticas de manipulación junto a sus otros seis colaboradores de ventas.

### **El inicio del sabor**

Todo empezó, hace dos años, como un regalo de enamorados por parte de Leyser a Magui (como la llama tiernamente). Ella quedó fascinada con tan

delicioso presente y no se le ocurrió mejor idea que empezar un pequeño negocio propio.

“Mi mamá fue la de la sazón, pero tiene una desventaja, que no siempre le salen iguales, ya sea por proporción, la diferencia de condimentos o los tiempos. A mi esposa se le ocurre la idea de vender las humitas. Mi mamá las prepara para que ella las pudiera vender”, recuerda Leyser.

Con un par de utensilios prestados, 25 soles y tras probar bastante masa cruda, salieron al mercado las primeras 100 humitas. “Empezamos como ambulantes a las afueras de Tepsa, luego por el Banco de la Nación, Luis Gonzales, San José, Izaga y Balta”, señala Margarita.

### **De ‘Carrito rojo’ a ‘Saramama’**

El camino no ha sido fácil para esta joven pareja, pues, han sabido luchar con la voraz competencia y los hincapiés propios de la informalidad.

Con todas las ganas de sacar adelante su negocio, impulsaban a las personas a probar sus humitas, pero descuidaron un pequeño detalle: se convirtieron en anzuelos de su competencia.

“Comenzamos a llamar: ‘Lleve sus humitas, cómprele al carrito rojo’. Los invitábamos a probar y la gente se iba a la competencia, porque como nosotros contábamos con poco presupuesto solo teníamos un mandil y un carrito rojo, otro blanco. Envolvíamos el banner. La marca era una debilidad que la competencia aprovechaba muy bien”.

Motivados por la competencia, quienes copiaron desde su cooler hasta su uniforme, la joven pareja decidió hacer un cambio de 360° a su negocio.

“Empezamos con ‘carrito rojo’ pero nos dimos cuenta de que era muy limitado y nosotros pretendíamos llegar más lejos. Le caímos tan bien a la competencia que se adueñaron de nuestros colores y nuestras palabras”, recuerda Leyser.

### **Cocinando futuro**

El proyecto va más allá de la venta de humitas. ‘Saramama’ se proyecta a ser una empresa grande, patentar su marca y recetas, posicionarse en el mercado y realzar el valor de este piqueo.

### **La Identidad Cultural Lambayecana**

En un congreso de Escritores organizado por la Universidad Ricardo Palma de Lima interesó mucho una ponencia en la que precisábamos la afinidad entre las Tradiciones Peruanas u el rico anecdótico que durante casi seis décadas Nixa desplegó en La Industria de Chiclayo y en Lundero. “Si Palma –decíamos- trazó en sus Tradiciones una imagen risueña de la Lima del Ochocientos, Nixa, desde las páginas de La Industria y Lundero, retrató el perfil entrañable de nuestro Chiclayo, amical y campechano que, a lo largo de un siglo, ha ido cambiando de rostro pero no de alma”.

La novedad de tal aserto residía en que Nixa es muy célebre en otras latitudes fundamentalmente como poeta vanguardista; más para los lambayecanos –que hemos saboreado y admirado en gran manera las dos vertientes de su poesía: vanguardista y nativista- su legado más trascendente es el que hallamos en su prosa periodística y narrativa. En ella aprendimos a familiarizarnos con personajes y sucesos de nuestra historia regional y a valorarlos en su cabal dimensión. Desde luego, ello contribuyó muy eficazmente a fortalecer nuestra conciencia de identidad lambayecana y a comprender cuán

importante es, para lograr el desarrollo regional, difundir nuestro rico patrimonio cultural, pues no se ama lo que no se conoce.

El tema reviste actualidad, pues recordamos fechas de trascendencia en nuestra historia. El 1° de diciembre de 1874, el vicepresidente Manuel Costas promulgó la ley que confirmó el Decreto Supremo que, el 7 de enero de 1872, expidiera el presidente José Balta creando el Departamento de Lambayeque.

Pero ¿cómo fortalecer la conciencia de identidad cultural lambayecana, a la que hemos hecho referencia, en las nuevas generaciones? Dado que aún no tenemos una Historia Cultural de la Región Lambayeque (el importante libro de Jorge Zevallos abarca desde el siglo XVI al XIX y prioriza la dinámica económica), señalamos aquí algunos datos y fuentes que, aunque esquemáticamente, nos aproximan a una visión del proceso cultural del Departamento de Lambayeque desde su creación en 1874 a la fecha. (En lo referente a la etapa prehispánica, sí existe abundante bibliografía que registra los formidables hallazgos de la arqueología con respecto a las culturas Mochica y Lambayeque).

En el lapso transcurrido desde entonces se han difundido diversos trabajos monográficos sobre la realidad lambayecana. En 1903 Juan Ugaz publica su estudio Bosquejo del Río Lambayeque: su origen, sus afluentes, sus riquezas. En 1907, Bruning estudia en Eten rezagos de la lengua mochica. En 1920 el gobierno de Augusto. B. Leguía compra la Colección de Objetos Arqueológicos de Bruning y funda con ella el museo que lleva el nombre del estudioso alemán. En 1921 el matemático Federico Villareal, nacido en Túcume, da a conocer su trabajo La Lengua Yunga o Mochica, según el Arte publicado por el Licenciado Fernando de la Carrera, Vicario de Reque, Departamento de Lambayeque, en 1644. Ese mismo año aparece el libro de Carlos Bachmann Departamento de Lambayeque- Monografía Histórica y Geográfica. Entre 1922 y 1923 Bruning difunde sus Estudios Monográficos del Departamento de Lambayeque (4 tomos).

En 1927 Ricardo A. Miranda publica su célebre Monografía del Departamento de Lambayeque.

Posteriormente, se han publicado nuevos trabajos monográficos, entre los cuales destaca El Libro de Oro de Lambayeque, editado por Giesela Plengle en 1980 (con segunda edición posterior), quien convocó a especialistas en diversas áreas de nuestra realidad departamental y ofreció una imagen más amplia de nuestro patrimonio cultural.

Pero la fuente de consulta imprescindible para todo trabajo en este ámbito la hallamos en los escritos de Nixa (Nicanor de la Fuente Sifuentes: 1902 – 2009). ¿Y dónde hallaremos sus escritos? Desde luego, en las colecciones de La Industria y de Lundero. Don Nicanor fue uno de los redactores fundadores, tanto en el diario (desde 1952) como en Lundero (1978) y siguió escribiendo en ellos hasta poco antes de su partida.

Desde que don Miguel F. Cerro, al fundar La Industria de Chiclayo, convocó su concurso como redactor, Nixa forjó en su columna “A propósito” el aula de historia nuestra que necesitábamos. Allí aprendimos los memorables anales del acontecer lambayecano y también saboreamos los primores del arte y el folclor nativos. Leyendo a Nixa en La Industria supimos de José Leonardo Ortiz y Juan Manuel Iturregui, de Elías Aguirre y Diego Ferré, de Juan Faning y Pedro Ruiz Gallo, de Torres Paz y Abelardo Quiñones, de Rómulo Paredes y Sara Bullón, de Elvira García y Nicolás La Torre, de Federico Villareal y Alfredo Lapoint, de Jelil y Arturo Schutt y Saco, de Emiliano Niño y Clodomiro Soto, de Santiago Luis Gonzáles y José Francisco Cabrera, de Juan José Lora y Manuel M. Ízaga y de tantos otros hijos ilustres de esta tierra que trazaron la estela histórica que enriquece nuestro patrimonio cultural.



Nixa realizó, pues, docencia invaluable. Aquel patrimonio lambayecano tan valioso estaba ausente en la enseñanza escolar, pero no en el aula cotidiana de Nixa: su columna “A propósito”. Y, con gran eficacia didáctica, nuestra historia nos era servida en sabrosas anécdotas. Remembranzas memorables que no son pretéritas porque no pueden serlo aquellas que vertebran nuestra idiosincrasia y perfilan nuestra identidad cultural. Tal fue la experiencia de nuestra generación y de muchas otras que, antes o después de la nuestra, aprendieron en Nixa –y en otros escritores que complementaron su labor- el valor de nuestro acervo cultural.

Pero esta cruzada para difundir nuestra identidad cultural no habría sido posible sin el apoyo generoso de la estirpe Cerro, a la que los lambayecanos debemos gratitud. Desde el fundador, don Miguel F. Cerro, y su sucesor, el destacado diplomático Dr. Vicente Cerro, hasta María Ofelia Cerro Moral, quien potenció la proyección cultural universal, que cuenta con la participación de especialistas ilustres en las diversas áreas de la cultura.

Además, como es de general conocimiento, María Ofelia Cerro ha puesto siempre empeño tenaz en estimular el cultivo de las artes, las letras y el quehacer de la arqueología, tan fecundo en nuestro medio. Bastarían para ilustrar su esfuerzo: los exitosos Concursos de Poesía y Cuento organizados durante varios años por Lundero, con la participación de niños, jóvenes y adultos de diferentes provincias del país; las concurridas Bienales de Arte contemporáneo realizadas en Trujillo; las primicias que La Industria dio al mundo sobre los célebres hallazgos de los arqueólogos en diversos centros de nuestras culturas prehispánicas, como en Sipán y Sicán, y la permanente cobertura que los eventos culturales tienen en La Industria y en Lundero, como lo enfatizó hace poco Flor de María Vásquez, presidenta de Mesa Redonda Panamericana “Elisa Rodríguez”.

Hoy, las nuevas generaciones hallan en La Industria y algunas fuentes complementarias información muy ilustrativa sobre nuestros valores más notables. Es posible apreciar en las diversas artes, así como en cada uno de los géneros literarios, variadas tendencias y etapas que dan sumo interés a su estudio. Sólo como una muestra –incompleta, apresurada- apreciamos algunos nombres de quienes han contribuido a enriquecer nuestro patrimonio cultural.

Ernesto López Mindreau, Alfredo Itabashi, Dante Silva, Juan Limo, Karl Weiss y los hermanos Victorino y Manuel Amaya, entre otros, destacaron en la Orquesta Sinfónica de Chiclayo que se acercó en 1955. Julio Kuapil creó en 1924 la Academia José Bernardo Alcedo, la cual fue oficializada veinte años después y es el antecedente de nuestra actual Escuela Superior de Música “Ernesto López Mindreau. Ricarte Chávez, destacado educador, tuvo gran éxito con su Orfeón Infantil Chiclayano, que dirigió desde 1974 hasta el verano de 1950. En base a los integrantes de este coro de la Escuela Nicolás La Torre N° 221 (hoy, N° 15017). En las últimas décadas del siglo XX alcanzó renombre la Orquesta Sinfónica que Fernando Seminario creó con su propio peculio y que fue dirigida primero por José Quesada y luego por Humberto Castro Sotil.

En las otras artes salieron: Miguel Baca Rossi, en la escultura; Emiliano Niño, en la trilogía Lora (Jelil, Juan José, Alejandro), Nixa, Alfredo Delgado, Yolanda de Plenge y muchos más, en la poesía; Felipe Rivas, María Ruíz, Pablo y Azucena Arrasco en el teatro de títeres; Mario Puga, R. González, R. Falla en la narrativa; Juan de Dios Lora, Glicerio García Campos, Julio Hernández, Grebavil, José Ramírez, y tantos otros, también notables, en el periodismo; José Puga y Miriam Gayoso en el Ballet; los Amigos del Arte en la Zarzuela; Moreno Marti, Rómulo Paredes, Augusto León, Tello Marchera, en el folclor. Y en la música popular, son y serán perdurables compositores como: Emilio Santisteban, Víctor Mendoza Escurra, Abelardo Núñez y José Escajadillo, entre otros tantos.

En suma, lo aquí anotado es cifra mínima de nuestro rico patrimonio cultural. Por eso, dicen los versos de nuestro Himno Regional: ¡Oh gloriosa Región Lambayeque!

Dios bañó tu horizonte de luz.  
Mil hazañas constelan tu historia  
Y hoy irradas tesón al Perú.

## **ANEXO N° 06: ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD**

### **ENTREVISTA 1: Ex Director de La Industria Augusto Rubio Acosta**

#### **1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo de definiría?**

Es un género que yo considero el más importante que existe y creo que debe ser la razón de ser de todo periodista en el fondo. Es un género que lamentablemente no está muy desarrollado en nuestra realidad, aquí en Lambayeque y en el Perú no hay especialización en Periodismo Cultural. Creo que promoverlo es la mejor forma de contribuir con los comunicadores con vistas al desarrollo social del país.

#### **2. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

En nuestra región prácticamente no se desarrolla el Periodismo cultural tal cual. Los esfuerzos en un medio de comunicación se resumen a las páginas culturales relegadas; los espacios culturales están olvidados, descuidados. Sin embargo, hay esfuerzos individuales que se hacen a través de Blogs, páginas web que, por el contrario, no tienen la trascendencia que deberían tener.

En La Industria le damos mucha importancia al Periodismo cultural. Somos un periódico cultural en el fondo, no solo a través del suplemento Lundero que es un suplemento mensual. También, a través de las páginas diarias le damos la importancia que merece.

**3. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuyen con un rol importante en la difusión de la cultura?**

Creo que pocas empresas en el país se pueden sentir orgullosas de eso. La mayoría está preocupada por impulsar sus marcas, por vender, por su consumo, por las ventas. Pero, creo que el Estado tiene un presupuesto para la cultura. Aquí en Chiclayo, la Biblioteca Municipal no compra libros desde hace muchos años. El presupuesto anual del municipio de Chiclayo para la cultura es de 2000 soles (anual), estamos hablando de una miseria, no alcanza para nada, lo cual tampoco es un pretexto para que las personas involucradas en cultura o el regidor de Cultura no consigan financiamiento, porque si el Estado no te da dinero no te vas a quedar de brazos, sino también hay que buscarlo. Creo que el Estado deja mucho que desear en el tema cultural. Si las manifestaciones culturales de los artistas, escritores y pintores existen, es porque graban discos, escriben libros y publican, es por su esfuerzo personal.

**4. En su opinión, ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Creo para empezar, que nos hace mejores seres humanos. La cultura nos permite darnos cuenta de quienes somos, de donde hemos venido, por qué estamos acá y a dónde vamos. Si no sabemos eso, prácticamente somos seres que vivimos por vivir y casi entramos en la condición de animales, sin que eso represente una ofensa. Creo que la condición cultural es básica para el desarrollo de todo ser humano. Es básico conocer nuestra historia, nuestras manifestaciones culturales que son muy ricas y muy variadas y que lamentablemente están olvidadas, y que existen por iniciativa de los propios artistas.

**5. Los medios no tradicionales como el Internet si vienen desarrollando difusión cultural, ¿A qué se debe esto? ¿Cómo? De ejemplos.**

Creo que hacen un gran esfuerzo. Hay algunos medios especializados en cultura que hacen un esfuerzo grande desde hace años. Son la nueva cara del Periodismo cultural. Allí se está desarrollando Periodismo Cultural. A nivel nacional hay varios espacios en Internet que sí hacen difusión cultural. El periodismo cultural no solo es hacer una nota de una actividad cultural, una muestra de pinturas, una representación de libros, eso no es solamente Periodismo cultural. El Periodismo de opinión también lo es. Entonces, por el mismo hecho de que la gente no tiene la costumbre de leer, no tienen la afición de ir a las muestras de teatro, de cine, de pintura. Por tanto, es más complicado para los nuevos comunicadores estar involucrados en este tema, porque, en realidad, los desconocen.

Por ejemplo, hay una página que se llama Sentemac. Es una de las principales páginas de blog de difusión cultural. Lamentablemente, está centrada en Lima, pero también hay esfuerzos en el interior. Tengo un blog que de vez en cuando lo actualizo, últimamente no tengo mucho tiempo por el periódico. En cada región hay un blog también representativo. En Chiclayo está el blog llamado Los Chero, que es de política también, no es específicamente de cultura pero hace su esfuerzo y eso hay que valorarlo.

**6. ¿Cómo contribuye a la difusión de la cultura en su medio?**

Nosotros difundimos temas culturales diariamente en el periódico. Tenemos suplementos culturales como El Dominical, los domingos; Lundero, una vez al mes y eventualmente también estamos publicando temas culturales.

Nuestra línea informativa gira alrededor de ello, sobre los derechos humanos y respecto a los problemas de los ciudadanos. Estas son nuestras tres líneas de acción. Y eso obviamente implica que no estamos pensando como los otros medios. Los otros medios sí se centran en los escándalos de los políticos, en las páginas policiales y, desde el lado comercial, obedecen a los intereses de las empresas. Si se fija, de lunes a sábado no tenemos publicidad prácticamente. Los anuncios van el domingo nada más. En ese sentido, el periódico tiene más de 60 años de vida cultural y son muchos los esfuerzos que hacemos, incluso desde la página escolar que tiene 21 años.

**7. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

Es complicado cambia el chip de las personas, sobre todo de periodistas que ya tienen muchos años y de jóvenes que están más atentos a lo que pasa en la televisión. Sin embargo, es bueno que los medios de comunicación reflexionen acerca del rol que cumplen.

**8. ¿Cuál es la línea que sigue el diario La Industria? ¿Ofrece o realiza periodismo cultural? ¿Cómo?**

Nosotros somos un diario preocupado por tres temas: cultural, derechos humanos y las preocupaciones ciudadanas. Estamos a lado del ciudadano que no tiene la facilidad de tener voz en otros lados y somos absolutamente independientes.

Otros medios están vinculados al interés mientras que nosotros no. En ese sentido, somos un medio libre e independiente en Lambayeque y la gente lo sabe.

Nosotros no apoyamos a ninguna minera, ni a ningún gobierno regional ni municipio alguno. Al contrario, nos enfrentamos directamente a ellos cuando se equivocan.

**9. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?**

Es el último ensayo de Mario Vargas Llosa. Es un libro altamente polémico porque hay cosas en las cuales tiene mucha razón y lo comparto. Pero, sin embargo, creo que él generaliza y no siempre es así. Hay que especificar las cosas.

**10. ¿Qué temas tratan? ¿Eso es suficiente para ofrecer cultura local?**

No es suficiente. Hacemos muy poco, me gustaría hacer más eso no tenemos las herramientas necesarias por ahora. Nos gustaría que también los ciudadanos se preocupen un poco más. Las páginas están abiertas, cualquier ciudadano que quiera escribir aquí puede hacerlo; simplemente debe tener un nivel de fundamentos y redacción en Periodismo y que sepa informar. Nos gustaría llegar a cada uno de los pueblos pequeños de Lambayeque, son muchos donde hay todavía una resistencia al cambio cultural, a la televisión y a la manera particular de ver el mundo desde Occidente. Entonces creo que desde tenemos que mirar.

**11. Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional. ¿Le gustaría contar con este tipo de publicaciones?**

Sí, me gustaría, pero necesitaríamos más personal, pero sí me gustaría, si es posible tener una página diaria, con acontecimientos culturales en los pueblos sobre todo del interior. En Chiclayo hay gente que hace música y se presenta en auditorios pequeños, en fábricas, en parroquias, en locales comunales, para lo cual merecen tener su espacio.



Hay que sacarlos de su anonimato y apoyarlos porque ser creador es muy complicado. Ser artista es entregar todo y a cambio de nada, porque finalmente la sociedad y los medios te dan la espalda, es la vida del creador. Pero, sin embargo el creador persiste y hace maravillas para producir un disco, un libro. Sobre todo en Chiclayo, donde ese tipo de cultura no es muy valorado, pero entramos en deber de buscar esos espacios.

En un conversatorio en la Librería del Sol dialogamos sobre Polvo Dance quien es un pintor que revolucionó la pintura impresionista y llegó gente. Esas realidades son importantes para elevar el nivel cultural ciudadano. No debemos esperar que el Estado lo haga, debemos hacerlo nosotros.

**12. ¿Considera que esa sección es factible, para elaborarla como para venderla?**

Claro que es factible, en cuanto a lo económico, sobre todo. Creo que los chiclayanos no solamente leen la página política y local, necesitan ese espacio cultural e invertir en eso no es un gasto, es una inversión, porque así estamos formando mejor a la gente. Que importante es para un escritor que salga un libro en un periódico, eso le da fuerzas para seguir haciéndolo. Si se hace conocido, puede comenzar a vender libros.

El proceso de la literatura parte del escritor respecto al escribir el libro. Luego el lector lo lee y tiene que haber una crítica literaria, porque si no hay esto el proceso está incompleto. Entonces, el crítico es el especialista que puede sugerir, puede criticar con certeza y con vasto conocimiento de lo que significa una obra literaria. Entonces, si el escritor no tiene al crítico, piensa que está bien todo y no es así necesariamente. Necesita ese lado que lo ajuste, que vaya puliéndolo con el tiempo y lector

ve en un crítico a un orientador. Entonces, el proceso literario involucra tres elementos.

**13. ¿Qué se entiende actualmente por cultura en la sociedad contemporánea?**

La gente asocia el término cultura con cosa que practican. Lo asocia la gente que todavía lee periódico, porque la mayoría de jóvenes ya están en la era digital, asocian la cultura con el teatro, la ópera y cultura no necesariamente es eso. Es más, simplemente la relacionan con representaciones artísticas, cuando hablan de música culta, se refieren solamente a Mozart y Beethoven. Pero la música, es más, es un huaino, la chicha. Hay que estudiar y analizar la cultura y eso no se hace.

**ENTREVISTA 2: Editor de La Industria Jorge Quevedo Díaz**

**1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo de definiría?**

El Periodismo cultural constituye todos los acontecimientos culturales que tiene que ver con el pueblo. El dar cultura a un pueblo, es darle educación.

**2. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

La difusión cultural es muy pobre, porque no muchos periódicos de la región hacen cultura. La Industria, a través de su suplemento cultural Lundero, hace muchos años, viene emitiendo periodismo cultural. A partir del año 78 produce este suplemento que ha sabido sobrevivir en Chiclayo.

**3. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuyen con un rol importante en la difusión de la cultura?**

Sí, está saliendo adelante. Hay una organización de prensa cultural que se dedica a estos temas. Está saliendo poco a poco dentro del pueblo de Chiclayo.

**4. En su opinión, ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

El recibir información cultural es educar al pueblo. Si no tenemos este periodismo cultural el pueblo está en cero. Por eso, es importante la cultura, no solo en Chiclayo.

**5. Los medios no tradicionales como el Internet si vienen desarrollando difusión cultural, ¿A qué se debe esto? ¿Cómo? De ejemplos.**

Sí, se viene desarrollando y hay varios métodos para contribuir.

En el buscador, podemos consultar y encontrar varias respuestas. Son elementos que se encargan de difundir cultura e información nacional.

**6. ¿Cómo contribuye a la difusión de la cultura en su medio?**

Todos los días, La Industria difunde algo de cultura e información, en la intención de educar al pueblo.

Desde 1978, La Industria apostó por la cultura con la publicación y aparición del suplemento cultural Lundero y Dominical.

Asimismo, en la edición principal, con la página de la sección A8, que todos los días es cultura y los domingos la sección C 1 y 2.

**7. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

No tanto, como parte del espectáculo, sino con el fin de ayudar a educar. ¿Cómo?, sacando información netamente cultural. Esa es una de las formas de ayudar a la comunidad chiclayana.

**8. ¿Cuál es la línea que sigue el diario La Industria? ¿Ofrece o realiza periodismo cultural? ¿Cómo?**

Ayudamos al pueblo con notas relacionadas a la cultura.

Los suplementos Lundero y Dominical. También hubo el suplemento Universo, para ofrecer nuevos aportes de la ciencia. Son agregados de La Industria para difundir la cultura, y darle educación al pueblo. Además, los días martes y jueves La Industria imprime una página escolar, que ha tenido bastante acogida.

**9. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?**

Vargas Llosa resalta los valores que todo ser humano debe tener.

**10. ¿Qué temas tratan? ¿Eso es suficiente para ofrecer cultura local?**

No, no creo que sea suficiente. Se necesita un poco más. Es saber educar al pueblo, poco a poco. Eso es hacer cultura.

**11. Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional.  
Le gustaría contar con este tipo de publicaciones.**

Si es necesario que cada medio de comunicación tenga un espacio todos los días dedicado a la cultura.

**12. ¿Considera que esa sección es factible, para elaborarla como para venderla?**

Por supuesto que la cultura vende. La gente está acostumbrada al espectáculo, al chisme que quizás vendan, pero se trata de educar al pueblo para que no solamente, la cultura del espectáculo, sino que también la cultura sea la base de la educación.

**13. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?**

Es básicamente saber que un pueblo que no tiene educación no tiene cultura.

**ENTREVISTA 3: Magister Luis Rivas Rivas**

**1.- Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo de definiría?**

La definición de periodismo cultural depende de lo que se entiende por Cultura. Si cultura es lo que ahora se suele llamar cultura entonces el periodismo está lleno de cultura, lleno de accidentes, asesinatos, violaciones que son cosas que hace el hombre, puesto que el periodismo cuenta lo que hay aquí y allá. Las emisoras, los periódicos nos hablan de drogadicción, homosexualismo entonces se podrían decir que los periódicos rebosan de cultura. Pero, si hablamos de Cultura en el sentido exacto de la buena música, la buena literatura, las artes plásticas, la

filosofía, la historia, si hablamos en ese sentido consideraría que Periodismo Cultural es aquel que no solo da noticias de eventos culturales sino que los analiza, los difunde, los vulgariza.

El Periodismo a mi juicio debe tener tres funciones: informativa, orientadora y también ilustrativa o educativa, entonces, debe orientar la opinión pública además de mostrar con hechos y por otro lado debe también cultivar, todos necesitamos enriquecer nuestro bagaje cultural y el Periodismo es una herramienta que aventaja a todos los demás, más aún con las innovaciones tecnológicas.

El Periodismo Cultural puede ser un arma educativa de eficacia pero a condición de que sea dosificado, que sea agradable, progresivamente inteligible y creo que si así fuera sería más útil.

## **2.- ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

Digamos que lo mejor que hay aquí en materia de Periodismo Cultural es un Lundero, el suplemento que mensualmente saca La Industria. Allí todos los artículos son de temas culturales y hay colaboradores que envían sus trabajos desde Alemania, algunos desde Francia como la señora Moral y Jorge Eduardo Allersón un poeta y plástico genial peruano que murió hace pocos años, fue uno de los fundadores de Lundero, que desde allá enviaba sus colaboraciones, de manera que es el esfuerzo cultural en materia periodística más avanzado, más completo, pero hay también otros esfuerzos culturales. En los suplementos dominicales de la Industria también suelen abarcarse algunos aspectos culturales pero poniendo énfasis en lo regional, no con esa visión universal que da Lundero; después entre las revistas, había una revista que se titulaba “Lo nuestro”, que sacó un joven de aquí de la Usat y que lamentablemente no sé si siguió sacando porque ya no he tenido más

ejemplares, después en la “Revista de ahora y siempre” de Tata Torres hay una combinación de elementos de crónica social pero también muchos artículos de carácter cultural, inclusive textos poéticos, textos de comentario, de crítica literaria, es una publicación cultural; solamente quisiera aclarar eso, que cuando yo hablo de Periodismo Cultural me refiero al análisis de manifestaciones culturales, no de la mera noticia de que va a ver tal evento que se encontraron poetas o porque hay gente que gusta de reuniones, de encuentros entonces encuentran muchos aficionados a la plástica o a la pintura y sobre eso se hace una gran noticia pero eso no es cultura, eso corresponde más a la página social así como se puede decir que se reunieron los médicos, los abogados, se reunieron los pintores, los escultores pero eso es un evento social eso no es cultura. Cultura es el análisis de las obras de esas personas que realmente son lo que se dice: escritores, poetas, etc.

### **3.- ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

La cultura enriquece el espíritu no somos solamente materia, la dimensión más importante en el ser humano y la trascendente es la espiritual. Es la que nos vincula con dios con el altísimo y es la que al fin y al cabo es el motor de todo lo bueno que hacemos. Si somos capaces de un gesto generoso y una actitud compresiva, de un desprendernos de algo en favor de los demás, eso es un fruto del espíritu, y no es frase mía, sino que la saco del evangelio, recordamos lo que Jesús dijo: “El árbol bueno da buenos frutos, el árbol malo da malos frutos”.

Yo creo q la música es un bien para el alma y el cuerpo, la usan inclusive hay quienes recomiendan la buena música contra el estrés. Y las artes plásticas también lo son, aunque en la parte contemporánea es de

difícil entender por lo que la ha ido alejando del público y de la manera de educar a las masas.

#### **4.- ¿Por qué es importante la Literatura en nuestra vida?**

La literatura es indispensable en nuestra vida. No nos damos cuenta, pero nos ayuda en nuestro quehacer cotidiano porque al leer adoptamos un lenguaje más fluido y podemos comprender diversos temas. Uno refleja lo que lee.

#### **5.- Cree usted que los medios no tradicionales como el Internet si vienen desarrollando difusión cultural, ¿A qué se debe esto?**

Internet como toda la tecnología puede ser desde excelente hasta peligrosísima porque encuentras de todo, en internet se encuentran las fuentes más ilustrativas sobre la cultura, sobre la ciencia y se puede encontrar también información falsa, inexacta denigrante, de manera que internet no es ni buena ni mala así en abstracto, sino depende de quién la maneje.

Lo que si pienso es que para quienes hacen un buen uso de internet es una herramienta poderosísima que antes no se tenía y que suple muchas de las carencias de mi generación. Cuando era joven por ejemplo, había muchas obras literarias que he buscado y no las he podido encontrar en una biblioteca y las he podido encontrar en internet.

#### **6.- ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura desde su posición?**

Según la función que tengamos en la vida. Si somos profesores, en el aula o en cuanto charla dictemos o publiquemos en los periódicos y medios de difusión que uno escribe. Por ejemplo yo escribo en Hibrido, lo



edita un centro de egresados de la Universidad de Nueva York, circula en varios países de América y España entonces allí difundí mis análisis de autores y pongo particular énfasis en novelistas que han tenido una inquietud espiritual, cristiana porque en nuestros tiempos hay tanto ataque en el ámbito intelectual contra el cristianismo que he tratado de demostrar los fundamentos de la fe cristiana basados en la Biblia y de refutar y demostrar casos muy ilustres de personas que eran ateas y libres pensadores y que los hechos los han llevado a cambiar de opinión. Entonces yo creo que a través de lo que uno escribe puede cambiar, por ejemplo, yo envié un artículo sobre Chiclayo, estela y horizonte, (por su aniversario) a la Industria, entonces desde aquí cumplo con una función, si fuera periodista podría hacer una campaña, yo solo colaboro con los periódicos. En la Industria he publicado siempre sobre temas Lambayecanos y creo que eso podemos hacer todos los profesores, claro los periodistas tienen más facilidades porque tienen el micro y la columna disponible para hacerlo cuantas veces quieran.

**7.- ¿Cree usted que los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

En primer lugar no podemos echarle la culpa a los medios de comunicación, sino a los gustos del público y si los programas de la televisión se ha devaluado tanto, la televisión apareció en los años 50 – 60 la programación era de mucha más alta calidad y no habían las groserías, las bajezas y tonterías que vemos ahora, sobre todo a los canales de señal abierta, pero si los dueños de los canales transmiten eso es seguramente porque sus anunciantes que son gente de negocios le piden este material y si los anunciantes que son gente de negocios, comerciantes se han dado cuenta que las masas están más interesadas

en esas cosas. De ahí que los noticieros hablan de estafas, violaciones, accidentes; antes solo había un par de periódico que se ocupaban de la crónica roja pero ahora por ejemplo los programas cómicos de televisión de señal abierta, que empezaron con mucho talento en otra época ahora se han dedicado las manifestaciones más groseras como si eso atraerá a la gente, con una falta de respeto a la dignidad de las damas y también una falta de respeto a la dignidad de la persona sensata que porque si no las dices al menos insinúan groserías, entonces la televisión se ha convertido en una cloaca de groserías sobre todo las de señal abierta, que no tienen nada que ver con la cultura.

Habría que empezar definitivamente por el hogar, por ir formando el buen gusto de los niños desde bebitos para que más tarde tengan una más clara percepción de lo bueno y lo desechable, pero tendría que ser así porque los medios de comunicación tienen que vender y naturalmente lo que tiene más acogida. Por ejemplo, esos periódicos de la prensa chicha que hablan de sangre tienen más salida, se venden en cantidad y no tienen la seriedad suficiente para hacer verdadero Periodismo de investigación, lanzan una acusación contra alguien y no se rectifican. Cuando la calumnia sale en primera plana se ensucia el nombre de la persona y son escasas veces en que sale una rectificación y esta no sale en primera plana.

**8.- Usted como colaborador del diario La Industria, ¿Cuál cree que es el valor agregado del diario frente a otras empresas periodísticas?**

Por supuesto, La industria se toma muy en serio la transmisión de cultura regional. Yo creo que Lundero, excede con creces a lo que se puede esperar de un diario regional. Como dijo alguna vez Alfredo Brice: Lundero excedía y superaba a otros suplementos culturales que habían en otros lugares del país. De manera que en ese sentido creo que la

Industria si cumple una labor y bien saca una página semanal sobre asuntos de actualidad científica, de manera que cumple con su rol de difusión cultural, ahora que digamos no se noten muchos los frutos, no se debe a la ineficacia del periódico sino a la preferencia del lector, o sea hay lectores que solo les interesa la noticia, el espectáculo o el deporte y prescinden de todo lo que se haga en lo cultural, en ese caso esa culpa ya no pertenece al periódico sino a sus lectores.

**9.-Se necesita de una sección especial dedicada a la cultura regional.  
¿Le gustaría contar con este tipo de publicaciones?**

Claro, no puede haber amor a lo que no se conoce. Si queremos que haya amor a nuestra región y a nuestros valores pues tenemos que empezar por conocerlo. Como podemos querer a Chiclayo hondamente si ignoramos su historia, como podemos identificarnos con la realidad lambayecana si no estamos enterados de su historia, o nos sintamos interesados en su problemática, hay que conocer. Leonardo Davis decía para amar es preciso comprender, yo diría para amar es preciso conocer. Entonces creo que debe haber espacios para la cultura en todos los medios de difusión que haya, canales de televisión y hacerlo lo más gratos y accesibles que sea posible para que lleguen a gran público.

Desde luego quiero a Chiclayo, soy Lambayecano y quiero lo mejor para mi región y entre lo mejor que quiero para mi región es su desarrollo cultural y si en el desarrollo cultural cumplen un rol importante los medios de comunicación desde luego que me parecería formidable que esos medios de comunicación fueran herramientas eficaces para la difusión de la cultura.

## **10.- ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?**

El término Cultura tuvo durante siglos una acepción muy clara, estaba referida a las disciplinas del arte como las artes plásticas, la buena música, la literatura, la filosofía, la historia. Sin embargo, en las últimas décadas en el Perú a partir de la dictadura de Velasco se generalizó otro sentido de la palabra cultura, difundido sobre todo por los antropólogos, según esta nueva acepción de la nueva palabra Cultura es todo lo que hace el ser humano, definición que me parece a mí que no define nada. Desde mis años de estudiante en la cantuta tuve la convicción de que cultura es la creación de valores espirituales, en tanto que civilización es la creación de valores materiales.

Se entiende por Cultura todo lo que hacen los seres humanos, es decir, comidas, indumentarias, costumbres y dado que es todo lo que hace el ser humano, también estaría dentro todos los actos ilícitos, por eso se habla de una Cultura de la violencia, se habla de una cultura de la droga, del alcoholismo. Al darle a la palabra Cultura un sentido tan amplio prácticamente lo abarca todo y aquello que lo abarca todo no abarca nada. Si llevamos esto al absurdo, Cultura sería desde un concierto de Mozart hasta un chavetazo del gringo o cualquier otro delincuente, porque eso es lo que hace un ser humano. Entonces cuando al término de cultura entra la gastronomía, la indumentaria, las modas y se habla de la Cultura de la violencia y todo eso, ya el término se evapora, no significa nada.

## **ENTREVISTA 4: Arqueólogo Julio César Fernández Alvarado**

### **1. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural? ¿Cómo de definiría?**

El periodismo cultural es una línea dentro del Periodismo que tiene como objetivo fundamental el propiciar corrientes de opinión relacionadas a aspectos de la vida de una ciudad, de una región, de un país y del mundo que normalmente suceden en diversos quehaceres dentro del arte, la filosofía, la historia, la literatura y, fundamentalmente, lo que se puede resumir en las ciencias del hombre, las ciencias humanas, las ciencias sociales. Entonces, el periodismo cultural es involucrar a todas las artes que son producto de creaciones e investigaciones. Ese es un tema que muchas veces se deja de lado.

### **2. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

Cultura siempre hay, lo que ocurre es que los difusores de la cultura no tienen la menor idea de lo que es cultura. Algunos creen que cultura es leer poesía, es ir a una exposición de pintura. Otros creen que cultura es simple y llanamente hacer un concurso de oratoria. Otros creen que cultura es única y exclusivamente pensar en gastronomía. Entonces, la cultura es infinita, la cultura es mucho más allá de estos simples temas pasajeros.

### **3. ¿Cómo incentivar el Periodismo cultural en la región?**

Pienso que, como todo, estamos en un proceso. Es un proceso largo y pienso que los nuevos exponentes del Periodismo que se están formando en las universidades. Los que ocupan los escenarios contemporáneos en estos momentos no son personas cultas. Muchas de ellas, el 80 %, no se han formado para ser periodistas culturales y, por

cierto, no saben nada de lo que es cultura. Por eso, muchas veces hablan cosas que no tienen que ver con los temas que particularmente interesan.

Yo sí veo con bastante optimismo que si se están dando esfuerzos, y no esfuerzos aislados.

El interés es algo que se cultiva, pero en una ciudad como la nuestra sí hay mercado potencial que aspira a otras cosas. Nosotros tenemos a una población que sobrepasa el millón de habitantes, a nivel de región; como tal, tenemos un mercado potencial. El asunto está en que las mentes culturales, ilustres o cultivadas constituyan una clase selecta. No todos aprecian el arte, la música, la filosofía, la historia, la pintura; entonces esto es lamentable. La cultura es propiedad de elites, es duro decirlo pero en realidad siempre ha sido así. Si tú analizas la historia universal, te darás cuenta de que el pueblo por ejemplo, de las civilizaciones griegas, romanas, las germanas no tenían como común denominador a la cultura, ésta era de una élite. En la Edad Media, la impulsora fue la Iglesia Católica. Los grandes cardenales, los obispos y los papas generaban grandes galerías de arte antiguo.

#### **4. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Eso ayuda a que las personas sean sensibles y al mismo tiempo puedan darse cuenta de que el mundo es rico en muchos aspectos no es solamente en lo histórico, literario, pictórico, danza, o música; va mucho más allá de ello. Por eso, la información cultural ayuda a sensibilizar, informar y culturizar en el amplio sentido de la palabra.

#### **5. ¿Vende el periodismo cultural?**

Sí, en la medida en que sepamos marquetear bien el Periodismo Cultural. El gran problema es que cuando uno, por ejemplo, sintoniza

Televisión Nacional del Perú y ves el programa Presencia Cultural pues el conductor Hermosa, no vende. Él debe pasarle la posta a una persona más joven, más dinámica, distinta.

Si nosotros hablamos del escenario local y regional, los programas de televisión deberían tener espacios como Parada Norte, por ejemplo. Sin embargo, muchas veces estos programas son liderados por personas que son legos, que tienen buena voluntad, pero esto no basta. Necesitan de programas más especializados, para ello, se requiere de comunicadores sociales y periodistas serios que tengan una formación profesional, pues esto le da una visión distinta a la realidad.

Sí vende, pero hay que saber introducirlo en el mercado.

## **6. ¿Qué opina de la cultura del espectáculo, señalado por Vargas Llosa?**

Mario Vargas Llosa es bastante categórico al decir que estamos en la época de la pantalla de la televisión. Quien no sale en la televisión no existe, simplemente ha muerto. Hemos priorizado el show televisivo. Hoy un cocinero o un cantante saben más que un filósofo, un estudioso o un pensador.

Hemos priorizado el nivel del espectáculo. Para nosotros, un símbolo del patriotismo es el fútbol, a tal punto de que cuando se da el partido de Perú - Chile, todo el mundo es peruano y se siente patriota y queremos escuchar a un futbolista que simplemente sabe correr, meter goles; pero su cabeza no le da para más, salvo honrosas excepciones. Hemos priorizado situaciones muy mediáticas, a través de futbolistas, cocineros, músicos, cantantes; pero al filósofo, al pensador, al estudioso, al intelectual prácticamente se le ha dejado de lado. Eso es lo que Vargas

Llosa está indicando en su libro, lo que en realidad es lamentable. Todo está al revés, lo cual quiere decir que le estamos buscando la razón a la sinrazón. Es más bonito que hable un deportista que puede ser drogadicto o un enfermo, pero él tiene la razón solo porque sale en la televisión, y eso es marketing, cuando en realidad mucho de lo que dice no es lo más sabio, ni lo más correcto, ni lo más prudente.

**7. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

En principio, debe hacer un consenso entre los medios para evitar propalar información irrelevante, ordinaria y vulgar. La ciudadanía merece tener una programación de calidad, que le ayude a crecer, a mejorar, pero no información que cada día sea una podredumbre que no ayuda a nadie, ni ser mejor persona o en su defecto a tener conocimientos, a que un ciudadano pueda tener una adecuada conversación con otros.

**8. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?**

Para el común denominador de la gente de a pie es que cultura es sinónimo de pintura, de literatura, poesía. Tú eres una persona culta porque me hablas muy bonito, sabes cosas que yo no sé; pero cultura va más allá de eso. La cultura es un enriquecimiento permanente, es un sentir cuando uno contempla y observa con detenimiento una pintura, cuando tú escuchas una melodía de Mozart. En el común denominador de la gente, cultura es escuchar música, leer una poesía, piensan que eso es cultura, pero va más allá de eso. La gente de a pie piensa que cultura está relacionado a un show o a títeres, lo cual no está mal, pero ell debe estar integrado dentro de un plan de desarrollo cultural de una región, que es lo que hace falta.



## **ENTREVISTA 5: Gestor cultural Carlos Mendoza Canto**

### **1. ¿Cómo definiría Cultura?**

Muchas definiciones alrededor de la cultura. La que más me agrada es la visión antropológica, que resume a la cultura como la validación de las prácticas culturales de un colectivo social, es decir, todo aquel soporte, herramientas, manifestaciones de religiosidad, festividad, tradiciones, es lo que es la cultura. Son los esquemas mentales de las sociedades, las que determinan una práctica cultural y por lo tanto una validación cultural. Dice UNESCO que la cultura son todos aquellos saberes, prácticas, tradiciones, soportes y herramientas que hemos producido y que tienen como fin la identidad cultural y lo que nos representa. Todo lo que producen las comunidades son manifestaciones de cultura más aún si están validadas por ellos, por ejemplo, tienes a la música cumbia como un resultante de la validación social cultural, las artesanías, la gastronomía son validaciones culturales, todas esas técnicas, saberes de productos, combinaciones que generan un plato, son los que generan la cultural, pero están validados socialmente, sino hubiera la validación de ello simplemente pasa en la historia.

### **2. Para usted. ¿Qué es periodismo cultural?**

Una cosa es la práctica cultural como resultante de la validación social y otra cosa ya son los lineamientos de política cultural, eso se da cuando una comunidad, una región, un país, considera que determinados elementos son culturales o son importantes para su crecimiento desde una visión del destino, que tipo de ciudadanos y peruanos quiero tener, cual es la identidad peruana, es cuando políticamente desde distintas instituciones no desde la oficial se promueven actividades culturales desde un análisis

críticos se promueven la promoción, difusión y la crítica a determinadas manifestaciones. Antiguamente (un aproximado de 30 años), las estructuras de los medios de prensa, incluían dos ámbitos: el de cultura y el del espectáculo. El de cultura tenía una exigencia mayor, es decir, tenían columnas, análisis críticos, tenían la plástica contemporánea o la plástica peruana, la música peruana, el teatro, las bellas artes en el mundo. Eran espacios en los que cuales se producían contenidos para educar al lector, hay una intencionalidad, por eso te hablaba de un lineamiento político desde la institución prensa, por lo tanto institución comunicación. Y el otro bloque de espectáculo, que estaba asociado con acciones de farándula, la vida social, sibilina de los actores de la gestión cultural, al propio músico, cocinero, bar tender, a los propios bailarines, etc. Entonces podemos decir que estaba muy bien diferenciado. De esos treinta años a la fecha ha desaparecido totalmente el espacio de cultura como ese espacio político público educar, comunicar, adiestrar, compartir y crecer de manera conjunta como visión política, esa idea de destino, de qué tipo de ciudadanos que queremos tener a futuro se ha perdido, nos hemos quedado en la anécdota, en la demanda social. Podríamos decir con eso que la cultura de consumo de los ciudadanos peruanos hoy está en el espectáculo y más no en el consumo académico y reflexivo de la práctica artística cultural. Son dos universos distintos, uno ha terminado anulando a otros, pero nos queda decir que la cultura la estamos vivimos por demanda.

### **3. ¿Cuál es la situación del periodismo cultural en nuestra región?**

Me gustaría que te compraras todos los diarios que hay en nuestra región y midieras la proporcionalidad de ¿Qué diarios tienen agenda cultural, segmento cultural, producen contenidos culturales? No te va a quedar más que dos y dos que podrían ser más exigentes porque lo tiene

La Industria y El Comercio, este último también se está yendo para el lado del espectáculo. La Industria que tiene un suplemento dominical que produce contenidos, pero estos no siempre son producidos desde lo local, hay que mirar en global pero también de manera interna, esa dualidad es importante, pero siento un estudio porque es dominical, es una vez por semana y que pasa los otros días, acaso no hay contenidos culturales? Los contenidos se producen todos los días. La cultura está en constante movimiento, la formación de los comunicadores es superficial en ese sentido, hay la idea de buscar la noticia, noticia puede ser muchísimo depende de cómo tú lo veas, puede ser una evaluación de cuántos especialistas de cultura asumen cargos de cultura? Quién es el director actual de cultura? Es un especialista en cultura o es un profesional de la acción cultural. Si es un profesional de la acción cultural, es decir, un arquitecto o arqueólogo es una línea de la cultura, por eso para mí es determinante la visión antropológica, eso te permite tener la diversidad de manifestaciones culturales que existen y validar las que vienen de occidente como las propias, en igual de condiciones y hay hablamos de interculturalidad, si no hacemos estamos en una línea del ejercicio profesional de la cultura y no le estamos dando a la ciudadanía lo que se está demandando o necesitara.

La Industria y El Comercio juntos conforman el 10% del 100% de oferta de Periodismo que hay. Todos celebran la violencia por la forma como redactan sus contenidos, parecieran hechos jactanciosos poner el carro más chocado o la mujer más golpeada o el hombre más vulnerado, entonces es una exposición al dolor, a la violencia y a la muerte, cuando en función a contenidos lo que importa es el contenido si bien hay un plurito que una imagen vale más que mil palabras a veces la imagen es superior a lo que realmente está ocurriendo, porque como se tiene que hacer noticia se magnifican algunos ángulos de esa noticia, eso te lo hablo en plano

general del Periodismo, pero en sentido cultural ocurre más y no se investiga para hacer periodismo cultural creo yo se debe investigar para sacar un contenido que sea atractivo al público porque por el hecho de ser cultural no quiere decir que no sea atractivo, por lo tanto el nivel de escritura del comunicador es de mayor exigencia. Entonces se ha ido dejando ese espacio porque es un espacio que exige rigor no es un espacio para el superficial el acomodaticio o el escandaloso, programas como el de magaly medina o el de amor, amor, amor o las copias locales que podamos tener son una celebración a la superficialidad desde una supuesta actitud de defensa, por esto que salían los ampays. Nadie critica que la vida licenciosa de las personas deba ser castigada más aún cuando vulneran a otros pero exponerlos a nivel mediáticos es uso de ese caos, de esa situación desarreglada que pueda tener un artista o una familia. Estaba pensando también en ese programa que sacó Beto Ortiz (el valor de la verdad) ¿Cuál es el valor de la verdad? ¿La muerte de alguien? La sobreexposición de la imagen, de un tema, de la violencia que definitivamente azuza a cualquier otro tipo de agresión más aún cuando uno siente que esa persona vivía una situación de violencia. Ahora han cambiado el formato, ahora están en la espectacularidad de los invitados, ya no es ese mismo formato, ya la verdad no importa en gran medida sino como se cuenta esa verdad, nuevamente la incitación al morbo, pero en ese primer caso de esa niña que fue asesinada, realmente desde mi punto de vista, fue una exposición al peligro de esa persona, porque se sabía que guardaba un secreto grande y se negoció con ese secreto donde otras personas fueron vulneradas o se exacerbó esa violencia, su odio y esa codicia.

**4. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?**

La cultura siempre se va a producir, sea con aportes o sin ellos por parte de las instituciones públicas o privadas, la cultura es la manifestación de un pueblo desde su validación. También podemos entender como cultura aquello que nos construye para una mejor ciudadanía y podemos pensar que hay acciones y prácticas culturales que nos destruyen como seres humanos en la convivencia armoniosa, llámese machismo o racismo. El Perú frente a otros países es machista o es racista, esos nos van a dar los indicadores, qué leen o cuál es el comportamiento social de los individuos. Entonces culturalmente la ciudadanía peruana es machista, desordenada, sucia podríamos decir que culturalmente los ciudadanos chiclayanos somos sucios, eso es un resumen y valedero con las evidencias que tenemos. Una comunidad limpia no es aquella que más se limpian sino la que menos ensucia porque tiene información respecto al cuidado del medio ambiente y funcionamiento de su propia higiene y convivencia. No está bien que yo limpie mi casa y bote la basura al vecino, no hay una práctica ciudadana y de respeto al bien común, entonces, el gran problema es la educación, es el centro de la transformación o del cambio social hacia una cultura de destino nuevamente, cuando hablamos de cultura que queremos tener respecto a nuevos modales, civilidad, visión de crecimiento, estamos hablando de cultura de destino, cuando hablamos de la cultura como resultante de la convivencia validada socialmente como puede ser el machismo o el racismo es otra cosa, es interesante mirar esos planos.

A nivel político, institucional, público o privado lo importantes pensar en la cultura como un resultante de una política de destino, por ejemplo, la Usat tiene una política cultural sino no existiría este departamento ni

ninguna de las acciones que vengo realizando ni se pensaría en un plan de largo aliento de diez años para generar transformación espiritual desde el arte y la cultura pero no solamente eso, sino crear soportes. Lo que queremos ahora es crear un centro cultural físico y no lo podemos crear hasta que no seamos conscientes de lo emocional que lo avalen, porque si ahora creamos un espacio físico del que nadie va a demandar simplemente no resultaría. Si yo pongo un espacio de teatro, danzas, música y al costado de mi local realizan un concierto de cumbia, por elección cultural, no por segregación ni discriminación de elección cultural de gustos la gente se va a ir a la cumbia porque lo otro no lo conoce, no se ha sensibilizado. Nosotros estamos realizando una sensibilización que va a durar cuatro años, voy dos y me faltan dos más, después del cuatro año empieza la obra del centro cultural para luego de dos años que estaría edificado empezaría la propuesta, cuando eso ya se dé, ya habrán creado un mercado ya han consumido teatro, danza, música, ha tocado instrumentos, ha bailado, ya va a demandar por querer ver y va a poder pagarlo, y al pagarlo no solo está validándolo emocionalmente sino también económicamente. Nosotros somos muy conscientes que una política de subvención en temas culturales no es la salida, entonces el estado aún teniendo una política cultural definida en la cual promocióne todas las manifestaciones culturales que eleven el espíritu ciudadano peruano, le ayuden a tener orgullo, por lo tanto, resultante de la identidad nacional en la diversidad cultural si es solucionado va a ser mentira, porque el día que no haya la subvención de nuevo todo lo demás va a volver a lo que tiene cerca. Tenemos que desarrollar a partir de la educación el gusto y el aprecio por las artes y la cultura como parte de la ciudadanía en la elección de su tiempo de ocio, si ponemos a dos jóvenes, uno que ya consume cultura de las que nosotros queremos ofrecer para elevar su espíritu humanístico con teatro, danza, música clásica, artesanía

peruana y otro que no ha consumido nada ni lo ha validado obviamente el primero va a demandar más y asistir a estos eventos, en cambio, al segundo le parecerá excluyente, que solo es para adinerados, incluso llega a la conclusión que hay otras actividades más importantes. Entonces así como la demanda social- cultural obedece a una política cultural y por lo tanto una visión de destino, en temas de comunicación es importante poder diferenciar cultura del espectáculo, entiéndase, espectáculo que está centrado en los personajes que son del sector cultura pero no en la producción cultural. Si tú ves programas de concurso, que en realidad no es un concurso sino es la vida de los concursantes, sus romances, intrínquilis amorosos, eso es lo que vende y determina, que como resultante dentro de esta política liberal es la ley de la demanda, tiene una gran audiencia, estos artistas (que en realidad no lo son) van a provincias y el público acude masivamente y pagan por ello, entonces como resultante culturalmente, consumimos ese tipo de productos que no son cultura. La práctica cultural es la necesidad pero no la oferta.

Considero que si es importante trazarnos una línea, una visión cultural y todas las especialidades de soporte que conducen a esa visión de destino, de construcción de ciudadanía y de entidad de la diversidad tiene asidero en las comunicaciones, si las comunicaciones son erróneas como las tenemos, que confunden a la cultura con el espectáculo pues difícilmente podemos separar a Mario Vargas Llosa de Mario Hart, seguramente si pones a un niño conocerá más a Mario Hart y no a Vargas Llosa, con la cantidad de contenido, producciones culturales y de afirmaciones identitaria que tiene Mario Vargas Llosa, recordemos que es un novel del Perú, porque nuestros medios de comunicación no tienen una línea cultural, la importancia de una política cultural en todo tipo de institucionalidades es determinante para evaluar su resultante para la construcción de ciudadanía, la mayoría de las instituciones ni siquiera lo

piensa, de las ocho u nueve universidades que tiene la región, la única que ha pensado en un instituto de cultura es esta y mira en las condiciones pequeñas en las que nos desarrollamos. Si hay un reconocimiento pero al mismo tiempo eso se ve mermado por un aparente no aporte económico porque si la Dirección de Cultura aportara sería otro reconocimiento y las condiciones serían otras, lo que intento demostrar también es que en el ejercicio profesional dentro de la Usat es que la cultura también genera otro tipo de beneficios que no son exclusivamente culturales sino la construcción de identidad frente a la comunidad, imagen. Cómo uno a futuro puede pensar en un marketing cultural de la Universidad católica, pues con el ejercicio profesional de sus estudiantes, los comunicadores de medición no serán mañana, ni al cierre del año, ni al siguiente sino generaciones de personas que salgan de ésta universidad. Por ejemplo, La Universidad Católica de Lima, es una universidad con una política cultural totalmente definida y no necesita mayor marketing para vender ni volantear que es la mejor universidad, simplemente tiene el centro cultural, organiza conciertos, hace exploraciones arqueológicas, investiga, expone proyectos en temas de cultura, representa al país y es una universidad católica privada, no estamos hablando de San Marcos ni una universidad del Estado, ahí está la paradoja de una institución que si tiene política cultural y en el tiempo puede ver su crecimiento y otra que no lo tiene, por lo tanto, su no reconocimiento en la ciudad y en el mundo es de otra manera.

**5. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

Pensando en una visión de cultura como destino es importante replantearlo para poder llegar a ese destino, si seguimos como estamos



en esa política de libre mercado, que lo hemos visto siempre en televisión, que el periodista se alarma porque se está normando algunas políticas en beneficio de protección de la ciudadanía, ellos se defienden en función de la libre expresión. La libre expresión habla de la libertad que un ciudadano tiene para producir contenidos, pero más no justificar la ausencia de contenidos frente a una sociedad de consumo exclusivamente. Si hablamos de estos programas de televisión o los propios noticieros que tenemos ahora, donde se expone imágenes violentas más allá de la propia noticia, hay un exceso de exposición de hechos de violencia que incita al morbo y cuando se incita al morbo, incitas también a la insensibilidad y una ciudadanía insensible es incapaz de conmoverse, ha perdido las capacidades de indignación ante hechos fragantes como representantes políticos que roban, manipulan y que lejos de cumplir su función más bien vulneran los derechos de quienes representan, pero se ha convertido en una película más en la cual nosotros somos insensibles a todo aquello que debería producir indignación y es porque no tenemos esa educación que nos podría dar esos sectores que antes existían (30 años atrás), son los segmentos de crítica dentro de un espacio llamado cultura.

## **6. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Diría que es fundamental y al margen de la información académica que podamos dar desde los medios de comunicación y hacer un espacio de crítica, reflexión o de debate, eso también está en la vida misma pero a otro nivel. Un nivel seguramente menor y considero que es importante porque le permite a la ciudadanía crear una plataforma de discusión y reflexión sobre la realidad nacional pero a partir de un estado emocional. Una persona que no ha sido educado en una visión colectiva como lo propician las artes para hacer teatro, no lo puedes hacer solo. El teatro tiene que ser con un elenco y ese elenco tiene que aceptar que alguien

elija sus destinos, hay una visión común, una entrega, un trabajo conjunto para lograr un resultado. En el mundo en que vivimos, así como en la ley del libre mercado, también el individualismo nos ha llevado a una cosmovisión de egoísmo y no a una visión de ciudadanía porque hacemos cosas que seguramente nos benefician a nosotros pero atentan contra el otro, tenemos una sociedad egoísta, individual, que hace que no podamos trabajar de una manera articulada y eso justamente por la ausencia de una visión cultural o un trabajo de política cultural desde las ciudadanías.

La importancia de educarse y sensibilizarse en el arte y la cultura le permite al ciudadano tener una visión más alta y no decir lo que yo pienso o lo que yo directamente creo que debo hacer sino es una posición frente a los demás, el diálogo se maneja de otra manera, no es imperativa sino es reflexiva y la reflexión siempre te permitirá vivir mejor porque vas a llegar a algo.

## **7. ¿Vende el periodismo cultural?**

Vivimos en un país con una política económica de libre mercado, el cual también te lleva a la idea que solo tiene valor aquello que es demandado y por lo tanto se consume. Mira los productos que hoy generan la economía son realmente superfluos, no son realmente transformadores y pasa lo mismo con la comunicación y específicamente con toda prensa escrita, televisiva y radial. Los programas de farándula han dominado, la superficialidad de la vida de los actores de la gestión cultural, entiéndase bailarines, músicos, actores o cualquier persona de farándula y su vida personal más no su producción y las producciones tampoco son analizadas. Es una resultante de la ausencia de política cultural nacional. Las políticas culturales, en mi opinión, son determinantes para generar un cambio social en función de un tiempo- espacio, por ejemplo, l

Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo hace dos años creó un instituto de cultura, automáticamente se lee que hay una política cultural, hay un espacio de cultura de la universidad que es un eje transversal, en esa transversalidad hay un acercamiento de la vida artística cultural a través de talleres libres e independientes por decisión de los alumnos. Una política de comunicación de lo que son los eventos de cultura desde lo que es la historia, arqueología, antropología, arquitectura, etc con congresos, conferencias que se dan, se podría medir desde esos dos años hasta diez años, como estas actividades pueden contribuir con la formación humanística del estudiante, obviamente de acá a diez años habrá cambio, un resultado porque yo tengo indicadores de cuántos jóvenes participan y de alguna manera en la vida social vamos a ver que los profesionales de la Usat van a evidenciar su entrenamiento hacia las artes y la cultura porque la política universitaria así lo ha planteado. Sin embargo, en la política cultural nacional no la tenemos presente esta idea de cultura como destino. La cultura se transforma en el tiempo, sin embargo a nivel político sea usat o sea país, tenemos que planificarla porque eso determinará a quién nos debemos, en este caso a la comunidad universitaria y en el caso de país, a los ciudadanos con o sin orgullo por su historia y por su memoria.

## **ENTREVISTA 6: Camilo Riveros**

### **1. Usted. ¿Cómo definiría el periodismo cultural?**

El Periodismo Cultural es una disciplina que dentro del Periodismo utiliza distintas metodologías para acceder a las muchas producciones o expresiones de vida que hay en las distintas sociedades. Hay muchas cosas respecto a arte, cine y un par de cosas más que no suelen asociarse

a Periodismo Cultural, por ejemplo, el Periodismo Medioambiental y la culinaria, entonces en general se suele confundir al hablar de cultura con artes, porque en realidad de lo que estamos hablando es del Periodismo acerca de diversas disciplinas artísticas. Entonces si partimos del concepto de cultura, no como término culto o arte únicamente sino de culturas como formas de vida de las sociedades. Lo que yo planteo es que el Periodismo Cultural debe hablar de ciertas producciones artísticas pero poniéndolas en contexto, es decir, una pieza artística que significa para su cultura, para la cultura de la cuál emana. Todo emana del pueblo y va hacia él, es la misma lógica. Qué es lo que podemos informar acerca de esas producciones artísticas pero puestas en contexto, de esa manera, a la hora de hablar de una obra de arte hablamos de cultura de lo culto pero poner en contexto de la cultura de lo social, científico.

## **2. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Es lo que la misma gente está produciendo, no es una información ajena, es lo que la misma gente está creando, produciendo y es un aspecto informativo y formativo, es como una metáfora culinaria: cuando educas a un niño, no lo puedes alimentar de caramelos, literalmente se enferma y hasta fallece, es lo mismo, hay cosas que son nutritivas, que tal vez están en formatos un poco aburridos, muchas veces pero que la gente necesita para poder tener perspectivas de vida, laborales, de roles de personas. Recibir información cultural ayuda a tener una mejor vida y a poder tomar otras decisiones que no son pauteadas únicamente por el consumo o el trabajo esclavizante como nos lo pintan.

## **3. ¿Vende el periodismo cultural?**

Como en todo proyecto al principio es complicado, pero cuando tienes las ganas de hacer algo, de contribuir para la mejor de la sociedad,

tienes muchas propuestas. Si no es vendible, tienes que hacerlo vendible porque de ello comerás.

#### **4. Desde su posición ¿Cómo contribuye con el desarrollo de cultura?**

Actualmente, con mi pareja Patricia, nos dedicamos exclusivamente a la producción cultural a diversos niveles, tanto generando arte propio (toco en varias bandas), como colaborando a que distinta gente pueda conocer proyectos artísticos que tal vez no conocería de otra manera. Tratamos de ser mediadores, un punto de articulación, que difunde lo más posible.

Aparte desde sonidos.pe que es un proyecto de gestión pública, organización de eventos, talleres de capacitación, artículos que tienen información que no está en otros lugares sobre derechos de autor. La idea es dar herramientas para que la gente pueda hacer su trabajo lo mejor posible.

#### **5. ¿De qué manera los medios de comunicación deben replantear los contenidos culturales para no ofrecer un entretenimiento básico como el espectáculo?**

El entretenimiento en sí no es lo que está mal, el asunto es que solamente se transmita cierto tipo de entretenimiento. Yo creo que más que una responsabilidad de los medios como tales, también hay una responsabilidad de las audiencias, del público.

El público se acostumbró a comer caramelos y fast food mediática, pero no pide un buen plato de lentejas tampoco, y cuando lo pasas dices son lentejas, yo quiero caramelos.

Nosotros tenemos un programa de radio que transmiten otros contenidos y más nos siguen por lo internacional que por lo nacional, si el público no cambia y no afirma en su ejercicio de consumo, que cosa le gusta y que no, los medios van a seguir ofreciendo lo mismo. Por ejemplo, a mí me encantan los comics pero he dejado de comprar Perú21 porque tiene una posición radical de derecha y una página taurina, entonces, yo no puedo comprar un diario taurino sino no creo en eso, ¿me compro el comics solo?. Si estamos exigiendo producción cultural peruana en medios o de mayor calidad, cuando la ofrezcan hay que comprarlo, hay que pasar la voz, mira esto es interesante y que el público también se vuelva difusor, esa es una manera de que los medios digan ok, si por tantos likes se mide una buena noticia, ¿cuántos like tiene una noticia cultural interesante?. Si nosotros, los medios independientes y el público, no le demostramos a los medios de que si está dispuesto a consumir otras cosas, que hacemos.

## **ENTREVISTA 7: Músico Carlos Mirini Saldaña**

### **1. Usted. ¿Cómo definiría el periodismo cultural?**

Es una rama del periodismo que abarca el conjunto de conocimientos que engrandecen a una persona. Que satisface los conceptos intrínsecos de belleza, de estética.

### **2. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

En el caso de la música porque te hace sentir tranquilidad, agrada mucho y te llena más. Para mí hay dos tendencias: la música académica demanda, a ver la música y el arte en general tienen dos tendencias para

mí: una que busca relajar y divertir, y otro que es relajarse y aprender, el aprendizaje debe darse. Tu cerebro se va desarrollar acorde a lo que tú escuchas. Entonces, debes ser cuidadoso con lo que escuchar, la música que escuchas tiene que ser más significativa.

### **3. ¿Vende el periodismo cultural?**

Lo que vendemos es una falsa cultura. Es cuestión de conversar un poco de la estética (que es una rama de la filosofía que establece un estudio sobre la belleza y los conceptos de belleza han cambiado, las intenciones también. Lo que planteaba platón por ejemplo, dice que bello es algo que en alguna de sus partes me cautiva, me llena, me satisface. Pero ahorita cuando vemos lo que se toma por belleza es simplemente algo muy sencillo, demasiado superficial. No me parece que sea realmente cultura, es más un facilismo que buscamos para poder expresar algo, de repente yo bostezo y digo que eso es cultura y estamos cayendo en el facilismo.

También emplea la parte constructiva, emplear todo nuestro ser: somos lo que escuchamos, observamos, lo que vemos.

Si queremos niños que sean buenos médicos empecemos a incentivar todos aquellos conocimientos que sean relacionados con la medicina. Si queremos que sean artistas hagamos que ellos estén metidos en este tipo de eventos con las indicaciones que vean a otros niños y se van a ir jalando solitos. Hay varios niños que empiezan así, vienen y ven una mancha y dicen yo también quiero. La mancha llama a mancha.

### **4. Desde su posición ¿Cómo contribuye con el desarrollo de cultura?**

Fui educado en una época llena de influencias y conciertos y sinfonías maravillosas. Con el tiempo, nació la idea de formar nuevos

talentos que pudieran contribuir al renacer de ese estilo en Chiclayo. También, soy profesor de música en semilleros y en la Universidad. Dirijo una orquesta de música clásica en donde están involucrados niños, jóvenes de secundaria y universidad.

## **ENTREVISTA 8: César Bedón**

### **1. ¿Cómo definiría periodismo cultural?**

Periodismo cultural es la difusión de noticias, novedades acerca de la producción cultural. La difusión de aquello que produce y ayuda a la sociedad a ser mejor.

### **2. ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura? En su medio difunden cultura ¿Cómo?**

Soy editor de la sección de cultura de una revista (Velaverde) y trato de hacer asequible la cultura a la mayor cantidad de gente posible, en lo que contribuyo es que la gente se entere de cosas y para que se enteren de ello, tengo que hacer un buen trabajo para que se animen a leerme.

### **3. ¿De qué manera se puede aprovechar la edición para que el contenido cultural no se vea tan sobrecargado y caiga en el aburrimiento?**

Tiene que ver mucho con la mentalidad y visión de negocio pura, dura y radical de las empresas de comunicación. Ahí hay muchas aristas, hay una gran responsabilidad social.



Es necesario entender que hay una necesidad y mucha responsabilidad, esas son palabras que ahuyentan un montón de gente, hay una belleza en deseo de transmitir cosas que ayuden a los lectores a ser mejores personas, que los alfombren por dentro, que los enriquezcan más bonito su interior. Mientras las cabezas no lo consideren de esa forma, yo lo veo complicado.

**4. ¿Vende el periodismo cultural?**

Todo lo que ofrecen los medios es consumible, por tanto, generan un ingreso. Lo que pasa es que hay que cambiar el chip a las cabezas para que transmitan este tipo de cosas.

**5. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?**

Por supuesto, es deber del estado promover la cultura. “Todo cosa que favorezca a la sociedad es un buen negocio” (Miltón Vela) me pareció brillante esa apreciación y es cierto, ojala fuera así.

**6. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?**

La difusión crítica de aquellos bienes producidos por la sociedad que buscan la belleza y engrandecerla, pero pienso que el aspecto crítico esta descuidado y eso es vital.

## **ENTREVISTA 9: Marco Avilés**

### **1. ¿Cómo de definiría periodismo cultural?**

El Periodismo Cultural es una palabra muy dura para mí, cuando yo salí de la universidad, me dieron dos alternativas: entrar a la sección de locales o a la sección de Cultura. En ese tiempo para mí, el periodismo cultural era la sección cultural del periódico; ahora entiendo que el periodismo en general es cultural, todo lo que uno hace. Primero expresa lo que una sociedad es, nuestra sociedad produce periódicos chicha, en ese sentido, el periódico chicha es la manifestación cultural de esta sociedad que somos.

El periodismo es formativo, lo que hace un periodista, lo que publica forma opinión o la mentalidad de la gente. El periodismo económico, político, también es cultural, pero en sentido más amplio.

### **2. ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura? En su medio difunden cultura ¿Cómo?**

Haciendo lo que hago, que es contar historia y crear medios para contar las historias.

### **3. ¿De qué manera se puede aprovechar la edición para que el contenido cultural no se vea tan sobrecargado y caiga en el aburrimiento?**

Los medios tradicionales lo que tienen que hacer es remediar su crisis financiera, una vez que remedien eso, comenzarán a contratar gente buena, periodistas de mayor calidad. Ahorita han perdido lectores y anunciantes, eso les genera esa inestabilidad que se vive en medios.

**4. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Todos los días uno aprende algo nuevo y a la larga todo sirve, la cultura te servirá para que estés un paso al frente en la ignorancia.

**5. ¿Vende el periodismo cultural?**

Claro que vende, lo que pasa es la gente se ha acostumbrado a lo facilito, a la sangre y la violencia. Muchas veces los periodistas no nos esforzamos por darles al público algo más.

**6. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?**

El problema es de todos y todos debemos contribuir para salir de ello. La sociedad hace buenos proyectos, lo que pasa es que no tiene espacios para difundirlos. Todos pueden contribuir.

**ENTREVISTA 10: Jimena Ledgard**

**1. ¿Cómo definiría periodismo cultural?**

Pueden ser varias cosas que definirían un amplio espectro dentro de esos márgenes. En su forma más común y popular es cobertura de eventos, secciones culturales, pero a mí me gustaría más pensarlo como no algo limitado a la simple cobertura de eventos o de actividades que vayan a venir en el futuro sino la posibilidad de discutir críticamente fenómenos sociales que pueden ser agrupados dentro del gran espectro que es la cultura. Y eso no se debería limitar a lo que tradicionalmente conocemos como cultura, el teatro, el arte, el cine sino que también se debe cubrir procesos de cambios urbanos, como afecta la vida de otros

ciudadanos. El periodismo cultural debería establecer un poco los vínculos entre distintas disciplinas y tener un panorama no tan vinculado a la noticia sino más bien al análisis o a la crítica.

**2. ¿De qué manera se contribuye a la difusión de la cultura? En su medio difunden cultura ¿Cómo?**

Tenemos la revista observatorio cultural, que lo que más nos interesa no es difundir eventos o actividades culturales, sino difundir las diferentes visiones, costumbres, ideas que distintos ciudadanos tienen acerca de la cultura.

**3. ¿De qué manera se puede aprovechar la edición para que el contenido cultural no se vea tan sobrecargado y caiga en el aburrimiento?**

Es necesario la creación de plataformas para que las personas pueden expresarse culturalmente, sería muy buen inicio para un desarrollo de la sociedad cultural.

Definitivamente, yo sí creo que los medios deben cambiar eso. No sé si culpa pero tienen bastante responsabilidad de los vacíos que hay ahorita en el Perú, con relación a la promoción, difusión de la cultura, incluso a la misma producción cultural porque si uno tiene gente que está enterada de lo que sucede es muy difícil conseguir apoyo para esas cosas.

**4. ¿Por qué el público debe recibir información cultural?**

Estamos tan atrapados en las urgencias del día a día que una vida cultural plena es lo que más te puede otorgar una dimensión mucho más compleja y humana a tu vida.

**5. ¿Vende el periodismo cultural?**

El aplauso del lucro en la cultura es una cosa muy peligrosa, si bien tiene que ser algo sustentable también es cierto que uno no puede tomar un *Asu mare* como toda la producción cultural de un país, eso sería una tragedia. Se tiene a medir a la cultura de acuerdo al lugar donde se expone y eso es un error, la cultura muchas veces no es un negocio de lucro y la producción cultural no debería estar supeditado a su capacidad para lucrar o no y es para eso es que el Estado ayude a hacer cosas, crear, cumplir, escribir sin estar supeditados a una lógica comercial.

**6. ¿Considera que el Estado, empresas privadas, instituciones públicas y privadas, contribuye un rol importante en la difusión de la cultura?**

Las empresas privadas tienen una función muy específica, que es redistribuir sus ingresos o parte de sus ingresos al fomento de ciertos sectores de la sociedad civil, uno de ellos debería ser necesariamente la cultura. Pero por otro lado pienso que hay cosas que la empresa privada no puede cubrir y creo que el Estado debería tener el rol de subvencionar de cierta forma o de por lo menos dar las condiciones necesarias para que la cultura pueda florecer.

**7. ¿Qué se entiende por cultura en la sociedad contemporánea?**

Existen demasiadas definiciones, hay una supeditación de los procesos culturales. Hay una banalización de la cultura muy fuerte. Se deprecian las formas culturales autónomas, creativas o más originales en virtud de las cosas que tengan sentido y éxito dentro de una lógica del mercado.