



Universidad de Ciencias
y Artes de América Latina

Facultad de Diseño y Comunicaciones

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN COMUNICACIÓN**

La influencia de la información cultural nacional del Diario
El Comercio en los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima
Metropolitana durante el año 2019

Línea de Investigación:

Medios periodísticos, información cultural

Presentado por:

Alumno: **Alfredo Márquez Remuzgo**

Asesor Proyecto de Fin de Carrera **Prof. Asesor: Rodrigo Vivar**

2020

Índice

Introducción	2
1. Planteamiento del problema	
1.1 Descripción de la situación problemática	4
1.2 Formulación del problema	5
1.3 Objetivos.....	5
1.4 Justificación.....	6
2. Marco teórico	
2.1 Antecedentes.....	7
2.2 Bases teóricas	16
2.2.1 Medios de comunicación	16
2.2.2 Tecnología de la comunicación	16
2.2.3 Contexto y cultura.....	17
2.2.4 Diarios digitales	18
2.2.5 Comunicación de masas.....	19
2.2.6 Periodismo	19
2.2.7 Pedagogía y comunicación	20
2.2.8 Consumo de medios en jóvenes peruanos	21
2.3 Mapa conceptual.....	22
3. Marco metodológico	
3.1 Diseño de investigación.....	23
3.2 Hipótesis	24
3.3 Variables.....	25
3.4 Población, muestreo y muestra.....	26
4. Bibliografía, Anexos	27-30

Introducción

El siguiente proyecto de investigación tiene como finalidad determinar el nivel de influencia de la información cultural nacional del Diario El Comercio en los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el año 2019 y así evaluar los contenidos informativos que se publican con el fin de generar oportunidades de mejora y difundir la escena cultural nacional.

Para definir el siguiente problema de investigación nos basamos en el conocimiento previo e interés que despiertan los grandes medios de comunicación. En el Perú el Grupo El Comercio concentra la mayor cantidad de medios de información entre los más importantes se encuentran los diarios El Comercio, Perú 21 y Trome, así como el canal televisivo de señal abierta América Televisión. En el caso del Diario El Comercio es el más histórico por el tiempo que lleva informando desde su fundación en 1839 y ha ido evolucionando hasta la era digital en que nos encontramos.

Por ser el medio de comunicación con mayor trascendencia en el Perú, el Diario El Comercio tiene a su cargo la delicada labor de informar con veracidad y difundir las manifestaciones culturales que surgen en el ambiente artístico nacional, es por ello que cuenta con secciones culturales como: “Luces” donde se publican las noticias más resaltantes del acontecer artístico. Es indispensable obtener información sobre el nivel de influencia que tiene el medio de prensa más importante de nuestro país en el consumo de información cultural puesto que la cultura configura nuestro conocimiento, nuestras creencias, nos da una identidad y permite el desarrollo integral de la población.

La siguiente investigación tomará como muestra a un grupo de la población, en este caso, jóvenes universitarios de Lima Metropolitana con quienes se aplicará encuestas para determinar

el nivel de influencia (indicios) que tiene la información cultural del Diario El Comercio sobre ellos, y así, obtener el nivel de influencia nos permitirá generar oportunidades de mejora en los contenidos de información periodística cultural.

1-Planteamiento del problema

1.1- Descripción de la situación problemática

El Diario El Comercio es el medio de comunicación con más trayectoria en la historia del Perú desde su fundación el 4 de Mayo de 1839, a pesar de la evolución tecnológica y el surgimiento de nuevas plataformas digitales en el ámbito periodístico, el diario se ha mantenido a la vanguardia implementando nuevos formatos de la comunicación que exige el mercado, en consecuencia, continúa siendo una fuente de información importante entre los consumidores habituales de noticias. (Más contenido histórico)

Los jóvenes estudiantes que representan el futuro del país (colocar dato) se encuentran inmersos en un mundo hiperconectado donde navegar en redes sociales es parte esencial de sus días, en estas plataformas rebotan las noticias más relevantes de los diarios digitales y permiten mayor grado de difusión entre los usuarios, esto ha generado nuevas tendencias y estrategias de comunicación periodística, también nuevas opciones a la hora de difundir los eventos culturales del ámbito local.

Existen nuevos formatos y plataformas de comunicación como: revistas digitales, fan Pages, Bloggers e Influencers que proporcionan información sobre noticias culturales a la par de los diarios periodísticos digitales, en consecuencia, estos nuevos formatos de comunicación vienen a ser la competencia del Diario El Comercio, el mercado se ha diversificado y el público en general tiene más opciones a la hora de elegir. La información de la escena cultural nacional permite al Diario El Comercio sumar esfuerzos en el crecimiento de la industria para seguir construyendo nuestras costumbres y tradiciones que identifican a nuestro país.

1.2- Formulación del problema

¿Cuál es el nivel de influencia de la información cultural nacional del Diario El Comercio en jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el 2019?

1.3- Objetivo general

Analizar el nivel de influencia que tiene la información cultural nacional del Diario El Comercio en los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el año 2019, con el fin de proponer mejoras a los contenidos de información periodística y su difusión en la escena cultural nacional.

Objetivos específicos

- 1- Analizar a profundidad la información cultural nacional que publica el “Diario El Comercio”.
- 2- Conocer las percepciones de jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana respecto a la información cultural nacional del “Diario El Comercio”.
- 3- Evaluar los efectos del nivel de influencia de la información cultural nacional de “Diario El Comercio” sobre los jóvenes universitario de 20 a 30 años.
- 4- Generar oportunidades de mejora en los contenidos de información periodística cultural del “Diario El Comercio”.

1.4- Justificación

La siguiente investigación resulta trascendente para el futuro de la comunicación periodística y como esta se transforma conforme surgen nuevas plataformas de información digital, también nos abre el camino de generar nuevas estrategias, formatos y contenidos de comunicación para difundir la escena cultural nacional que se encuentra en constante crecimiento, sin embargo, en muchos casos no trasciende como debería.

Se eligió analizar el nivel de influencia del Diario el Comercio en la información cultural por ser el medio informativo más grande e histórico del Perú, ante esto se busca responder las siguientes interrogantes:

-¿El Diario el Comercio continúa siendo influyente para los jóvenes de 20 a 30 años de Lima Metropolitana a pesar del surgimiento de nuevos medios de información digital?

-¿Cuál es el nivel de influencia que tiene el Diario El Comercio en la información digital sobre los jóvenes de 20 a 30 años de Lima Metropolitana?

Finalmente analizar los efectos que tiene ese nivel de influencia sobre esta población, con el objetivo de generar propuestas para mejorar los contenidos de información periodística nacional.

La difusión de información cultural nacional es indispensable para construir nuestra identidad con responsabilidad, afianzar el crecimiento de distintas disciplinas artísticas, promover una agenda más sólida y trabajar por el desarrollo integral del país para lograr que las siguientes generaciones cuenten con mayor conocimiento y formación cultural.

2- Marco teórico

2.1- Antecedentes

Para la presente investigación, se recopilaron tesis anteriores, nacionales e internacionales de Pregrado en Ciencias de la Comunicación y otras especialidades vinculadas a la carrera y temas afines a la investigación, en muchos casos, estas investigaciones se enfocan en el nivel de influencia que ejerce un medio de comunicación en particular sobre una población específica con la finalidad de determinar el nivel de influencia que tienen estos medios de comunicación y como aportan a la educación y formación integral.

Antecedentes Nacionales

Manrique, Hernandez (2015) *“Influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes residentes en la urbanización San Andrés – Trujillo”*. Tesis de la Universidad Nacional de Trujillo.

Resumen:

El objetivo de la siguiente investigación es determinar si el uso de estas nuevas plataformas de comunicación tiene un nivel de influencia importante en la identidad cultural de los jóvenes, ya que en muchos casos el contenido de información central proviene del extranjero, esta información se encuentra alejada de los verdaderos problemas a nivel nacional.

Los medios digitales periodísticos no son algo reciente, sin embargo el aspecto cultural ha sido poco tratado, por eso este proyecto de investigación enfoca esa problemática. Para realizar la investigación se utilizaron herramientas de recolección y de análisis tanto cuantitativos como cualitativos, por eso el estudio tiene un enfoque mixto.

La conclusión más destacada a la que arribó la investigación fue que en realidad los medios digitales periodísticos tienen poca influencia sobre la identidad cultural de los jóvenes. Esto contradice el planteamiento inicial, sin embargo, no invalida el objetivo del estudio, al contrario, partiendo de este trabajo ya es posible señalar algunos efectos que producen los medios de comunicación periodísticos.

Vargas (2016) *“Influencia del tratamiento de la información de la fan page “Diario El Comercio” en la preferencia de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza”*. Tesis de la Universidad César Vallejo.

Resumen:

En esta investigación se formuló el siguiente problema: Influencia del tratamiento de la información de la fan page “Diario El Comercio” en la preferencia de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza. Esta investigación propuso como objetivo realizar un análisis sobre la influencia del tratamiento de la información de la fan page “Diario El Comercio” en la preferencia de los estudiantes del 7mo ciclo - turno noche de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

El método de investigación que utilizó para determinar el objetivo fue la técnica de recolección de datos con enfoque cuantitativo mediante encuestas de 24 preguntas cada una, con un factor de validación de 94% y confiabilidad de 0.83%.

Finalmente esto permitió llegar a la siguiente conclusión: El Tratamiento de información de la fan page “Diario El Comercio” tiene una influencia importante en la elección de los estudiantes del 7mo ciclo - turno noche de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza.

Baldeon, Cipriano (2019) *“El periodismo digital y su influencia en los alumnos de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC”*. Tesis de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

Resumen:

En la siguiente investigación se realizó una revisión de la información periodística digital que se produce en Pasco, determinaron que la prensa digital no era ejercida por profesionales de Ciencias de la Comunicación, sino por empíricos. En este trabajo se analizó al periodismo digital, elementos, herramientas y características que tienen influencia en la formación académica de los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC.

Para la investigación se aplica el método científico, el diseño de la investigación aplicado fue descriptivo – correlacional. La población fue compuesta por 137 alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Pasco durante el 2018, se aplicó técnicas e instrumentos de recolección de datos, observación mediante una ficha y encuestas.

El proyecto de investigación concluyó que los alumnos de Ciencias de la Comunicación son consumidores frecuentes de diarios digitales y su potencial académico se encuentra vinculado a la información periodística digital.

Alcarraz De La Cruz, K. F. (2015). *Medios de comunicación en la construcción de la opinión pública en las organizaciones juveniles en la provincia de Huamanga, periodo 2015*. De la Universidad Nacional De San Cristobal De Huamanga.

Resumen:

La presente investigación se centra en ciencias de la comunicación y la opinión pública. Reside en la explicación de la construcción de la opinión en los jóvenes de las organizaciones

juveniles por medio de los medios de comunicación locales de Ayacucho. El objetivo de investigación se centró en explicar desde un enfoque comunicacional, la influencia de los medios de comunicación en la generación de opinión pública desde el establecimiento de la agenda en los medios de comunicación sosteniendo como fundamento teórico los enunciados de McCombs M. y Shaw D., también los planteamientos sobre la construcción de la opinión pública que sostiene la politóloga alemana, Noelle Neumman, en "La espiral del silencio". Para definir el problema de investigación se tuvieron en cuenta los siguientes niveles: Influencia, opinión, opinión pública, responsabilidad social, poder, comunicación y líderes de opinión para pasar a definir los conceptos que permitieron enmarcarse dentro del objetivo de investigación: "Influencia de los medios de comunicación y la opinión pública".

La metodología de investigación aplicada fue hipotética, deductiva y los métodos empleados para el análisis de datos fueron: Estadístico y descriptivo para los datos cuantitativos, luego para los datos cualitativos se aplicó el método de análisis hermenéutico. La población fueron los jóvenes pertenecientes a organizaciones juveniles de la provincia de huamanga.

Las principales conclusiones que se lograron determinar fueron: Los medios de comunicación locales presentan informaciones direccionadas, rescatando los temas más sobresalientes en un contexto determinado, esto genera que la opinión pública tienda a verse influenciada debido a que los temas más resaltantes responden a los intereses de ciertos grupos de poder. También se determinó que los mensajes emitidos por los medios locales no muestran interés por los asuntos juveniles, en consecuencia los jóvenes son indiferentes al consumir de estos medios. Esto limita a las organizaciones juveniles en ser partícipes de la discusión en temas públicos relevantes de la sociedad.

Hualla, Yuca (2018) *“El Tratamiento periodístico de la cultura en los diarios de Arequipa: El pueblo, Correo y la Republica en abril y mayo del 2017”*. De la Universidad Nacional de San Agustín Arequipa.

Resumen:

La presente investigación se basó en el análisis hemerográfico de los diarios El Pueblo, Correo y La República, estableciendo cual es el tratamiento periodístico de la cultura con respecto a sus publicaciones diarias. Por consiguiente, se realizó la siguiente investigación: “El tratamiento periodístico de la cultura en los diarios: El Pueblo, Correo y La Republica en Abril y Mayo del 2017”. El objetivo general fue analizar el tratamiento de la información periodística de la cultura en los diarios de Arequipa: El Pueblo, Correo y La República.

En esta investigación se consideró como Marco Teórico al periodismo, la noticia, cobertura de la noticias, los géneros periodísticos, y al periodismo cultural, que permitieron el sustento teórico la investigación. También se consideró a la Cultura en este Marco Teórico por ser parte de la variable dependiente. Para desarrollar el proyecto de investigación se seleccionó una muestra de 90 periódicos de los diarios El Pueblo, Correo y La República desde el 05 de abril al 05 de mayo del 2017, además, se encuestó a un grupo de periodistas trabajadores de estos medios periodísticos. También se realizaron cinco entrevistas, se tuvo en consideración a los directores de los medios y a dos autoridades del Colegio de Periodistas.

El diseño de investigación aplicado es no experimental, método cuantitativo y de análisis hemerográfico. La conclusión final fue de que los diarios analizados: El Pueblo, Correo y La República, no tuvieron gran número de publicaciones sobre temas culturales en sus ediciones diarias, así mismo no brindaron mayor variedad en la presentación de las noticias de carácter cultural. Otra mención relevante es que la ubicación y espacio donde se encontraban las

informaciones eran poco favorables para el impacto visual del lector, finalmente se proporcionó recomendaciones con el fin de mejorar el tratamiento periodístico de la cultura en esos diarios.

Benites, Landauro (2014) *“Influencia de los medios audiovisuales como: Radio, TV y DVD en la comprensión de textos de los niños de cuarto grado de educación primaria, en el área de comunicación de la I.E.P “Amigos de Jesús” del distrito de la esperanza, Trujillo – 2012”*. De la universidad Privada Antenor Orrego

Resumen:

La siguiente investigación fue denominada “Influencia de los medios audiovisuales en la comprensión de textos de los niños de cuarto grado de educación primaria, en el área de comunicación, de la I.E.P. “Amigos de Jesús” del distrito de la esperanza, Trujillo – 2012” Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar de qué manera el uso frecuente de los medios audiovisuales pueden aumentar el aprendizaje de la comprensión de textos en el área de comunicación en los niños del cuarto grado de educación primaria de la I.E.P. Amigo de Jesús.

Para el desarrollo óptimo del presente trabajo primero se aplicó un pre test de comprensión de textos sin material audiovisual a la muestra de estudio seleccionada y compuesta por 26 alumnos que representan el 100% de la población, el puntaje obtenido fue regular. Luego se realizó otro test de comprensión de textos, esta vez con material audiovisual. Finalmente empleando el proceso estadístico con las medidas de tendencias y variabilidad se concluyó lo siguiente: Los medios audiovisuales como la radio, el televisor, o el dvd, mejoran importantemente la comprensión de textos en los niños de cuarto grado de educación primaria, de la I.E.P “Amigos de Jesús”.

Antecedentes Internacionales

Casero (2012) *“Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital”*. Paper publicado en la revista científica “Comunicar”. España.

Resumen:

El consumo de noticias se encuentra en un proceso de grandes cambios debido al desarrollo de la digitalización. En este contexto, profundizar en los cambios sobre los hábitos de consumo del público es indispensable para evaluar el alcance y sus perspectivas de futuro. Este artículo científico tiene como finalidad el análisis de la relación de los jóvenes con la información periodística.

Para desarrollar la investigación se partió de una encuesta cuantitativa a personas de entre 16 y 30 años donde se examinaron hábitos de consumo y percepciones. Las conclusiones del presente trabajo nos revelan la preferencia por las redes sociales como medio informativo y reflejan una baja considerable de los medios convencionales. No obstante, se determinó un alto interés de los jóvenes a informarse, también se detectó la existencia de una brecha de género en el consumo informativo favorable a los hombre y que la edad incide en la frecuencia del consumo de noticias. Esto nos sugiere variaciones en los patrones de consumo de información periodística en los jóvenes de 16 a 30 años.

Bravo Córdova (2017) *“Los Medios de Comunicación televisivos y su influencia en el desarrollo cultural de los estudiantes del 6to año de educación básica de la unidad educativa Arnulfo Chávez Miranda del Cantón Quevedo Provincia de los ríos periodo 2017”*. De la Universidad técnica de Babahoyo. Ecuador.

Resumen:

El siguiente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar la importancia de los medios televisivos y su influencia en el desarrollo cultural de los estudiantes del sexto año de educación básica de la escuela “Arnulfo Chávez Miranda”, con la finalidad de incentivar el consumo de contenido cultural.

Para el desarrollo de la investigación se aplicó una encuesta a 92 estudiantes y 6 docentes de sexto año de Educación Básica de la Unidad Educativa “Arnulfo Chávez Miranda” del cantón Quevedo Provincia de Los Ríos periodo 2017.

Los resultados que se lograron obtener fue que los medios de comunicación social tienen influencia y se encuentran inmersos en sus nuestras vidas, como conclusión es responsabilidad de cada uno extraer lo más enriquecedor de los medios televisivos, también cuando se trata de programación que no es útil para el desarrollo integral se debe de contar con una persona adulta que guíe a los menores y les permita diferenciar y evaluar estos programas.

Castaño Estrada (2016). *“Consumo cultural y el papel de los medios en el control social”*. Centro de Estudios Interdisciplinarios, Jurídicos, Sociales y Humanistas (CIES), Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Icesi, de Cali Colombia.

Resumen

En el siguiente proyecto de investigación, se indaga sobre el poder de la comunicación como mecanismo de control social e influencia sobre la población, el autor reflexiona sobre el cuarto poder en esta cita: Castaño Estrada (2016) “El papel del cuarto poder, entre comillas, es vigilar a los demás. Y por aquí comienzan los problemas: ¿será que también le corresponde a los medios, además de vigilar a las ramas del poder público, rondar a los organismos de control?”

Una inquietud que no se puede apresurar su respuesta. La pregunta queda ahí, planteada, y más adelante se puede retomar”. (p.134)

También se refiere a como la evolución de la inmediatez informativa de estos tiempos trae ciertas consecuencias “La situación es paradójica: mientras la tecnología ofrece la posibilidad de informar más rápido, el nivel de complejidad de la sociedad es cada día mayor, lo cual hace que cada vez al espectador le sea más difícil comprender de qué le están hablando; o sea, que mientras mejor informado puede estar un ciudadano, más imposibilitado está para informarse”. (p.135)

Ambos antecedentes son indispensables para visualizar la transformación que vienen teniendo los grandes medios de comunicación y la cultura, estos procesos son necesarios de evaluar para todo medio de comunicación social que pretenda informar con responsabilidad.

2.2- Bases teóricas

2.2.1- Medios de Comunicación

Según Natalia Golovina (2014) “Los medios de comunicación masiva muestran las normas, formulan el sistema de prioridades, educan, transmiten experiencias. De la herramienta de publicidad (instrumento de poder), los medios de comunicación se convirtieron en una fuente de poder, la clave de la popularidad y del éxito”. (p.191)

También señala: “La relación de los medios de comunicación con el consumidor es bidireccional: por un lado, los medios influyen al comportamiento del consumidor causando los efectos cognitivos, afectivos y actitudinales, que pueden ser planificados o no a largo o corto plazo; por otro lado, los consumidores ya no son usuarios pasivos de la información, sino que también cumplen los papeles de comunicadores, navegadores y productores de información, proporcionando opiniones, valoraciones e informaciones personales, las cuales ayudan a los empresarios en la construcción de perfiles de los consumidores y mejor comprensión de sus motivaciones”. (p.196)

Basándonos en la teoría que menciona Natalia Golovina podemos destacar que el Diario El Comercio aplica la comunicación bidireccional, por un lado posiciona la noticia, genera tendencias e influye en el comportamiento y opinión del consumidor, a la vez, el usuario es productor de la noticia al contactar o denunciar algún acontecimiento o hecho que sea tomado por el diario y genere repercusión como noticia.

2.2.2- Tecnologías de la comunicación

Una teoría a destacar citada por Natalia Golovina (2014) basándose en Bruhanceva señala lo siguiente: “Las tecnologías de la comunicación masiva deben ser usadas activamente, pero

el nivel de responsabilidad, la calidad de la presentación de la información, su ideología y direccionalidad deben ser ponderados y bien diseñados, ya que solo en este caso podrá considerarse como una excelente oportunidad para el desarrollo de la cultura tanto de los individuos, como de la sociedad”. (p.193)

Coincidiendo con la teoría de Bruhanceva, la responsabilidad que adquieren los medios de comunicación masivos es estricta a nivel ético e indispensable para que el mensaje y la información planteada logre calar en la población, la ética es factor fundamental dentro de los principios periodísticos y corporativos de los medios masivos.

2.2.3- Contexto y cultura

Según (Gladys Concha 2009) basándose en Lacasa y Silvestre nos menciona “El contexto no puede ir separado de la cultura, por tres motivos: “1) porque no puede separarse de una dimensión temporal, histórica en la realidad humana, que lo configura; 2) porque en él están presentes instrumentos materiales y simbólicos que permiten a los individuos adaptarse a la realidad y proyectarse al futuro; 3) porque es un entorno social”. (p.23)

La autora también señala a (Vygotsky, 1978) “la cultura, con todos sus componentes, es uno de esos medios que proporciona al hombre los instrumentos necesarios para transformar su entorno”. (p.29)

Ambas teorías sobre contexto y la cultura también se plasman en la información periodística cultural, puesto que los medios de comunicación son un puente para transportar información sobre hechos que pertenecientes a un espacio, entorno y contexto que configuran la realidad, generan postura y reacción ante ese acontecimiento. Esto muestra el poder de influencia que tienen los medios de comunicación sobre las poblaciones, por lo tanto, administrarlos con responsabilidad es indispensable.

Otro aporte nos señala (Del Río 2004) Que clasificó a la cultura de la siguiente forma: “1) Los marcos o escenarios culturales o zonas sincréticas de representación. 2) Los artefactos culturales y los medios de comunicación. 3) Los sistemas simbólicos, códigos y lenguajes. 4) Las estructurales formales de representación de carácter semántico (intermedias entre sistemas simbólicos y los contenidos), como conceptos, estructuras, géneros y formatos. 5) Los contenidos vitales vehiculados: mitos, modelos de mundo y de vida, ciencia, información, realidades o virtualidades representadas.” (p.32)

2.2.4- Diarios digitales

La autora (Gisella Velda 2009) señala lo siguiente: “Podemos entender a los periódicos digitales como sitios webs donde el usuario puede encontrar información de actualidad en formato multimedia, muchas veces jerarquizada y transmitida de acuerdo con los principios periodísticos generales. Aclaramos muchas veces, porque también existen excepciones a la regla y el paradigma parece tener una tendencia variante al tomar en consideración, también, la presentación de contenidos según criterios cronológicos, tipo blog, tal como lo hace El Clarin.com y Peru21.pe; así como, juicios de valoración de los usuarios como “lo más leído”, “lo más comentado”, “lo más enviado”, etcétera”. (p.26)

Tomando lo señalado por Gisella Velda, cabe recalcar que el Dario El Comercio digital publica información de acuerdo a principios periodísticos generales como son: El respeto a la verdad, investigación y prueba de los hechos, objetividad en la información, fuentes periodísticas confiables, etc. Esto permite mayor confiabilidad en la población que se encuentra en constante escrutinio de la información vertida en sus plataformas.

2.2.5- Comunicación de masas

(Romina Ailín 2015) basándose en Michel Foucault nos señala: “Podemos decir que todas las sociedades necesitan y construyen verdades. El autor sitúa a la verdad en el orden del discurso y sostiene que un discurso con poder es capaz de construir verdad”. (p.22)

También nos menciona: “Los medios son actores activos de transformaciones sociales, toman una porción parcializada de la realidad y generan verdades a partir de sus propios intereses ideológicos y, de este modo, construyen percepciones en la sociedad”. (p.23)

Acotando a la teoría de Michael Foucault, efectivamente, los medios de comunicación hegemónicos podrían ser capaces de generar discursos con poder y construir verdad, en el caso del Diario El Comercio, como en otros medios masivos, este responde a la línea editorial que constituye el discurso oficial del medio en base a los juicios críticos y posturas que estos presenten. Esto nos presenta un escenario en el que podríamos asumir que la imparcialidad no se cumple del todo en los medios periodísticos masivos.

2.2.6- Periodismo

Reyes (Como se citó en Juan Rosales, 2013) Menciona: “El reconocido escritor Gabriel García Márquez menciona que el periodismo debería ser investigativo por definición. Difícilmente esta afirmación podría no ser suscrita por periodistas, académicos y lectores, sin embargo las lógicas de producción de la noticia no permiten que se pueda alcanzar ese ideal. En la práctica, el trabajo de un reportero de investigación es muy distinto al de un reportero dedicado a cubrir los acontecimientos cotidianos”. (p.25)

Por otro lado Miró (Como se citó en Richard Tenorio, 2019) nos indica que “El periodismo ha sido el más importante instrumento para reformar la sociedad. Es justo reconocer que antes del periodismo se habían efectuado en el mundo importantes reformas; pero es asimismo indiscutible que sólo después de la evolución de éste se producen los grandes cambios sociales”. (p.71)

2.2.7- Pedagogía y comunicación

Según el autor (Francesc-Josep Deó, 2007) “Los medios de comunicación de masas constituyen un aparato de socialización muy importante: influyen en nuestras ideas, hábitos y costumbres. Algunos expertos incluso llegan a afirmar que la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, excede en gran medida al volumen de información que llega a través de la enseñanza y los contenidos que se transmiten en la escuela”. (p.96)

También señala: “De ser cierto este hecho, convertiría a los medios de comunicación en una herramienta educativa muy poderosa, con las ventajas y desventajas que esto supone. Pero, educar no es su finalidad última. Aunque los medios incluyen formatos y contenidos adecuados para el público en edad escolar, existe otro gran volumen de información que no va dirigida a este público pero que es percibida y asimilada por él”. (p.96)

En la actualidad muchos optan por educación alternativa a la tradicional, los jóvenes realizan cursos, diplomados, talleres y cada vez son más autodidactas por la cantidad de información que les ofrecen los buscadores en internet, dentro de ese conjunto, se encuentran los diarios digitales, los cuales cuentan con secciones culturales que podrían resultar útiles

para la formación educativa y cultural. En el caso del Diario el Comercio cuenta con las siguientes secciones culturales: “Arte en el comercio”, “El Dominical” y “Luces”

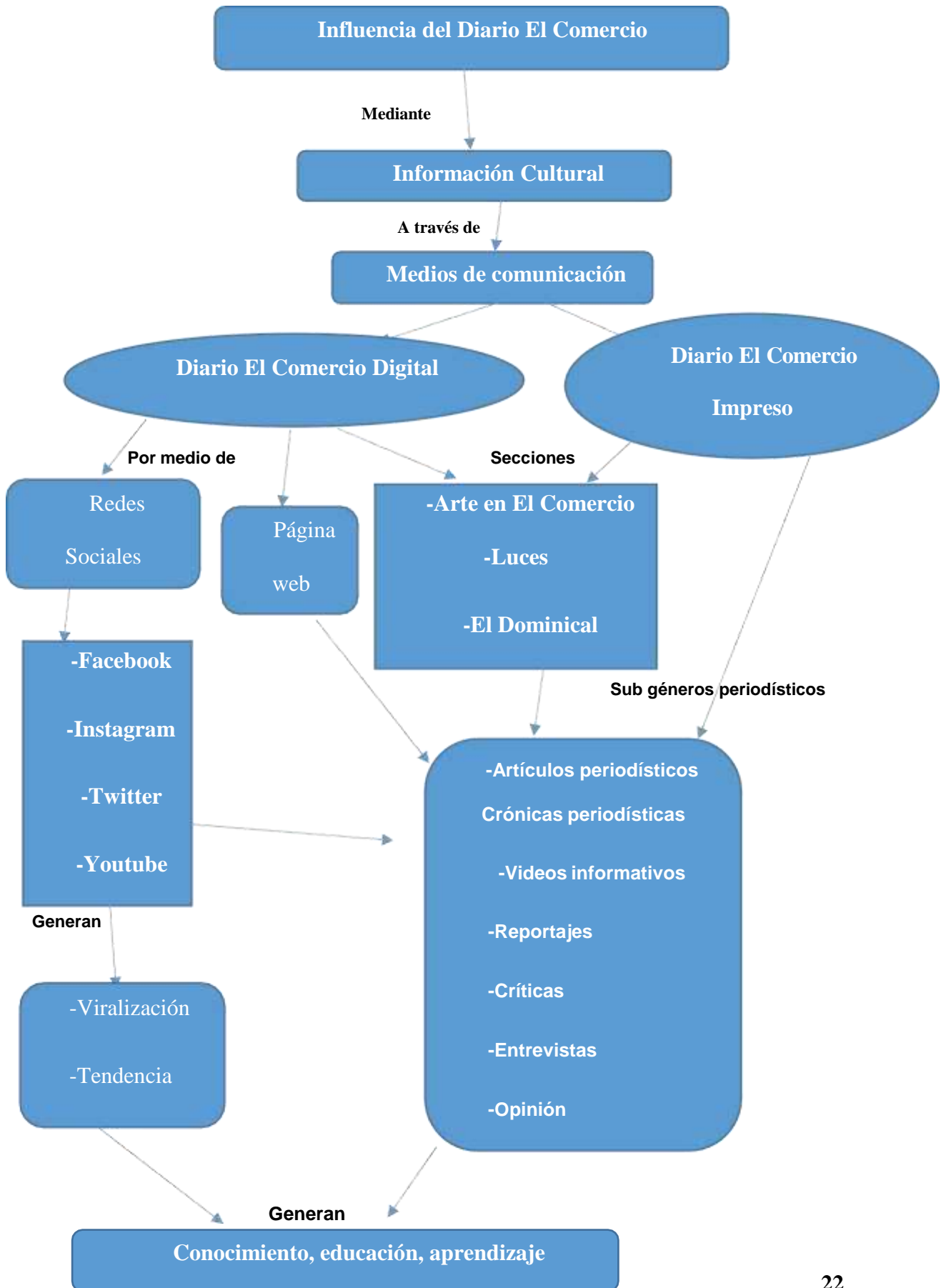
2.2.8- Consumo de medios en jóvenes peruanos

Según un estudio de (Ipsos 2019) enfocado en las tendencias de los jóvenes peruanos destacó que las redes sociales que más frecuentan los Millennials del Perú hasta el 2019 son Facebook (90%) y Youtube (82%). Otra plataforma importante para este sector es Instagram con (38%) seguido por Twitter con (18%) Muchos de esto jóvenes que encuentran entre los 21 y 35 años suelen usar plataformas streaming como Netflix. El crecimiento de Spotify durante los últimos tiempos también se registra en este estudio, cuenta con el (26%) de jóvenes que utilizan esta app.

El estudio también destacó que el 88% de personas pertenecientes a la generación Millennial suelen dar uso al celular mientras se encuentran en transporte público o auto particular, luego el (87%) suele usarlo durante las colas y el (79%) mientras consume televisión.

Esta información nos permite saber el promedio de uso que los jóvenes peruanos dedican a las redes sociales, en muchos casos, la información vertida en el Diario El Comercio digital tiene repercusión en estas plataformas, donde los usuarios comparten, comentan y generan opinión sobre los temas tratados. De igual manera podríamos suponer que gracias a la difusión de información que facilitan las redes sociales permiten que la información periodística de la web de El Comercio pueda llegar a más público.

2.3- Mapa Conceptual



3- Marco Metodológico

3.1- Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación científica es de carácter descriptivo debido a que implicará observar y describir la percepción de un grupo de individuos respecto a la información cultural del Diario El Comercio con la finalidad de determinar la influencia que ejerce sobre ellos. Esta modalidad de investigación suele aplicarse en las Ciencias Sociales y nos permite obtener la impresión de un grupo de sujetos sobre un tema.

La investigación también es Transeccional o transversal debido a que la información que se obtendrá pertenece a un periodo de tiempo único y se estudiará la incidencia para determinar cómo se manifiesta nuestra variable información cultural (perteneciente al Diario El Comercio) sobre los jóvenes universitario de 20 a 30 años de Lima Metropolitana.

El enfoque de investigación será cualitativo, mediante entrevistas donde se profundizará sobre el tema central de la investigación y se obtendrá las percepciones, juicios y entendimientos de las personas a partir de sus respuestas y cómo actúan. Luego pasaremos a interpretar los datos para comprender de mejor maneras los hechos o fenómenos.

3.2- Hipótesis/Supuesto

Habiendo Profundizado en la trascendencia de la cultura como elemento de transformación social, educación, constructor de valores y la vez en los medios de comunicación masivos como puente de transmisión de información y repercusión en la opinión pública, podemos generar la hipótesis siguiente: La información cultural nacional que difunde el Diario El Comercio podría influenciar a los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana como herramienta de formación educativa, cultural y la vez permitir un mayor grado de difusión de la escena artística nacional promoviendo el crecimiento de la industria.

3.3- Variables Categorías

Las variables son características que poseen los individuos, objetos y hasta fenómenos que pueden cambiar y transformarse en el transcurso del proyecto de investigación, en este caso al tratarse de una investigación cualitativa las variables no son numéricas, más bien se centran en las características no cuantificables que pueden observarse y contribuir al objetivo de estudio.

Las variables seleccionadas son las siguientes:

-Variable independiente: Diario El Comercio.

-Variable dependiente: Información cultural nacional.

-Variable dependiente: Jóvenes universitarios.

3.4- Universo o población

La selección de población en un proyecto de investigación resulta indispensable para focalizar nuestro objeto de estudio y extraer la data que nos permita descifrar los comportamientos y conductas del sector de población establecido, en este caso, jóvenes estudiantes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana. La elección de este grupo de población es debido a que cuenta con educación superior, permitiendo a que sean propensos a consumir información cultural del “Diario El Comercio”.

Muestreo

Para el muestreo se aplicará el método aleatorio simple puesto que los estudiantes entrevistados se encuentran en formación académica y todos son pertenecientes a entidades educativas universitarias por consiguiente se encuentran en formación educativa superior.

Muestra

Para obtener la muestra del presente trabajo de investigación se seleccionará a grupos de estudiantes por cada universidad, estos serán compuestos por los que vienen cursando los últimos ciclos, cada uno de los individuos que sumarán al estudio no serán únicamente de carreras afines a las Ciencias de la Comunicación, sino a las distintas especializaciones que vayan cursando en sus centro de estudios superiores, esto se dará con la finalidad de obtener resultados generales representativos por cada centro de educación superior.

4- Bibliografía y anexos

-Alcarraz De La Cruz, K. F. (2015). *Medios de comunicación en la construcción de la opinión pública en las organizaciones juveniles en la provincia de Huamanga, periodo 2015*. De la Universidad Nacional De San Cristobal De Huamanga.

-Baldeon, Cipriano (2019) *“El periodismo digital y su influencia en los alumnos de Ciencias de la Comunicación de la UNDAC”*. Tesis de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.

-Benites, Landauro (2014) *“Influencia de los medios audiovisuales como: Radio, TV y DVD en la comprensión de textos de los niños de cuarto grado de educación primaria, en el área de comunicación de la I.E.P “Amigos de Jesús” del distrito de la esperanza, Trujillo – 2012”*. De la Universidad Privada Antenor Orrego.

-Bravo Córdova (2017) *“Los Medios de Comunicación televisivos y su influencia en el desarrollo cultural de los estudiantes del 6to año de educación básica de la unidad educativa Arnulfo Chávez Miranda del Cantón Quevedo Provincia de los ríos periodo 2017”*. De la Universidad Técnica de Babahoyo.

-Casero (2012) *“Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital”*. Paper publicado en la revista científica “Comunicar”.

-Castaño Estrada (2016). *“Consumo cultural y el papel de los medios en el control social”*. Centro de Estudios Interdisciplinarios, Jurídicos, Sociales y Humanistas (CIES), Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Icesi, de Cali Colombia.

-Concha (2009) *“Los medios de comunicación de Masas y la identidad cultural de los jóvenes universitarios Quechuas del Cusco”* De la Universidad de Alcalá.

- Deó (2007) *“Los medios de comunicación y la educación”* Revista Educaweb número 96
- Gisella Velda (2011) *“Del papel a la red: La configuración del lenguaje ciberperiodístico, desarrollo y tendencias de la prensa digital peruana: Análisis de casos El Comercio, RPP y la Agencia de Noticias Andina”*. De la Pontificia Universidad Católica.
- Golovina (2014) *“La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor”*. Paper publicado en la Revista Científica Orbis.
- Hualla, Yuca (2018) *“El Tratamiento periodístico de la cultura en los diarios de Arequipa: El pueblo, Correo y la Republica en abril y mayo del 2017”*. De la Universidad Nacional de San Agustín Arequipa.
- Ipsos Perú (2019) *“Consumo de medios de comunicación digital y tradicional”*
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-04/el_55_del_tiempo_de_consumo_aun_ocurre_en_medios_tradicionales.pdf
- Manrique, Hernandez (2015) *“Influencia de medios digitales periodísticos en la identidad cultural de los jóvenes residentes en la urbanización San Andrés – Trujillo”*. Tesis de la Universidad Nacional de Trujillo.
- Rosales (2013) *“Prensa digital de investigación en Perú: Caso IDL reporteros”* De la Universidad de Lima.
- Tenorio (2019) *“Periodismo, conocimiento y comunicación”* De la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Vargas (2016) *“Influencia del tratamiento de la información de la fan page “Diario El Comercio” en la preferencia de los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Jaime Bausate y Meza”*. Tesis de la Universidad César Vallejo.

Cronograma

Mes	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elección de tema																				
Investigación bibliográfica																				
Planteamiento del problema																				
Marco teórico																				
Marco Metodológico																				
Anexos																				
Matriz de Consistencia																				
Presentación jurado																				

Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
La influencia de la información cultural nacional del Diario El Comercio en los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el año 2019	¿Cuál es el nivel de influencia del Diario El Comercio en la información cultural nacional de jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el 2019?	Objetivo general Analizar el nivel de influencia que tiene la información cultural nacional del Diario El Comercio en los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana durante el año 2019, con el fin de proponer mejoras a los contenidos de información periodística y su difusión en la escena cultural nacional.	La hipótesis es la siguiente: La información cultural nacional que difunde el Diario El Comercio podría influenciar a los jóvenes universitarios de 20 a 30 años de Lima Metropolitana como herramienta de formación educativa, cultural y la vez permitir un mayor grado de difusión de la escena artística nacional promoviendo el crecimiento de la industria.	- Variable independiente: Influencia del Diario El Comercio. - Variable dependiente: Información cultural nacional. - Variable dependiente: Jóvenes universitarios.	El presente trabajo de investigación científica es de carácter descriptivo debido a que implicará observar y describir la percepción de un grupo de individuos respecto a la información cultural del Diario El Comercio con la finalidad de determinar la influencia que ejerce sobre ellos. La investigación también es Transeccional o transversal y el enfoque es cualitativo.

