

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

ESCUELA DE POSGRADO



**INFLUENCIA DE LA REVISTA AmArte
EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA
EN DOCENTES DE SEIS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN
BÁSICA REGULAR DEL DISTRITO TRUJILLO, 2017**

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
CON MENCIÓN EN PERIODISMO**

AUTORA:

Br. DJANIRA SOLANGE RUIZ CABRERA

ASESOR:

Dr. LORENZO EDUARDO MATOS DEZA

Trujillo, diciembre 2017

DEDICATORIA

A las personas que practican las diferentes expresiones artísticas en el Perú y en el mundo entero, y ven en las mismas una forma de erradicar la violencia.

A mamá y a papá, por darme una formación integral, basada en valores y conocimientos, considerando a las artes como un aspecto importante en mi vida desde que era una niña.

AGRADECIMIENTOS

A los y las docentes de Educación Básica Regular de la región La Libertad que adquirieron la Revista Cultural AmArte como apoyo a la cultura y para que sea usada como fuente de información para el desarrollo de sus clases.

A mi asesor de tesis, Lorenzo Matos, por su atención y apoyo para continuar desarrollando de manera óptima el presente trabajo de investigación.

A mamá y a papá, a mis hermanas y sobrinas, a mi familia en general, por ser mi inspiración y motivación para continuar superándome día a día.

A Dios por darme la bendición para continuar...

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se desarrolla debido a que no hay interés por difundir las diferentes expresiones culturales en Trujillo. Es por ello que nace la Revista Cultural AmArte, la cual busca promover el amor por las distintas artes y la cultura. Para lograrlo, la autora de la investigación desarrolló alianzas con el sector educación, generando que los docentes de Educación Básica Regular adquieran y lean la revista en mención. Para identificar si es que la Revista Cultural AmArte desarrolló el interés por la cultura en los educadores, se utilizó una muestra de 80 profesores que enseñan en seis instituciones educativas del distrito Trujillo –tres privadas y tres públicas–, con quienes se usó el instrumento de recolección de datos de la encuesta. Las preguntas y respuestas fueron de tipo cerradas y se usó alternativas tipo Gradual con tres opciones: A veces, siempre y nunca; buena, regular y deficiente; y mucho, regular y poco. Se utilizó el programa Excel para el procesamiento del muestreo y análisis de datos, así como la estadística descriptiva a través de gráficos circulares. El diseño de contrastación utilizado es el de grupo único post test, donde: M1 = Medición del desarrollo del interés por la cultura, y O1 = Influencia de la Revista Cultural AmArte. También se consignan respuestas de tipo cualitativo derivadas de la aplicación de la entrevista. Dichas respuestas refuerzan los resultados cuantitativos. Después de la investigación desarrollada, se logró concluir que el 87 % de los docentes encuestados sí desarrollaron su interés por la cultura después de leer la Revista Cultural AmArte, aumentando no solo sus conocimientos sino también sus ganas de asistir a exposiciones de arte, presentaciones de teatro y de música, visitar atractivos turísticos, y desarrollar más su identidad nacional. Los resultados permiten concluir que al difundir este tipo de temáticas se logró promover el desarrollo del interés por la cultura.

Palabras clave: Revista, cultural, AmArte, desarrollo, interés, cultura, docentes, colegios y Trujillo.

ABSTRACT

This research work is carried out because there is no interest in disseminating the different cultural expressions in Trujillo. That is why the AmArte Cultural Magazine is born, which seeks to promote love for different arts and culture. To achieve this, the author of the research developed alliances with the education sector, generating that the teachers of Regular Basic Education acquire and read the magazine in mention. In order to identify if the Cultural AmArte Magazine developed an interest in culture in educators, a sample of 80 teachers were taught at six educational institutions in the Trujillo district - three private and three public - with whom the collection of survey data. The questions and answers were closed type and Gradual type alternatives were used with three options: Sometimes, always and never; good, fair and poor; and a lot, regular and little. The Excel program was used for the processing of data sampling and analysis, as well as descriptive statistics through bar graphs. The test design used is that of a single post test group, where: M1 = Measurement of the development of interest in culture, and O1 = Influence of the AmArte Cultural Journal. Qualitative responses derived from the application of the interview are also recorded. These responses reinforce the quantitative results. After the research developed, it was concluded that 87% of the teachers surveyed did develop their interest in culture after reading AmArte Cultural Magazine, increasing not only their knowledge but also their desire to attend art exhibitions, presentations of theater and music, visit tourist attractions, and further develop their national identity. The results allow us to conclude that by disseminating this type of topics, it was possible to promote the development of interest in culture.

Keywords: Magazine, cultural, AmArte, development, interest, culture, teachers, schools and Trujillo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MARCO TEÓRICO.....	24
III. MATERIAL Y MÉTODOS.....	51
1. Material.....	51
1.1. Población.....	51
1.2. Muestra y Unidad de Análisis.....	51
2. Método.....	52
2.1. Tipo de estudio.....	52
2.2. Diseño de investigación.....	52
2.3. Variables.....	52
IV. RESULTADOS.....	61
V. DISCUSIÓN.....	81
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES.....	84
BIBLIOGRAFÍA.....	85
ANEXOS	

ÍNDICE DE CUADROS, TABLAS E ILUSTRACIONES

I. CUADROS

CUADRO III – 1. Población encuestada de seis colegios del distrito Trujillo.....	51
CUADRO III – 2. Operacionalización de las variables de investigación.....	54
CUADRO IV – 3. Reacción que genera la portada de la Revista Cultural AmArte, cuando es observada por los docentes de las I.E. de Trujillo.....	61
CUADRO IV – 4. Comprensión de titulares de las portadas de la Revista Cultural AmArte por los docentes de las I. E. de Trujillo, 2017.....	62
CUADRO IV – 5. Comprensión del contenido de la portada de la Revista Cultural AmArte por los docentes de las I.E. del distrito Trujillo, 2017.....	63
CUADRO IV – 6. Calificación de la diagramación de la Revista Cultural AmArte por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.....	64
CUADRO IV – 7. Calificación de los colores de la Revista Cultural AmArte, por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.....	65
CUADRO IV – 8. Consideración si los temas de la Revista Cultural AmArte influyen en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de las I.E. de Trujillo.....	66
CUADRO IV – 9. La difusión de actividades culturales de la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.....	67
CUADRO IV – 10. La difusión de actividades artísticas en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.....	68
CUADRO IV – 11. La difusión de actividades turísticas de la Revista Cultural AmArte influye en el interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.....	69
CUADRO IV – 12. Calificación del diseño de la Revista Cultural AmArte por parte de docentes de las I. E. de Trujillo, 2017.....	70

CUADRO IV – 13. Existe difusión en la Revista Cultural AmArte sobre contenidos referidos a exposiciones de pinturas, según los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.....	71
CUADRO IV – 14. Existe difusión en la Revista Cultural AmArte de exposiciones de obras de pintores clásicos o modernos, según los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.....	72
CUADRO IV – 15. La difusión de exposiciones de pintores clásicos o modernos en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I.E. de Trujillo, 2017.....	73
CUADRO IV – 16. Difusión de opiniones de música en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I.E. de Trujillo.....	74
CUADRO IV – 17. Difusión de fotografías turísticas del Perú en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I.E. de Trujillo, 2017.....	75
CUADRO IV – 18. Difusión de fotografías turísticas de otros países en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	76
CUADRO IV – 19. Difusión de la cultura gastronómica peruana en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	77
CUADRO IV – 20. Publicación de artículos sobre cultura en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	78
CUADRO IV – 21. Diseño, Estructura y Contenido de la Revista Cultural AmArte permite el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	79

II. GRÁFICOS

GRÁFICO 4 – 1. Reacción hacia la portada.....	61
GRÁFICO 4 – 2. Comprensión de titulares de las portadas.....	62
GRÁFICO 4 – 3. Comprensión del contenido de la portada.....	63
GRÁFICO 4 – 4. Calificación de la diagramación.....	64

GRÁFICO 4 – 5. Calificación de los colores.....	65
GRÁFICO 4 – 6. Consideración si los temas de la Revista Cultural AmArte influyen en el desarrollo del interés por la cultura.....	66
GRÁFICO 4 – 7. La difusión de actividades culturales en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.....	67
GRÁFICO 4 – 8. La difusión de actividades artísticas en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.....	68
GRÁFICO 4 – 9. La difusión de actividades turísticas en la Revista Cultural AmArte influye en el interés por la cultura en docentes de las I. E. de Trujillo.....	69
GRÁFICO 4 – 10. Calificación del diseño.....	70
GRÁFICO 4 – 11. Existe difusión en la Revista Cultural AmArte sobre contenidos referidos a exposiciones de pinturas, según los docentes de las I. E. de Trujillo, 2017.....	71
GRÁFICO 4 – 12. Existe difusión en la Revista Cultural AmArte de exposiciones de obras de pintores clásicos o modernos, según los docentes de las I. E. de Trujillo, 2017.....	72
GRÁFICO 4 – 13. La difusión de exposiciones de pintores clásicos o modernos en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de i. e. de Trujillo, 2017.....	73
GRÁFICO 4 – 14. Difusión de opiniones de profesores de música en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	74
GRÁFICO 4 – 15. Difusión de fotografías turísticas del Perú en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	75
GRÁFICO 4 – 16. Difusión de fotografías turísticas de otros países en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo.....	76

GRÁFICO 4 – 17. Difusión de la cultura gastronómica peruana en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	77
GRÁFICO 4 – 18. Publicación de artículos sobre cultura en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	78
GRÁFICO 4 – 19. Diseño, Estructura y Contenido de la Revista Cultural AmArte permite el desarrollo del interés por la cultura en docentes de I. E. de Trujillo, 2017.....	79

I. INTRODUCCIÓN

En el distrito Trujillo existen escasas revistas de corte cultural. Hay más publicaciones de revistas nacionales de tipo espectáculos y revistas locales de tipo *magazine* y noticioso.

AmArte es una revista cultural que difunde temas de arte, cultura y turismo, la cual se caracteriza por promover el amor por la cultura, la identidad nacional, el buen decir y los valores, a través de cada una de sus publicaciones. Tiene un formato A4 y sus portadas siempre llevan titulares grandes y llamativos con una fotografía o diseño de impacto, pero sin llegar a ser sensacionalista.

Los contenidos son de interés público, entretienen y educan, lo cual es acompañado con un diseño creativo y original. Estos contenidos pueden tener influencia en el desarrollo del interés por la cultura de los docentes de Educación Básica Regular del distrito Trujillo, ya que como lo señala Harold Lasswell en su Teoría Estructural Funcionalista, los medios de comunicación –incluida la revista–, tienen poder para persuadir e influenciar en las personas para que cambien o tengan ciertas conductas.

Para apreciar dicha influencia en el desarrollo del interés cultural, se realizó una entrevista a tres docentes y sus respuestas fueron las siguientes:

“Sí influye positivamente, en la teoría y en la práctica. Al rescatar los valores culturales y humanos nos permite a nosotros tenerla (a la revista) como fuente de referencia para el desarrollo de las clases. Incluso, nos motiva a apoyar en la difusión y promoción de las diferentes expresiones culturales. Podríamos difundirla entre los estudiantes para promover el amor por la cultura y la identidad nacional. Es una revista que promueve la interculturalidad. Sí influye en nuestro desarrollo relacionado a la cultura y a la educación también porque presenta temas interesantes sobre los mismos como la relación entre cultura y desarrollo, fotografías de diferentes zonas del Perú”. Testimonio de Morán Alfaro, Sandy (2016). Docente de la I.E. Las Américas. Ver anexo 2.

“Tiene publicaciones de toda la temática relacionada con la cultura. Ayuda no solo en nuestro desarrollo cultural sino también educativo. Por eso es que también es importante que nosotros, como docentes, la usemos como fuente de referencia porque permitirá motivar a que nuestros estudiantes también se vean interesados en la cultura. A través de la revista conocemos dónde hay exposiciones, un sin número de actividades que fomenta la cultura en esta revista”. Testimonio de Castro Biminchumo, Liliana (2016). Docente de la I.E. Las Américas. Ver anexo 2.

“La revista es interesante. Todo su contenido es bueno. Logra que sienta interés por conocer más sobre pintura, sobre música, conocer obras, incentivar el turismo. Al tener información sobre un lugar también nos

incentiva a conocerlo, nos incentiva a viajar. Su diseño, sus imágenes y su contenido son atractivos, que nos llevan a ello y motivan, y pienso yo que no solo en un público adulto sino también en adolescentes. También capta la atención en ellos, incluso en los niños, porque es dinámico”. Testimonio de Carranza Torres, Yuly (2016). Docente de la I.E. Las Américas. Ver anexo 2.

Estos testimonios muestran que la Revista Cultural AmArte genera comentarios positivos sobre la misma en los docentes de Educación Básica Regular (EBR) del distrito Trujillo.

Lo que interesa conocer con esta investigación es la influencia de la Revista Cultural AmArte en los docentes de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.

1.1. Antecedentes

No se han registrado antecedentes directos sobre el tema de investigación, pero sí se han encontrado estudios sobre la influencia de medios de comunicación, entre éstos las revistas, en el desarrollo del interés por la cultura y otros temas de diferentes profesiones solo a nivel internacional.

A nivel internacional:

Castillo, C. (2006). Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Universidad Marista. México, concluye que:

- Los medios masivos de comunicación contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; determinan en gran medida ideas, hábitos y costumbres. Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, TV Cable, radio, prensa y cine.
- En años pasados la comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus baluartes en las tertulias familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy se evoca con nostalgia, tal vez, como parte de un pasado casi totalmente perdido.
- Es urgente el desarrollo de competencias básicas que la escuela no proporciona.
- Se está ante un cambio perceptivo que es histórico, pero que deberá venir acompañado de una actitud y comprensión diferentes por parte de quienes se ocupan de la educación.
- El reto fundamental que tienen los docentes en este nuevo escenario es desarrollar nuevas competencias profesionales que les ayuden a utilizar la nueva tecnología como herramienta valiosa que apoye efectivamente el proceso enseñanza-aprendizaje.

Martínez, S. (2013). En busca de un campo cultural propio. Literatura, vida intelectual y revistas culturales en Tucumán (1904-1944). Buenos Aires, Argentina, concluye que:

- La Revista de Letras y Ciencias Sociales muestra dos proyectos con importantes objetivos: uno científico asumido por Terán y López Mañán y otro literario, impulsado por Jaimes Freyre. La publicación es importante en la organización institucional de la cultura letrada en Tucumán debido a que influencia en el desarrollo de la misma.
- ‘Sustancia’, revista fundada y dirigida por Alfredo Coviello, presenta aspectos de un modelo cultural a lo que le llamo tradición cultural prestigiosa.
- La revista ‘Cántico’ una propuesta renovadora respecto del modelo cultural instituido en la provincia, si bien en sus páginas se advierte al mismo tiempo una actitud de respeto por la tradición cultural local.
- ‘La Carpa’ es una revista que congrega a jóvenes escritores y artistas del Noroeste argentino. Su principal labor es publicar una serie de cuadernos y boletines, aparecidos en Tucumán, entre abril y diciembre de 1944.

Risco, A. M. (2013) Prismas. Revista de Historia Intelectual. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387036817019> el martes 27 de setiembre de 2016, concluye lo siguiente:

- Cabe destacar la apuesta de ‘Corregidor’ al promover, a través de su prestigioso sello, publicaciones aparentemente localistas, vinculadas y en diálogo o contraposición con ese centro excluyente. En su colección ‘La vida en las Pampas’, la editorial publica un ensayo

sobre Tucumán que no coincide exactamente con el plan y el título de la colección, pero que respondería a esa búsqueda de diálogo confrontador, de intención federalista entre las Pampas y las zonas “no pampeanas”, en este caso, “andina”.

- Las reivindicaciones de personalidades, la recuperación de revistas olvidadas, el establecimiento de perfiles letrados y culturales, la elaboración de las extensas listas de colaboradores de diversas procedencias del país, del continente, etc., constituyen arduas tareas que ponen de manifiesto la complejidad del tema tratado.

En el portal web de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2017), se conoce el trabajo que se desarrolla en Correo, revista de dicha organización, en la que se indica lo siguiente:

- El contenido y la forma del Correo han evolucionado mucho. Con el transcurrir del tiempo se ha ido adaptando a los cambios, principalmente tecnológicos, y se puede encontrar una gran variedad de temáticas culturales, de historia en PDF y de manera virtual.
- A pesar de la llegada de la era digital, la revista ha permanecido fiel a su vocación de siempre: propagar los ideales de la Unesco, servir de plataforma para el diálogo entre las culturas y servir de tribuna para debates internacionales.

Rubio, Á.; Martín, A. y Mesa, M. (2008), Influencia de las revistas juveniles en la sexualidad de las y los adolescentes. Instituto de la Mujer. España, Recuperado de http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejos Escolares/archivos/Influencias_de_las_revistas_juveniles_en_la_sexualidad_de_las_y_los_adolescentes.pdf, consultado el lunes 27 de marzo de 2017, en su investigación concluyen:

- Nuestro estudio refleja también que las y los preadolescentes españoles reciben fundamentalmente la información sexual a través de sus madres (61% de las chicas; 47% de los chicos), amigas (el 66% las chicas y el 48% chicos) y en el caso de los chicos de los amigos (un 48%), así como de los padres (el 39,8%). Hemos identificado a los medios de comunicación como agente más importante ocupando el tercer puesto en importancia para la socialización de las relaciones intersexuales: la televisión en el caso de los chicos (un 30% de éstos) y las revistas juveniles en el de las chicas, con un 34,5% (un 25% en los chicos). Por tanto, las revistas, si bien no son el principal agente de información sexual, cumplen una función muy relevante en la provisión de este tipo de información en la preadolescencia.
- Las publicaciones juveniles desempeñan una función de identificación grupal y sexual de gran importancia durante la preadolescencia. Es un producto cultural de culto, que no sólo alcanza una gran incidencia de lectura a estas edades, sino que

además conforma determinados ritos de integración en el grupo de edad del mismo sexo, los cuales se encuentran normalizados en el conjunto de la población española.

- Las publicaciones juveniles en general dispensan una información sobre la sexualidad en la adolescencia en la que prevalecen intereses comerciales. Es una información con sesgos sexistas, recomendaciones poco saludables, que en ocasiones resulta peligrosa para quienes la reciben.
- Si bien es cierto que las chicas valoran peor las revistas juveniles que los chicos, también éstas les exigen más, y fundamentalmente las utilizan para divertirse, relacionarse, como fuente de asesoramiento, autodescubrimiento e incluso obtención de conocimientos en relación con la prevención. Los chicos en cambio enfatizan más su función recreativa (erótica, informativa-cultural y lúdica e interactiva en relación con videojuegos).

Díaz, P. (2009). Consumo de revistas de moda y efectos en la autopercepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la Tercera Persona. Revista de moda europea. Nº 2, tomo 3, en su estudio concluye que:

- El principal resultado de las tablas muestra una diferencia sustancial en el consumo de revistas de moda y la compra de marcas de moda entre México y España. Hay una mayor influencia en México que en España: las mujeres mexicanas consumen más revistas al tiempo que

dicen sentirse más afectadas por la publicidad, en la importancia que conceden a su imagen física.

- A pesar de este dato, las mujeres españolas investigadas otorgan más importancia a los aspectos relacionados con el estatus externo (deseo de comprar marcas de lujo, gusto por las marcas de lujo, deseo de ser identificada por la exhibición de logotipos en la ropa, gusto por mirar la publicidad y poseer productos que imitan las marcas de moda) y con el cultivo de su propia imagen o estética física (deseo de parecerse a las modelos, valorar mucho la imagen del propio cuerpo, deseo de rodearse de personas bellas).
- Desde la perspectiva de los efectos de la tercera persona sobre las mujeres estudiadas, se observó que las mexicanas son más sensibles a los efectos de la tercera persona. En concreto entre aquellas que consumen revistas de moda y tendencias es más frecuente pensar que la publicidad de las revistas no les afecta a ellas y sin embargo sí que afecta a terceras personas a las que se consideran más vulnerables.

Beigel, F. (2003). Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela, concluye de la siguiente manera:

- Las revistas y en general, el editorialismo programático, muestran de manera privilegiada las distintas inflexiones del proceso de autonomización de lo cultural en nuestro continente. En primer lugar, sus límites difusos y su particular dependencia con otros campos. En

segundo lugar, los alcances de los proyectos político-culturales que surgen en determinadas brechas que se producen en el “espacio de posibilidades” que transita en las relaciones del campo cultural con el campo del poder. Estas condiciones determinan la existencia de “bisagras culturales” que constituyen territorios fértiles para la pregunta por la identidad nacional.

- A estas alturas, podríamos preguntarnos por qué las revistas. Es decir, por qué las hemos seleccionado como unidades de análisis para este encuentro teórico y metodológico entre Historia de las Ideas y Sociología de la Cultura. Y la respuesta no está sólo en el hecho de que constituyen textos colectivos por excelencia. El periodismo, aunque asume algunos rasgos específicos con la prensa especializada del siglo XX, fue –desde el siglo anterior– una de las vías más efectivas en la autonomización del campo cultural latinoamericano, especialmente en lo que se refiere a su vertiente literaria. Desde este punto de vista las revistas adquieren un carácter de objeto de análisis capaz de arrojar luz sobre las particularidades de la construcción de un proyecto colectivo: porque contienen en su seno los principales referentes sociales que participan del proceso de definición programática.
- En la última década, las revistas han sido objeto de nuevos abordajes que no sólo han intentado rescatarlas del olvido, sino que han procurado delimitar sus ventajas como formas de documentación de distintos estados del campo político o cultural. En razón de que en su

mayor parte resultan “efímeras”, pocas veces han servido como testimonio de procesos sociales de largo alcance. Más bien han resultado de gran valor a la hora de explicar momentos de crisis o coyunturas relevantes.

1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera la publicación de la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo, 2017?

1.3. Justificación

El presente trabajo se realizó porque son escasos los estudios teóricos en el Perú que relacionen revistas con desarrollo y fomento de la cultura, sobre todo en docentes de Educación Básica Regular (EBR).

Asimismo, porque el concepto de cultura se ha restringido a lo académico, descuidando la parte del arte, del turismo, los cuales también son elementos de cultura y que se busca promover a través de la Revista.

Existe un sólido planteamiento teórico al respecto que se usa en la presente tesis, derivado del punto de vista de la Teoría Estructural Funcionalista de Harold Lasswell, quien señala que los medios de comunicación tienen un poder influyente frente al público y éstos deben tener una función social que consista, también, en transmitir la herencia social, como se plantea en este trabajo.

Desde el punto de vista pedagógico, el aporte es para que los educadores amplíen su desarrollo cultural y utilicen a la Revista Cultural AmArte como una de las fuentes de referencia para su ejercicio profesional. Asimismo, como los educadores son promotores de brindar a sus alumnos los elementos básicos de la cultura, un medio eficaz es utilizar una revista de este corte que facilite, mejore y divulgue elementos de cultura nacional y regional, cuyo interés por su contenido es propio a los seres humanos, como lo planteaban los investigadores Darío Páez, Itziar Fernández, Silvia Ubillus y Elena Zubieta en el libro Psicología Social, cultura y educación (p. 372).

1.4. Objetivos

1.4.1. General:

Analizar la influencia de la Revista Cultural AmArte en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo, 2017.

1.3.2. Específicos:

- 3.2.1. Identificar los contenidos de aporte cultural de la Revista Cultural AmArte.
- 3.2.2. Identificar el nivel de desarrollo de interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.

3.2.3. Identificar el nivel de valoración de los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular en su desarrollo cultural.

1.5. Hipótesis

La publicación de la Revista Cultural AmArte influyó significativamente en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Revista:

2.1.1. Definición de revista

La revista es un medio de comunicación que no se imprime de manera diaria; es decir, puede ser publicada de manera semanal, mensual, trimestral, semestral o anual. Según la Real Academia Española (RAE), la definición de revista es la siguiente: “es una publicación periódica con textos e imágenes sobre varias materias, o sobre una especialmente”. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=WOsvFFF>, consultada el 02 de setiembre de 2016.

Rivera, C. (2008). Las publicaciones digitales como recurso de información en bibliotecas universitarias. Ciudad de México, México. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México, define que “una publicación impresa es todo material escrito, que utiliza papel como portador, que representa su contenido de manera lineal, que asume principalmente la forma de revista, libro, folleto o periódico, que se distribuye total o parcialmente mediante copias o ejemplares”.

Saucedo, K. (2001). Revistas. La Catarina, Universidad de Las Américas. Puebla. México. Recuperado de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf, el 27 de setiembre de 2016, también presenta una definición de revista más amplia y citan lo siguiente: “la revista es la conversación continua con los lectores”

Los escritores de dicho medio de comunicación digital señalaron que la revista no se debe considerar solo un objeto debido a que la misma representa un estilo de vida porque cada publicación que se realiza tiene un valor figurativo que permite una conexión más directa con el lector.

“El nombre revista proviene de revisar o rever, esto significa: volver a ver para revisar”, como lo dice Saucedo (2001).

Se debe indicar que la revista es una publicación impresa que data desde 1663, año en que se publicó ‘Discusiones mensuales edificantes’, la primera revista impresa en Alemania. Careaga (2008).

2.1.2. Características

Una revista tiene una gran variedad de características, muchas de ellas dependerán de los temas que la misma trate. Algunas serán diseñadas con colores más llamativos, otras utilizarán colores más sobrios, así como los diseños también variarán.

En un análisis de Saucedo, K. (2001). *Revistas*. La Catarina, Universidad de Las Américas Puebla. México. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf

lo1.pdf, el 27 de setiembre de 2016, señala que la revista, físicamente, es un conjunto de hojas impresas –la cantidad dependerá de cada editorial–, que estarán agrupadas en orden progresivo y se unirán cosidas y/o encuadernas, y con cubierta.

Villamil, J.P. (2015). Libros, revistas y periódicos. Medellín, Colombia. Recuperado de <https://prezi.com/o7z4jcl4zkpp/libros-revistas-y-periodicos/> el martes 27 de setiembre de 2016, señala que las características de las revistas variarán en base al contenido, a los *stakeholders* o público objetivo a la que ésta va dirigida, a la proporción, tipo de papel, estilo tipográfico, precio, contenido, fotografía e imagen, sección, diseño y diagramación editorial.

Se analizarán cada una de las características mencionadas:

- Proporciones: Éstas variarán de acuerdo a las políticas editoriales de cada revista. La mayoría que se observan en el Perú son de tamaño A4 y unas mínimas utilizan el tamaño carta o A3.
- Tipo de papel: Existen muchas variedades de tipo de papel en los que se puede imprimir una revista. Lo más comercial es el cuché, el cual se diferenciará por los gramos de grosor del papel y su textura, gramaje, color y claro está también el costo. Se debe tener en cuenta que el tipo de papel que se utiliza en la Portada será distinto al que use en el interior, debido a que la misma es la primera presentación hacia el lector y, por lo tanto, deberá ser más llamativa, ya sea usando barniz o plastificado.

- **Fotografías:** Para captar la atención del lector también se necesita de un trabajo fotográfico profesional, en alta resolución, que permita darle calidad y buena ‘compañía’ a los contenidos. Recordemos que las imágenes también persuaden al lector a adquirir la revista.
- **Estilo tipográfico:** Después de la imagen, es otro de los principales elementos visuales. La tipografía dependerá de la temática que se vaya a tratar. En la Portada, por ejemplo, la tipografía siempre es más grande y llamativa, lo mismo sucedería con los titulares al interno de la revista.
- **Diagramación:** También conocida como retículas o cajas de texto, es el esqueleto o estructura de la revista, lo que dará las guías para organizar y ubicar la información de forma clásica o haciendo uso de la creatividad en otras posiciones más dinámicas.

Las características de las revistas están determinadas, además de las políticas editoriales, de la creación del profesional en diseño. Los programas que se emplean son Indesign –para la maquetación–, Illustrator, Photoshop, siendo estos últimos los que más se usan para el retoque de las fotografías y creación de imágenes en vector.

2.1.3. Revista AmArte

La Revista Cultural AmArte es una publicación impresa, con presencia en Social Media, que difunde temas sobre arte, cultura y turismo de la región La Libertad y otras provincias del Perú.

Se caracteriza por ser un medio de comunicación que promueve los valores y la buena educación. A través de cada una de sus publicaciones, promueve el amor por el arte, la identidad nacional y la valoración y difusión de los talentos regionales y nacionales.

Los objetivos de la Revista Cultural AmArte y el presente trabajo de investigación se pueden fundamentar en base a la teoría de Harold D. Lasswell sobre la Estructura y función de la comunicación en la sociedad, o también conocida Teoría Estructural Funcional, la cual tiene como principio lograr influir en el público sobre lo que se informa en los medios de comunicación.

En lo que se refiere a la función social, esta teoría busca transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida mediante la educación, así como con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tenían una gran preponderancia.

Por otro lado, esta teoría señaló la posibilidad inherente a los medios de que la información se fuera introduciendo en el público, lo cual es el punto de partida para propiciar la expectativa y dar inicio al ciclo del interés.

Si es que se analiza lo señalado por Tylor y el funcionalismo de Bronislaw Malinoswski también encontramos estudios relacionados. El primero de ellos (Tylor, E. B. 1977. Cultura primitiva. 1/ Los orígenes de

la cultura. Madrid: Editorial Ayuso) parte de la idea que a medida que los seres humanos desarrollaban civilizaciones su idea de cultura y necesidad de percibir la misma, iba mejorando haciéndose más elaborada y selectiva. La otra perspectiva, la de Bronislaw Malinowski, señala que las necesidades del hombre para sobrevivir le llevaron a buscar formas adecuadas para que suceda, dichas formas fueron perfeccionándose dando paso a la cultura. Desde esta línea de análisis, se puede decir que la perfección buscada es la optimización de los contenidos culturales y la preferencia por los mismos, que evoluciona a medida que los individuos, dentro de la sociedad, perciben mejor su entorno y sus patrones culturales. La Revista AmArte es el medio que, como propuesta, se utiliza para promover que los contenidos de Arte, Cultura y Turismo de la revista, se adviertan como necesarios, importantes para el desarrollo e interesantes como consumo cultural.

Biagi, S. (2006). Impacto de los Medios. Universidad Estatal de California. Sacramento. Estados Unidos, se corrobora la teoría de Lasswell y la presente investigación, al señalar que los medios de comunicación, además de informar y entretener, buscan educar y unir a la gente desde una experiencia compartida que está sujeta también al desarrollo cultural de cada individuo, ya sea mirando un programa de televisión, leyendo el periódico o una revista, mirando redes virtuales. Estos hechos generaban influencia, lo que permitía afirmar que “el contenido de los medios tenían una relación directa con la conducta”.

2.2. Percepción

Uno de los puntos claves del presente trabajo de investigación es el de plantear la percepción de la cultura como punto de inicio de la visión que se tiene acerca de un bien cultural como una revista. Diversos planteamientos teóricos analizan a la percepción y sus diversas formas de entenderla.

“La percepción es la impresión que obtenemos del mundo exterior, adquirida exclusivamente por medio de los sentidos. Es una interpretación significativa de las sensaciones”. Desde una perspectiva psicológica es la Escuela de la Gestalt. Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. Revista de Estudios Sociales, No. 18, agosto de 2004, 89-96 en <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>, quien propone la necesidad de tener en cuenta el punto de vista del sujeto para comprender tanto a éste como a su definición del mundo. Es importante ya que el estudio de la percepción de las formas es el punto de partida para la constitución de los motivos. Es decir, no percibimos las formas como la integración de un conjunto de elementos, partiendo primero de la percepción de éstos, para después agregarlos. Al contrario, la percepción de la forma consiste más bien en la aprehensión activa de una totalidad diferenciada (en la contraposición con el fondo) que luego podemos desglosar en componentes. Cuando llevamos este aspecto teórico al campo de la revista AmArte, encontramos que ésta es percibida como una totalidad en su estructura formal y contenido, no distinguiéndose una de otra en el momento de la percepción

de la esencia del mismo: su contenido. “Si nos referimos solo a las percepciones visuales, podremos decir que es la sensación interior que nos reporta un conocimiento, reconocida por los estímulos que registran nuestros ojos. El ser humano en contacto con la realidad capta primero las totalidades y solo después reconoce los elementos particulares constituyentes del todo, es decir que primero percibimos el todo y luego las partes constitutivas”, se indica en la también conocida Teoría de las Formas.

Por otro lado, la Gestalt también revela la importancia del sujeto y, la concepción de la percepción como un proceso activo, implica toda una serie de factores de incidencia en la percepción: la motivación, el contexto y la cultura, las instrucciones previas, las experiencias y expectativas asociadas, la emoción y la singularidad individual. Aspectos que cada uno de los artículos de la revista toma en cuenta.

2.3. Desarrollo del interés por la cultura

2.3.1 ¿Qué es la cultura?

En los años cincuenta Kroeber y Kluckhohn (1952) *Cultura: una revisión crítica de conceptos y definiciones*. Museo de Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos, publican unas 150 definiciones diferentes de cultura, propuestas por diversos especialistas de las ciencias humanas clasificándolas en seis grupos: descriptivas, históricas, nominativas, psicológicas, estructurales y genéticas.

Desde el punto de vista descriptivo, cultura o civilización es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, ley, costumbres y cualquier otra facultad y hábito adquiridos por el hombre y la mujer como miembros de la sociedad.

Desde la perspectiva histórica, la cultura es lo heredado de prácticas y creencias que determinan la textura de nuestra vida. También comprende artefactos, bienes, procesos técnicos, ideas, hábitos y valores que heredamos. Algunos autores señalan que es la “totalidad donde entran los utensilios y los bienes de consumo, las cartas orgánicas que regulan los diversos agrupamientos sociales, las ideas y las artes, las creencias y las costumbres”. Malinowski, B. (1968). Cultura en Enciclopedia de las Ciencias Sociales, p. 35. New York, Estados Unidos.

Las definiciones normativas destacan a la cultura como regla o pauta de conducta; es el modo de vida, también es idea o valor orientador de la conducta.

Las psicológicas señalan a la cultura como ajuste social, como aprendizaje o como hábito. Por su parte, las definiciones estructurales; ven a la cultura como un diseño o un sistema de diseños para vivir. “Una cultura es la configuración de la conducta aprendida y los resultados de la conducta, cuyos componentes son compartidos y transmitidos por los miembros de una sociedad particular”. Linton, R. (1965). Cultura y Personalidad, p. 23. Fondo de Cultura Económica. México.

Finalmente están las definiciones genéticas que enfatizan que la cultura es producto o artefactos y que las ideas y los símbolos son la raíz de la misma.

Sin embargo, desde hace más de 200 años que introdujera el término cultura, no existe una definición única. Sin embargo, la UNESCO y que incorpora al mismo tiempo las dimensiones humanísticas y antropológicas y que fue incorporada en la Declaración de México de 1982. Dicha definición considera a la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o un grupo social.

Los estudios teóricos de Geertz, C. (1989). Interpretación de las culturas, p. 22. Río de Janeiro, Guanabara, identifican la noción de cultura con las dimensiones ideacionales del comportamiento humano y limita, o deja en un segundo plano, sus componentes materiales y sociales. Está convencido de que: “La enorme variedad de diferencias que presentan los hombres en cuanto a creencias y valores, costumbres e instituciones, según los tiempos y lugares, no tiene significación alguna para definir su naturaleza”.

Basail, A. (2006). Habitar la identidad, la cultura y lo social cubano invisible. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. XII. Núm. 23, Colima, pp. 93-115, Recuperado en http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/habitar_la_identidad.pdf, el 02 de setiembre de 2016, por su parte, mencionó que la cultura

es importante para la transformación de lo malo a lo bueno y para el desarrollo humano: “No se puede hablar de un desarrollo social real, efectivo y perdurable si no está dimensionado culturalmente porque la creación de la cultura produce las diversas formas en que se manifiesta el desarrollo y éste a su vez, genera determinados fenómenos culturales que reflejan la producción del hombre en su vida social”. (p. 93)

Desde el punto de vista más cercano a la tendencia de la presente tesis y, de manera general, se entiende por cultura a las prácticas materiales y de significación, al mismo tiempo, de continua producción, reproducción y transformación de las estructuras materiales y de significación que organizan la acción humana. La práctica social o acción social, se entiende como acciones y productos provistos de sentido, y partícipes de la producción, reproducción y transformación de los sistemas de significación o sistemas simbólicos (Bourdieu, P. (1990). Sociología y cultura. México: CNCA/Grijalbo y Geertz, C. (1989). Interpretación de las culturas. Rio de Janeiro, Guanabara).

La cultura, es pues, un sistema de interrelaciones entre los procesos individuales ontogenéticos, los sociales e históricos del comportamiento colectivo en un corte de tiempo y los antropológicos e históricos que hacen posible los productos culturales, incluyendo a las manifestaciones artísticas, cotidianas, científicas, tecnológicas y las de tipo folklórico.

La presente tesis, por tanto, toma la “cultura” como un elemento que emana de la sociedad, a la cual, a su vez, estructura y da sentido porque,

como afirma Bruner, J. (1987). Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia. Barcelona, España, “es casi todo aquello con que nos relacionamos en el mundo social, (...) no podría existir si no fuese por un sistema simbólico que le da la existencia a ese mundo”. (p. 96)

Además, se complementa con los siguientes enunciados:

- a) La cultura es un conjunto de significados adquiridos y construidos.
- b) El hombre y la mujer adquieren y construyen estos significados como miembros de una (o unas) comunidad(es), y no exclusivamente como miembros de la Comunidad.

2.4. Interés por la cultura

Interés

La categoría interés surge como una necesidad de dirigir la atención hacia determinados temas, el interés puede surgir de dos maneras: espontáneamente desarrollando tendencias naturales hacia un objeto, persona o situación, y la otra manera, es condicionando o generando tendencias hacia dichos objetos o personas. Esta segunda forma, que es la más efectiva ya que es más durable y condiciona la primera, se puede lograr con motivaciones adecuadas y es posible orientarla.

El interés es subjetivo y se relaciona con las demandas y necesidades internas productos de la educación, el estrato social y otros factores. Si

bien existen diversos objetos de interés, son los objetos materiales los que mejor se sirven para observar las preferencias. Sin embargo, el interés de la presente tesis es el interés por objetos no materiales o también llamados objetos culturales.

Interés por la cultura

En los últimos años se han generado un conjunto de proposiciones teóricas con sustento empírico respecto a los modos en que los públicos ven, escuchan y leen; a los usos que le dan a los bienes y servicios culturales; las maneras en que ellos relacionan esos bienes con su vida cotidiana, hasta el conjunto de teorías más importantes sobre la “estratificación social” en el consumo e interés por lo cultural, está, por ejemplo, “el argumento de la homología” (desarrollada por Pierre Bourdieu); “el argumento de la individualización” (Simmel, G.); y el argumento de la “omnivoridad cultural” (propuesta por Peterson y Simkus durante los años noventa). Una reseña clara y precisa la desarrolla Herrera-Usagre, M. (2011). El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 22, 141-172.2011, p. 143, señalando que el argumento de la homología, que achaca las razones implícitas para los diferentes estilos de vida y consumos culturales al factor estructural de las clases sociales y/o el estatus. En el caso de la Revista AmArte sus artículos culturales pretenden ser transversales a todas las clases sociales

y no tomar en cuenta la teoría de la homología, sino plantear que, si bien las culturas diversas se interesan por determinados elementos culturales, también es cierto que, tratada adecuadamente, la cultura (como elemento social de información divulgativa) puede trascender el estrato y ser un punto de referencia amplio.

En segundo lugar, el argumento de la individualización defiende que, gracias a la universalización del acceso a la cultura en las sociedades contemporáneas, las diferencias en los estilos de vida y consumos culturales están únicamente sustentadas por la voluntad del individuo, y es allí donde la revista tiene su asidero teórico sustentatorio. En último lugar, el argumento de la omnivoridad defiende que los gustos no son casillas o estancos de propiedad exclusiva de las diferentes clases sociales, sino que la diferencia fundamental reside en cuánto el consumo cultural es capaz de abarcar cada estrato. Y es precisamente dicho argumento el que la revista utiliza para divulgar a todos los estratos sus artículos de interés cultural y es bien aceptado por todas las personas. Sin embargo, es necesario anotar que, en el caso de los países de Latinoamérica, de ingreso medio y bajo, el consumo cultural es sustancialmente bajo. Guzmán, C. (2015). Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica. *Revista Contratexto de la Universidad de Lima*, No 24, julio-diciembre 2015, pp. 221-247

Involucrar el interés por la cultura en el marco del consumo cultural es central en la presente tesis para poder entender el fundamento de las

preferencias en el ámbito cultural. Una de las controversias vinculada a los consumos culturales es la manera de cómo se concibe la cultura asociada a algunas de las propuestas teóricas de la antropología cultural. Para el presente trabajo de investigación los postulados teóricos sobre la cultura de Pierre Bourdieu fueron abordados porque relacionan los agentes de consumo, quienes se apropian del producto y la libertad que tiene el consumidor basada en su experiencia; con el “sistema de enclasmiento en el que esta práctica se instituye, la jerarquización que recrea, las clasificaciones que reproduce”. Grillo, M., Rusconi, C. y Bosco, M. (2011), “Estudio de Audiencias. Río Cuarto, 2010”, Cuadernos de Temas y Problemas en Comunicación, N° 8. Recuperado de <https://www.unrc.edu.ar/unrc/comunicacion/dptocomunicacion/investigaciones/pdf/informe%20audiencia%202010.pdf>, P. 26. Bourdieu entendía el enclasmiento como un proceso objetivo/subjetivo entre actores según sus posiciones, a partir de cual se orientan las preferencias de las personas mediado por factores de tipo económico, social y cultural.

Este enclasmiento tiene como ejes los diferentes capitales: económico, simbólico, cultural y social. A partir de este enclasmiento se manifiestan los diferentes gustos. A partir de las diferencias entre capitales y tipos de capitales que tengamos acumulados frente a las otras personas. Desde el momento en el que el análisis de Bourdieu es más útil para el estudio del consumo de los bienes producidos por la industria cultural, especialmente los medios, pero también el cine, la literatura popular, entre otros de

circulación masiva, es cuando resalta la experiencia de “libertad o desinterés” que anima esta práctica en “oposición” a la de necesidad que acompaña el consumo de una variedad importante de los bienes materiales. Dicho de otra manera: si bien Bourdieu ha orientado su interés especialmente al estudio del campo del arte, en el punto citado, las dimensiones de análisis que propone auxilian la comprensión del consumo de bienes simbólicos de circulación masiva.

Bourdieu señala que la experiencia que acompaña a la apropiación no responde a la naturaleza constitutiva de la propia práctica del consumir sino al carácter escindido de las determinaciones de lo social que caracteriza al consumo de bienes simbólicos. Esta percepción de “no obligatoriedad” no hace otra cosa que permitir y asegurar la participación activa en el mantenimiento de las “armonías preestablecidas”, entre diversas esferas de la producción y el consumo, como lo son las industrias culturales y sus públicos, entre quienes los medios y otros dispositivos tecnológicos actuarían como intermediarios.

Esas armonías preestablecidas que dominan lo social constituyen la esfera de las determinaciones “enclasantes” que otorgan el carácter “enclasado” de las prácticas de consumo. Para Bourdieu el objetivo de la ciencia es objetivar este escenario de prácticas percibido libre por el consumidor por la adhesión tóxica que asume. Debe demostrar las posibilidades que ofrece y se manifiestan en los usos sociales y las disposiciones de los agentes, “es decir, los esquemas de percepción de

apreciación y de acción que constituirán su utilidad objetiva en un uso práctico”. Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Taurus, Madrid.

Este esquema de percepción es el habitus que por su obligación muda habilita en los consumidores una forma de transformar “la necesidad en virtud”, ejemplificada por el autor con las opciones por parte de los consumidores del gusto “apropiado” a la posición que ocupan. Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*, Siglo XXI, Buenos Aires y Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*, Siglo XXI, Buenos Aires. Esta concepción de Bourdieu es quizá la que más críticas ha recibido, aún entre quienes retoman sus aportes en el estudio del consumo de bienes culturales en la sociedad contemporánea.

Consumo de cultura

Es posible definir la particularidad del interés y el consumo cultural, como el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica. García, N. (1999). *El consumo cultural: una propuesta teórica*. En G. Sunkel (Coord.), *El consumo cultural en América Latina*, pp. 26-49. Bogotá: Convenio Andrés Bello. A nivel de interés por cultura presentada en la revista *AmArte*, se puede afirmar que el simbolismo propio de la cultura se ve expresada en ella y las preferencias no son

solamente formales, sino también, crean la tendencia a buscarla por sí misma, más allá del encuadre o la forma de presentación a través del medio escrito.

El interés y el consumo de cultura es, entonces, buscar y relacionarnos con una oferta ligada al entretenimiento, a la información y a experiencias estéticas, pero, al mismo tiempo, satisfacemos otras necesidades como la identificación grupal, regional, nacional o multinacional, nos distinguimos socialmente (y simbólicamente), logramos sociabilidad con otros por medio de ritos (expresión) y apropiación de espacios públicos (prácticas) y, a la vez, participamos, en distintas formas culturales, en el mundo. Villanueva, P., Peters, T., y Morales, R. (2010). Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural. Santiago de Chile: Convenio Andrés Bello/Centro de Investigaciones Socioculturales (Cisoc) de la Universidad Alberto Hurtado de Santiago de Chile. La revista AmArte tiene también esa finalidad, la de acercar a cualquier interesado a la cultura de manera gráfica y entretenida, y, además, al no interesado pretende brindarle elementos básicos de información cultural atractiva y fiable, capaz de satisfacer esas necesidades simbólicas expresadas por García.

El consumo de bienes culturales aparece, así como una práctica más a través de la cual “los sujetos se relacionan desde sus particulares posiciones y situaciones sociales con el mercado o el espacio de la

cultura”. (Mata, M.C. (1997). Públicos y consumos culturales en Córdoba, CEA, Córdoba, p. 84). Con referencias a Bourdieu y García, Mata sostiene que actuar y reconocerse como público es una experiencia conformada como tradición “en la que se articulan espacio y modalidades de consumo”. Argumenta sobre el doble movimiento implicado entre “la producción” y las pertenencias y posiciones, el acceso y las competencias “que median la oferta y conducen a públicos diferenciados” en el consumo. (Mata, M.C. (1997). Públicos y consumos culturales en Córdoba, CEA, Córdoba, p. 15).

Para Mata ser público “compromete la vida cotidiana”. Refiriéndose ya específicamente al consumo, recurre inicialmente a Douglas e Isherwood “cuando consideran el consumo de cualquier tipo de bienes como una práctica cultural en tanto las mercancías –además de sus aspectos estrictamente económicos y su funcionalidad para satisfacer necesidades– son medios no verbales de la facultad creativa del género humano. Así, la argumentación central de la autora le permite ubicarse entre quienes recusan “las simplificaciones acerca del consumismo” como comportamiento irracional y al consumidor “como víctima de las estrategias publicitarias”. Considera que el consumo es una práctica que constituye un espacio de intersección entre las ofertas y las expectativas; espacio en el que se produce una negociación entre “intereses y motivaciones” de productores y consumidores. También será una práctica significativa en tanto implica un modo de actuar y reconocerse, un modo de identificación. Al mismo tiempo, es una experiencia histórica que

pone en juego competencias específicas derivadas del aprendizaje de la propia práctica en la cual se articulan pertenencias culturales más globales, adscripciones sociales al sistema productivo y cuestiones de acceso a bienes simbólicos y materiales. Mata, M.C. (1997). Públicos y consumos culturales en Córdoba, CEA, Córdoba, p. 17-19. La línea expositiva desarrollada hasta aquí refleja las posiciones e intereses de los autores de mayor gravitación en la producción académica latinoamericana y argentina que han trabajado los consumos culturales en el marco de las ciencias sociales, tanto teórica como empíricamente.

Estos marcos de referencia han sido retomados, discutidos, complejizados y matizados en las investigaciones sobre consumos culturales realizadas en los últimos años. En la medida en que el problema se vincula a la esfera cultural reclama especificaciones y localizaciones; la diversidad local emerge con fuerza en el trabajo de campo, permitiendo una entrada peculiar en donde la lógica preponderante de la producción y el consumo de bienes culturales se modula en función de los particularismos regionales, las prácticas tradicionales, las rutinas y los gustos de los públicos nacionales. Así, la operacionalización de la categoría de “consumos culturales” se vuelve clave en la investigación y la producción intelectual. Su campo semántico involucra un conjunto de categorías diversas que tanto pueden remitir a las posiciones teóricas reseñadas como a buscar sentidos en la vivencia sociocultural de los nuevos públicos estudiados.

El estudio de los consumos culturales ha dado lugar a una intensa discusión de categorías. El debate se desgaja en tres grandes áreas problemáticas: 1) cómo designamos a los actores en su relación con estas formas simbólicas; 2) cómo definimos la relación que con ellas establecen y 3) cuál es el repertorio de bienes tangibles e intangibles que forman parte de la experiencia cultural. El primer punto necesariamente reclama una inmersión en autores clásicos quienes ofrecen definiciones para audiencias y públicos, respectivamente. Otra entrada posible frente a esta problemática define al actor en función de las características que asuma su accionar frente a los bienes y producciones culturales, esta acción sobre o con el objeto puede cobrar formas que van desde una relación instrumental hasta el goce estético. Se hace posible, entonces, para un mismo actor frente a un mismo bien, desarrollar modalidades de acción distintas. Una síntesis de las prácticas más estudiadas en relación a los consumos culturales requiere ocuparse, cuanto menos, de la diferencia entre uso, recepción y apropiación. Se habla de uso cuando la actividad (la lectura, la exposición a medios, la fotografía, etc.) forma parte de la vida cotidiana y sirve a finalidades pragmáticas tales como aprender el funcionamiento de un aparato o encontrar una vivienda a partir de una dirección indicada en una nota. Se trata de una aplicación práctica. Mientras que los usos de medios/productos culturales no han concitado demasiada atención, sobre la recepción han abundado los aportes. La recepción tiene que ver con una finalidad inespecífica; se refiere al acceso, a la producción cultural o un bien simbólico, y a todas

las operaciones cognitivas que supone su comprensión: se trata de un “logro hermenéutico”. Thompson, J. (1998). Los media y la modernidad, Paidós, Barcelona. En ese sentido, el uso se solapa con ella y puede entenderse como uno de los tipos de recepción (en el sentido en que el objeto particular, no se “utiliza” directamente, no tiene –originalmente– funciones prácticas asociadas, sino que su uso supone, evidentemente, su comprensión).

Puede haber recepción sin uso, pero no uso sin recepción. No obstante, el uso excede a la recepción en tanto implica una suerte de aplicación o transferencia; es una acción, es una intervención en el mundo que supone Thompson abreva tanto en los Estudios Culturales como en la doble hermenéutica de Anthony Giddens. La integración significativa del objeto/pieza cultural en la vida cotidiana. Es un logro habilidoso. Desde la perspectiva culturalista, la recepción es una actividad que supone, en primer lugar, la comprensión del código lingüístico, pero también la interpretación como acceso al sentido de la pieza, lo cual permite comprender tanto el texto como su contexto. Esta interpretación no es individual, retoma matrices de la cultura, de los grupos sociales de pertenencia y de los marcos experienciales en los que los receptores están inmersos. La obra no comunica per se sino que significa algo para alguien situado social e históricamente. Además de la noción de consumo, desarrollada en los apartados precedentes, existen algunos otros términos que expresan énfasis distintos de la instancia de recepción, tales como “frucción”, que destaca el goce que se produce en la

recepción. Una cuarta categoría, distinta a las de uso, consumo y recepción, es la de apropiación. Puede decirse que la apropiación también se intersecta con las otras categorías pues supone una integración significativa a la vida del receptor –como el uso, la recepción o el consumo–.

A diferencia de la recepción, que puede pasar sin dejar una huella evidente, en la apropiación, la producción cultural se integra a la vida sumando una dimensión más: un gesto creador hecho posible por o a partir de ese proceso. A diferencia del uso, esta incorporación no se manifiesta en un acto objetivo; tiene un recorrido sutil que se entrelaza en la subjetividad. Serge Proulx considera que la apropiación describe un proceso subjetivo creativo y no simplemente proyectivo, lo cual implica que la recepción de una producción cultural se convierte en una experiencia, en el sentido de romper, cuestionar, transformar, completar: dejar una impresión o una impronta. La apropiación es el modo en que las evocaciones de una producción cultural penetran en la dimensión subjetiva, reformulan –y son reformuladas por– las representaciones y, adquiriendo una nueva forma, se convierten en nuevas claves en relación con las cuales el receptor interpreta el mundo y a sí mismo. Al “hacer algo propio”, se transforman tanto el receptor como el objeto mismo, que adquiere un nuevo sentido. La apropiación es resultado de un proceso que supone la mixtura, la combinación, la selección, el cuestionamiento, el desplazamiento, el énfasis, que hace que nadie interprete exactamente lo mismo que otro. En este sentido, e indudablemente, las nuevas

tecnologías han presentado un desafío para quienes estudian los consumos culturales, fundamentalmente desde el punto de vista de la variedad de modalidades interactivas que habilitan, las relaciones que permiten establecer y la convergencia posible con la variedad de medios y soportes disponibles, además de los lenguajes a ellos asociados.

Como bien la analiza Feenberg, A. (1991), *Critical Theory of Technology*, Oxford University Press, Oxford. Versión traducida al castellano. Recuperado de www.hipersociologia.org.ar, dentro de esta perspectiva teórica, la tecnología es considerada como una herramienta “neutral”, es decir, sin ningún contenido valorativo en sí misma. La tecnología, en tanto pura instrumentalidad, es indiferente a la variedad de fines para los que puede ser utilizada. Por lo tanto, permanece totalmente indistinta a las ideologías políticas y a los contextos socio-históricos donde se utilizan. Según esta visión, las tecnologías son neutrales porque son medidas esencialmente, por las mismas normas de eficiencia en todos los contextos y momentos históricos, cualesquiera que estos sean Feenberg, A. (1991), *Critical Theory of Technology*, Oxford University Press, Oxford. Versión traducida al castellano. Recuperado de www.hipersociologia.org.ar. P. 4.

Es decir, la manipulación, refuncionalización y resignificación de los bienes culturales por parte de los consumidores se manifiesta no solo de manera simbólica sino también material por cuanto el proceso habilitado

permite que todos puedan ser productores y consumidores al mismo tiempo

Perspectivas actuales del interés por la cultura

No se debe olvidar que la sociedad moderna debe comprenderse y describirse por su permanente transformación sociocultural. Por ello es necesario señalar a algunos autores que continúan realizando estudios que permiten inferir que las revistas generan interés por la cultura al leerlas. Páez, D.; Fernández, I.; Ubillus, S. y Zubieta E. (2004:p.372). Psicología social, cultura y educación. Pearson: Madrid; indican que se han encontrado ciertos rasgos de la personalidad que son atribuidos a la revisión de imágenes, logos y personajes asociados en publicaciones. Las percepciones de las personas hacia los mismos se evaluaron en tres países culturalmente “elevados”: Japón, Estados Unidos y España, y a través de un análisis estadístico se encontró una conducta de excitación, lo cual por consecuencia lógica es una muestra de interés, lo que permite sustentar la presente investigación.

PNUD (2002). Nosotros los latinoamericanos: un desafío cultural, en Informe de desarrollo humano, Santiago de Chile, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. También no hay que dejar de entender que el acceso y el interés por la cultura están definidas por la percepción sobre las posibilidades que tienen los sujetos de decidir libremente su acceso al consumo cultural según sus propias decisiones o, por el contrario, si están restringidos por las opciones que existen en su contexto social directo.

Núñez, T. P. (2010). La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción sociocultural: el caso de Chile. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 216-235.

La revista proporciona, precisamente, dicho acceso a la cultura, ya que tiene un precio módico, es fácil de leer y completa en forma y fondo. El acceso a dichos bienes culturales es un punto débil dentro de la configuración de la cultura como bien social amplio, y se limita a ciertas élites sociales y culturales. No se puede dejar que siga pasando eso por lo que una Revista de este tipo es necesaria y llena dicho vacío.

Se podría decir que, a partir del análisis de la información teórica desarrollada hasta el momento, que son las tendencias que las personas tienen para optar por conocer, aprender e internalizar los elementos culturales materiales e inmateriales de una sociedad. Dicho interés se puede satisfacer utilizando diversos medios como la televisión, la radio, diarios o revistas.

El interés por la cultura nace desde los primeros acercamientos con información cultural; sin embargo, el deslinde sobre que es cultura “adecuada” o “no adecuada” es subjetivo ya que dependerá del entorno social de la persona. En general, la cultura es de interés elevado cuando la información carece de morbo y promueve el desarrollo personal y social, ya que contribuye a alcanzar niveles de desarrollo humano elevados.

La cultura entendida así, genera interés ya que busca alcanzar el éxito dentro del contexto social y mejora las posibilidades y oportunidades de crecimiento integral (personal, social y espiritual). Una revista cultural, un programa radial o televisivo que pretende el desarrollo, son una buena fuente para satisfacer el interés por la cultura.

Dicha fuente es la base para continuar con intenciones de consumo cultural ya que, en general, estos productos de características singulares, no tienen un sentido propio, intrínseco, sino que el consumidor cultural le otorga un significado particular, dependiendo de lo que este represente para él. Un elemento clave del consumo cultural es el efecto de la experiencia en beneficio de uno mismo al consumir bienes culturales; este efecto es llamado “adicción racional”. Siguiendo a Frey, B. (2000). La economía del arte. Colección Estudios Económicos N.º 18. Barcelona: Editorial La Caixa/Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, las características que hacen de la cultura un “bien público” que produce “efectos externos positivos”, cuyos beneficios no se agotan en las personas que los demandan y ofrecen como bien privado a través del libre mercado, son: valor de existencia, valor de prestigio, valor de opción o elección, valor de educación y un valor de legado, beneficios que se observan con claridad en la Revista AmArte.

III. MATERIAL Y MÉTODOS

1. Material

1.1. Población

La población seleccionada fue de 80 docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo que adquieren regularmente la revista.

1.2. Muestra y Unidad de Análisis

La muestra fueron 80 docentes de seis colegios seleccionados, entre públicos y privados.

Se eligieron a estas instituciones educativas y al número de educadores indicado, ya que ellos adquirieron y leyeron la Revista Cultural AmArte. Se les explicó el motivo de la investigación y la importancia de su participación en la misma.

La muestra se eligió por decisión.

CUADRO N.º 1. Población encuestada de seis colegios del distrito Trujillo.

Población		
Colegios	Total	Muestra
I.E.P. Las Américas	20	20
I.E.P. Innova	15	15

Colegio Javier Heraud	20	20
Colegio Hermanos Blanco	10	10
Colegio Antonio Torres Araujo	12	12
Colegio Los Pinos	3	3
	80	80

Fuente: Base de datos de Escala (Estadística de la Calidad Educativa) del Minedu.

2. Método

2.1. Tipo de estudio

La metodología de investigación con la cual se desarrolla el presente trabajo es mixta. Hernández, R. (2014-p.531). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. México, indica que la meta de este tipo de investigación no es reemplazar a la cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos. “De indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. Los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos. Las relaciones interpersonales, la depresión, las crisis económicas, la religiosidad, el consumo, las enfermedades, el aprendizaje, los efectos de los medios de comunicación, los valores de los jóvenes, la pobreza y otros fenómenos, son tan complejos y diversos que el uso de un enfoque único, tanto cuantitativo como cualitativo, es insuficiente para lidiar con esta complejidad”. (Creswell, 2013a).

2.1.1 De acuerdo a la orientación o Finalidad: Aplicada

2.1.2 De acuerdo a la técnica de contrastación: Preexperimental

2.2. Diseño de investigación

Para verificar la hipótesis se utilizó el siguiente diseño de grupo único con post test.

$M_1 \longrightarrow O_1$

Donde:

M_1 = Medición del desarrollo del interés por la cultura.

O_1 = Influencia de la Revista Cultural AmArte.

Además, se utilizaron técnicas cualitativas con declaraciones de docentes participantes que se utilizan para reforzar los resultados cuantitativos.

2.3. Variables

Variable Independiente: Publicación de la Revista Cultural AmArte.

Variable Dependiente: Desarrollo del interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.

CUADRO N.º 2. Operacionalización de las variables de investigación

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ÍTEMES
La publicación de la Revista Cultural AmArte influye significativamente en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.	<p>Variable Independiente: Publicación de la Revista Cultural AmArte.</p>	<p>La Revista Cultural AmArte es un medio de comunicación que difunde contenidos relacionados con el arte, la cultura y turismo de las diversas regiones del Perú. Se caracteriza por promover el amor por la cultura, la identidad nacional, el buen decir y los valores, a través de sus publicaciones.</p>	<p>Valoración de la revista en la cultura.</p>			<p>Cuando usted observa la portada de la revista, ¿qué reacción le genera?</p> <p>a) Favorable b) Desfavorable c) Indiferente</p> <p>Cuando lee los titulares de las portadas de la revista: ¿usted los comprende?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>Cuando lee el contenido de la portada, ¿usted lo comprende?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p>
			<p>El desarrollo del interés por la cultura</p>	<p>Contenido cultural</p>	<p>Portada</p>	<p>Reacción sobre la portada de la revista. Reacción sobre el titular de la revista. Reacción sobre el contenido de la portada de la revista. Manera cómo</p>

	Variable Dependiente: Desarrollo del interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo.	son las necesidades que tienen las personas por informarse sobre temas que son relevantes para el desarrollo social, académico y económico, utilizando diversos medios orales, escritos, gráficos y digitales. Páez, D.; Fernández, I.; Ubillus, S. y Zubieta E. (2004). Psicología social, cultura y educación. Pearson: Madrid			califica al diseño de la revista.	a) Buena b) Regular c) Deficiente
				Contenidos	Manera cómo califica la diagramación de la revista.	Cuando usted observa los colores de la revista, ¿cómo los califica? a) Buena b) Regular c) Deficiente
				Diseño	Manera cómo califica los colores de la revista.	Cuando lee el contenido de la revista, ¿considera que los temas que se publican influyen en el desarrollo del interés por la cultura? a) Siempre b) A veces c) Nunca
				Secciones de arte	Difusión de contenidos sobre actividades artísticas influyen en el desarrollo del interés por la cultura. Difusión de exposición de pinturas Difusión de exposición de obras de pintores clásicos y pintores modernos Difusión de opiniones de profesores de música.	¿La difusión de contenidos de las actividades culturales influye en el desarrollo del interés por la cultura? a) Siempre b) A veces c) Nunca ¿La difusión de contenidos de las actividades artísticas influye en el desarrollo del interés por la cultura? a) Siempre

				<p>Secciones de cultura</p> <p>Temas que se publican influyen en el desarrollo del interés por la cultura.</p> <p>Difusión de contenidos sobre actividades culturales influyen en el desarrollo del interés por la cultura.</p> <p>Difusión de cultura gastronómica peruana.</p> <p>Publicación de artículos de cómo la cultura ayuda a desarrollar a la sociedad.</p>	<p>b) A veces</p> <p>c) Nunca</p> <p>¿La difusión de contenidos de las actividades turísticas influye en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) A veces</p> <p>c) Nunca</p> <p>¿Se difunden contenidos referidos a exposiciones de pinturas?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) A veces</p> <p>c) Nunca</p> <p>¿Se difunden exposiciones de obras de pintores clásicos o pintores modernos?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) A veces</p> <p>c) Nunca</p>
				<p>Secciones de turismo</p> <p>Difusión de contenidos sobre actividades turísticas influyen en el desarrollo del interés por la cultura.</p> <p>Fotografías de exposiciones turísticas de</p>	<p>¿La difusión de exposición de obras de pintores clásicos o modernos influye en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) A veces</p> <p>c) Nunca</p> <p>¿La difusión de opiniones de</p>

					<p>regiones del Perú.</p> <p>Exposición de fotografías turísticas de otros países.</p>	<p>profesores de música, influyen en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>¿La difusión de las fotografías turísticas del Perú influye en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>¿La difusión de las fotografías turísticas de otros países influye en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>¿La difusión de la cultura gastronómica peruana influye en el desarrollo del interés por la cultura?</p> <p>a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>¿La publicación de artículos sobre la cultura, influye en su desarrollo del interés por la</p>
--	--	--	--	--	--	---

						<p>cultura? a) Siempre b) A veces c) Nunca</p> <p>¿El diseño, la estructura y el contenido de la Revista AmArte le permite el desarrollo de su interés por la cultura? a) Mucho b) Regular c) Poco</p>
--	--	--	--	--	--	--

2.4. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento utilizado para desarrollar este trabajo de investigación fue el cuestionario. Según Carrasco, S. (2006). Metodología de la investigación científica. Lima: San Marcos, la encuesta es una técnica basada en la formulación de preguntas o afirmaciones directa o indirectamente para la recolección de datos a los sujetos que forman parte de la unidad de análisis del estudio de la investigación.

En ese sentido, el instrumento que se utilizó es el Cuestionario, el cual estuvo conformado de dos secciones. La primera con datos generales y la segunda con 19 preguntas. Se construyó en base a la teoría Estructural Funcionalista de Harold Lasswell, para determinar la influencia de los medios en la percepción de las personas, la cual se complementó con la Teoría de la Gestalt, y se usó también los estudios de Páez, D.; Fernández, I.; Ubillus, S. y Zubieta E. (2004). Psicología social, cultura y educación. Pearson: Madrid, sobre desarrollo cultural.

Las preguntas y respuestas fueron de tipo cerradas y se usaron alternativas tipo Gradual de tres opciones: A veces, siempre y nunca; buena, regular y deficiente; y mucho, regular y poco.

También se utilizó la entrevista con algunos docentes de la muestra que reflejan el sentido de la influencia que ejerce en ellos la lectura de la Revista Cultural AmArte.

2.5. Procedimiento y análisis de datos

Se utilizó el programa Excel para el procesamiento del muestreo y análisis de datos. Asimismo, se usó la estadística descriptiva a través de gráficos circulares en los que se obtuvieron porcentajes, según las respuestas de los encuestados.

Además, se procesaron, utilizando el análisis de contenidos, las respuestas a la entrevista ejecutada. En la discusión se consignan algunas de las respuestas que refuerzan cada resultado cuantitativo.

IV. RESULTADOS

El diagnóstico se pudo conocer a través de la aplicación de un instrumento de investigación. El cuestionario se trabajó bajo la técnica de la encuesta que se desarrolló a 80 docentes de seis instituciones educativas (tres privadas y tres públicas) de Trujillo, tomando en cuenta el muestreo estadístico, que se eligió por decisión.

De este número de encuestados, el 90 % indicó que cuando lee los titulares de la portada de la revista sí los comprende, mientras que el 10 % restante respondió que a veces.

Asimismo, en lo que se refiere a contenidos, se obtuvo como resultado de que el 91 % respondió que sí comprende el contenido de la portada de la Revista AmArte, mientras que el 9 % dijo que a veces.

Sobre la influencia de la Revista Cultural AmArte en el desarrollo del interés por la cultura, el 89 % de docentes encuestados señaló que los temas siempre influyen en el desarrollo del interés por la cultura, el 10 % indicó que a veces y el 1 % dejó la respuesta en blanco.

Además, el 87 % respondió que la Revista AmArte le permite mucho el desarrollo de su interés por la cultura, mientras que el 13 % restante indicó que regular.

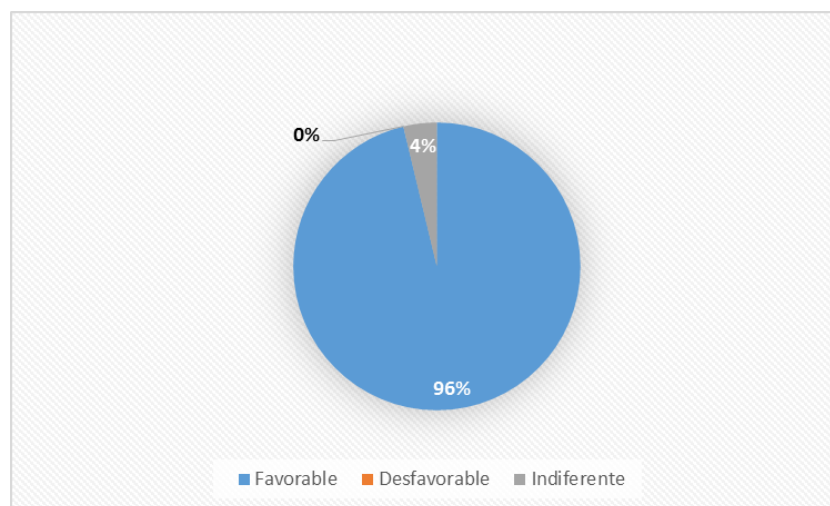
CUADRO N.º 3

REACCIÓN QUE GENERA LA PORTADA DE LA REVISTA CULTURAL AmArte, CUANDO ES OBSERVADA POR LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Favorable	77	96.25
Desfavorable	0	0
Indiferente	3	3.75
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 1. Porcentajes de la reacción que genera la portada de la Revista Cultural AmArte, cuando es observada por los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 3 / 2016 – 2017.

Del 100 % de docentes encuestados, el 96 % respondió que la portada de la Revista Cultural AmArte les genera una reacción favorable, mientras que el 4 % indicó que les genera una reacción indiferente.

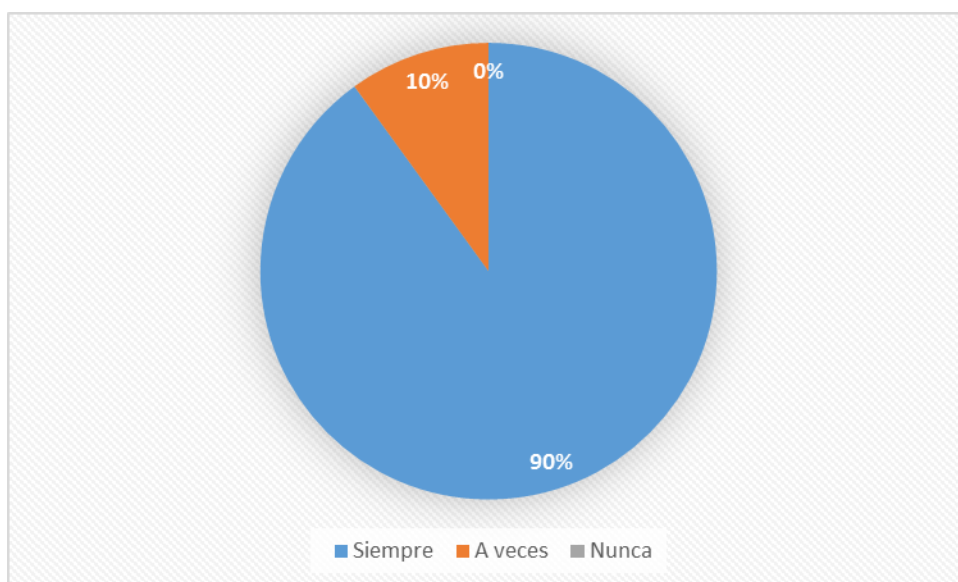
CUADRO N.º 4

COMPRENSIÓN DE TITULARES DE LAS PORTADAS DE LA REVISTA CULTURAL AmArte POR LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	72	90
A veces	8	10
Nunca	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 2. Porcentaje de la comprensión de titulares de las portadas de la Revista Cultural AmArte por los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 4 / 2016 – 2017.

Del 100 % de profesores encuestados, el 90 % indicó que cuando lee los titulares de la portada de la revista sí los comprende, mientras que el 10 % restante respondió que a veces.

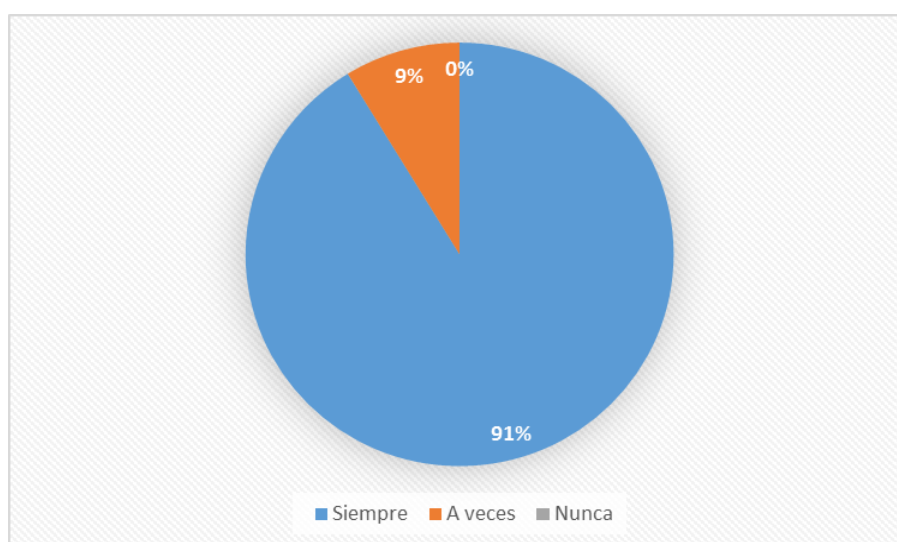
CUADRO N.º 5

COMPRESIÓN DEL CONTENIDO DE LA PORTADA DE LA REVISTA CULTURAL AmArte POR LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	73	91.25
A veces	7	8.75
Nunca	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 3. Porcentaje de la comprensión del contenido de la Portada de la Revista Cultural AmArte por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.



Fuente: CUADRO N.º 5 / 2016 – 2017.

Del 100 % de docentes, el 91 % respondió que sí comprende el contenido de la portada de la Revista AmArte, mientras que el 9 % dijo que a veces.

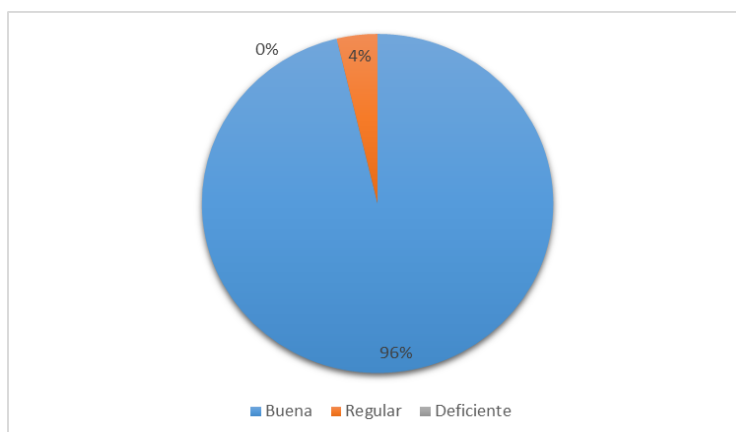
CUADRO N.º 6

CALIFICACIÓN DE LA DIAGRAMACIÓN DE LA REVISTA CULTURAL AmArte POR PARTE DE LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Buena	77	96.25
Regular	3	3.75
Deficiente	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 4. Porcentaje de la calificación de la diagramación de la Revista Cultural AmArte por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017.



Fuente: CUADRO N.º 6 / 2016 – 2017.

Con respecto a la diagramación de la revista, del 100 % de encuestados, el 96 % la calificó de Buena y el 4 % de Regular.

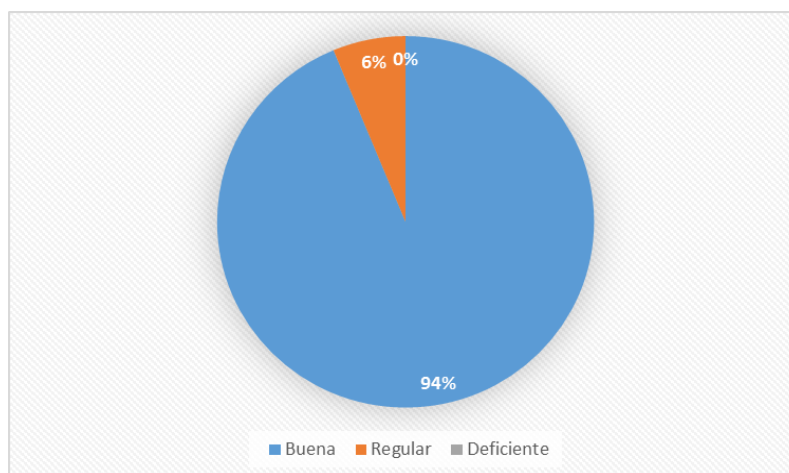
CUADRO N.º 7

CALIFICACIÓN DE LOS COLORES DE LA REVISTA CULTURAL AmArte, POR PARTE DE LOS DOCENTES DE LAS I.E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Buena	75	93.75
Regular	5	6.25
Deficiente	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 5. Porcentaje de la calificación de los colores de la Revista Cultural AmArte por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 7 / 2016 – 2017.

Del 100 % de profesores encuestados, el 94 % indicó que los colores de la revista son buenos, mientras que el 6 % dijo que son regular.

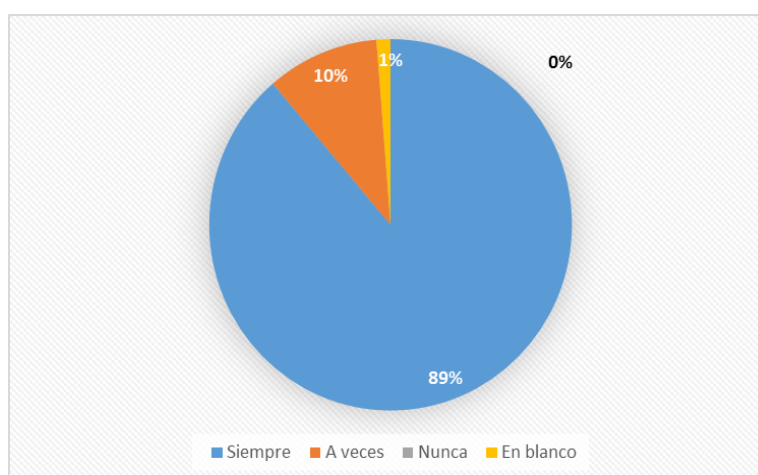
CUADRO N.º 8

CONSIDERACIÓN SI LOS TEMAS DE LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYEN EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	71	88.75
A veces	8	10
Nunca	0	0
En blanco	1	1.25
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 6. Porcentaje de la consideración se los temas de la Revista Cultural AmArte influyen en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 8 / 2016 – 2017.

Con respecto a los temas que se publican, del 100 % de encuestados, el 89 % señaló que los temas siempre influyen en el desarrollo del interés por la cultura, el 10 % indicó que a veces y el 1 % dejó la respuesta en blanco.

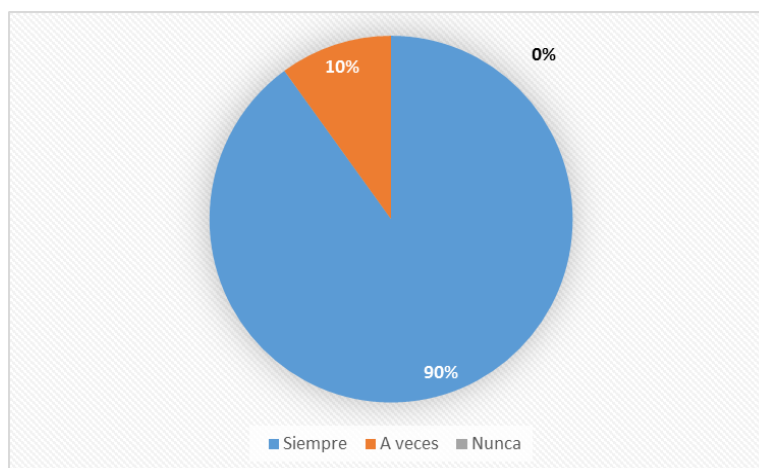
CUADRO N.º 9

LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES CULTURALES EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	72	90
A veces	8	10
Nunca	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 7. Porcentaje sobre si la difusión de actividades culturales en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 9 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 90 % señaló que la difusión de contenidos de las actividades culturales siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 10 % restante dijo que a veces.

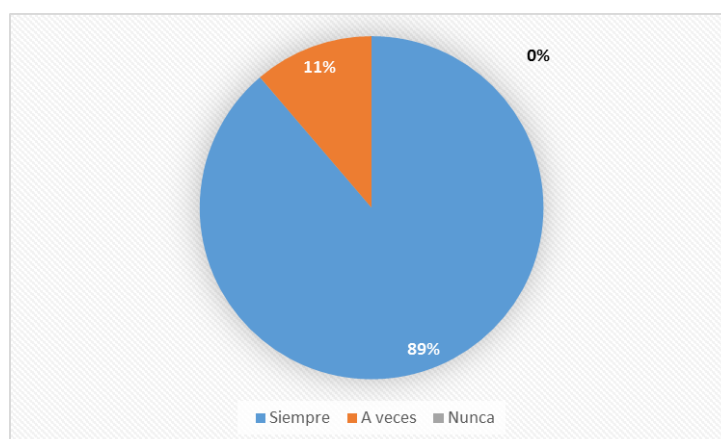
CUADRO N.º 10.

LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES ARTÍSTICAS EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	71	88.75
A veces	9	11.25
Nunca	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 8. Porcentaje sobre si la difusión de actividades artísticas en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 10 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 89 % respondió que la difusión de contenidos de las actividades artísticas siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 11 % dijo que a veces.

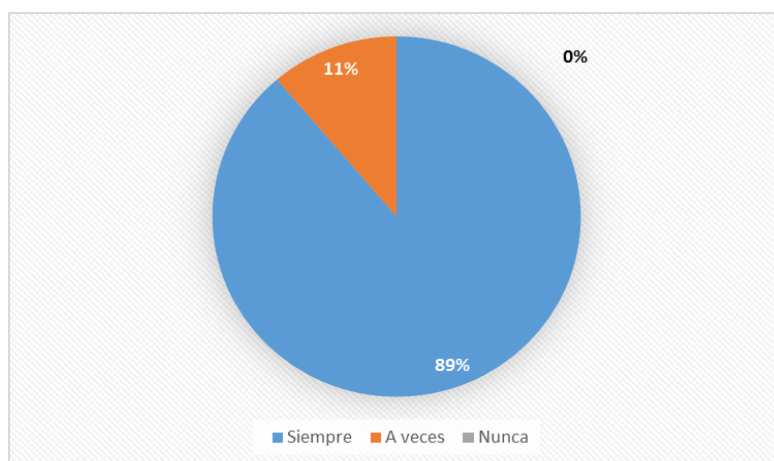
CUADRO N.º 11.

LA DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	71	88.75
A veces	9	11.25
Nunca	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 9. Porcentaje sobre si la difusión de actividades turísticas en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en los docentes de las I.E. de Trujillo, 2017



Fuente: CUADRO N.º 11 / 2016 – 2017.

Del 100 %, el 89 % de docentes respondió que la difusión de contenidos de las actividades turísticas siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 11 % dijo que a veces.

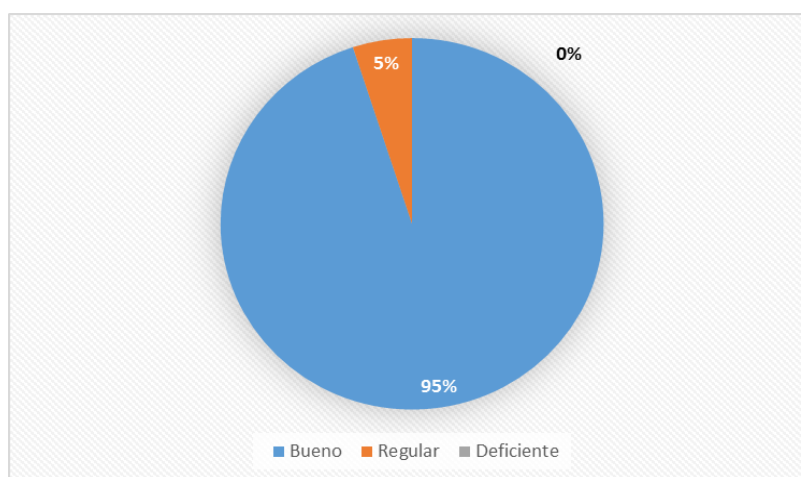
CUADRO N.º 12.

CALIFICACIÓN DEL DISEÑO DE LA REVISTA CULTURAL AmArte POR PARTE DE DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Bueno	76	95
Regular	4	5
Deficiente	0	0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 10. Porcentaje de la calificación del diseño de la Revista Cultural AmArte por parte de los docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 12 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 95 % califica que el diseño de la revista es bueno, mientras que el 5 % lo califica de regular.

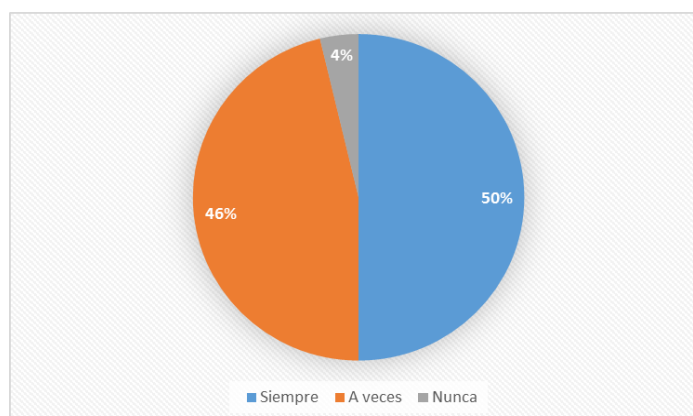
CUADRO N.º 13

EXISTE DIFUSIÓN EN LA REVISTA CULTURAL AmArte SOBRE CONTENIDOS REFERIDOS A EXPOSICIONES DE PINTURAS, SEGÚN LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	40	50
A veces	37	46.25
Nunca	3	3.75
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 11. Porcentaje sobre si existe difusión en la Revista Cultural AmArte sobre contenidos referidos a exposiciones de pinturas, según los docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 13 / 2016 – 2017.

Con respecto a las exposiciones de pinturas, del 100 %, el 50 % de encuestados manifestó que siempre se difunden contenidos referidos a exposiciones de pinturas, el 46 % dijo que a veces y el 4 % señaló que nunca.

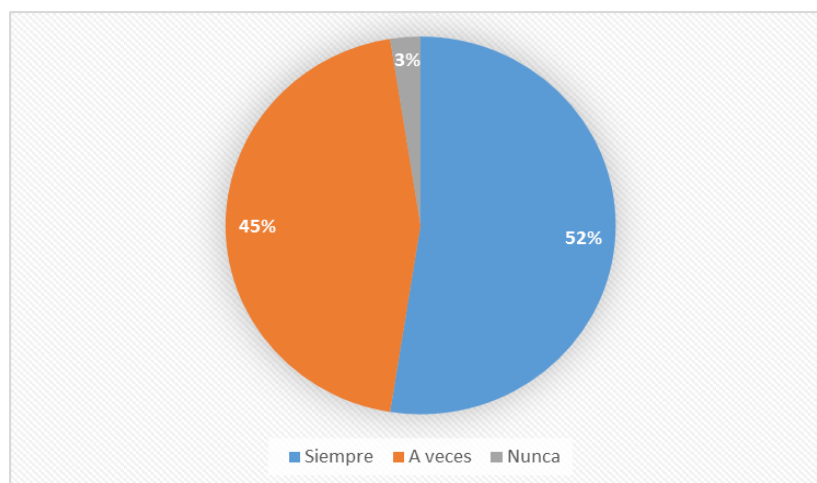
CUADRO N.º 14

EXISTE DIFUSIÓN EN LA REVISTA CULTURAL AmArte DE EXPOSICIONES DE OBRAS DE PINTORES CLÁSICOS O MODERNOS, SEGÚN LOS DOCENTES DE LAS I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	42	52.5
A veces	36	45
Nunca	2	2.5
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 12. Porcentaje sobre si existe difusión en la Revista Cultural AmArte sobre exposiciones de obras de pintores clásicos o modernos, según los docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 14 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 52 % de profesores señaló que siempre se difunden exposiciones de obras de pintores clásicos o pintores modernos, mientras que el 45 % indicó que se difunden a veces y el 3 % restante respondió que nunca.

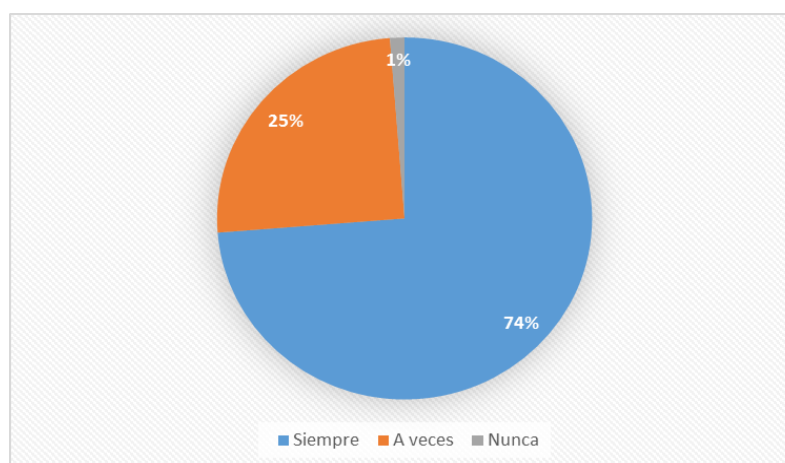
CUADRO N.º 15

LA DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES DE PINTORES CLÁSICOS O MODERNOS EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	59	73.75
A veces	20	25
Nunca	1	1.25
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 13. Porcentaje sobre si la difusión de exposiciones de pintores clásicos o modernos en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 15 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 74 % de docentes encuestados respondió que la difusión de exposiciones de obras de pintores clásicos o modernos influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 25 % dijo que a veces y el 1 % indicó que nunca.

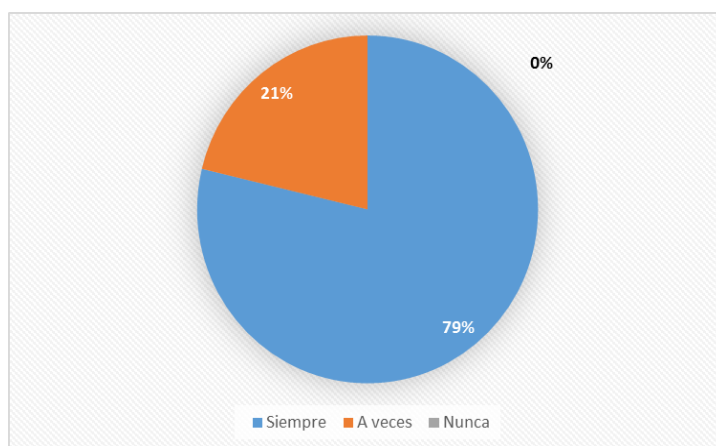
CUADRO N.º 16

DIFUSIÓN DE OPINIONES DE PROFESORES DE MÚSICA EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	63	78.75
A veces	17	21.25
Nunca		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 14. Porcentaje sobre si la difusión de opiniones de profesores de música en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 16 / 2016 – 2017.

Del 100 % de docentes encuestados, el 79 % respondió que la difusión de opiniones de profesores de música influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 21 % indicó que a veces.

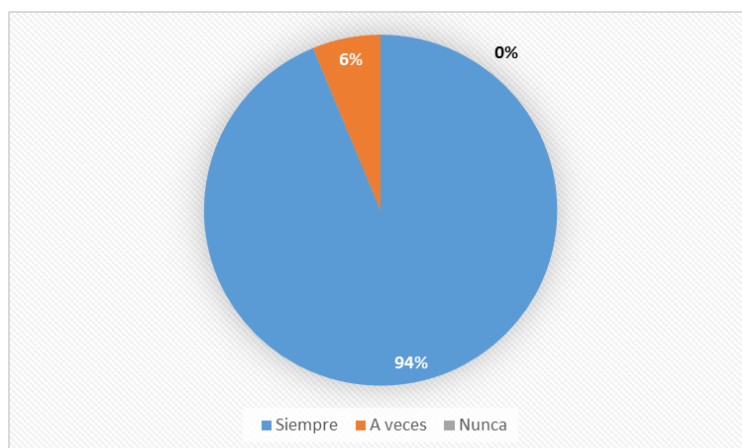
CUADRO N.º 17

DIFUSIÓN DE FOTOGRAFÍAS TURÍSTICAS DEL PERÚ EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	75	93.75
A veces	5	6.25
Nunca		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 15. Porcentaje sobre si la difusión de fotografías turísticas del Perú en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 17 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 94 % indicó que la difusión de fotografías turísticas del Perú siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 6 % señaló que a veces.

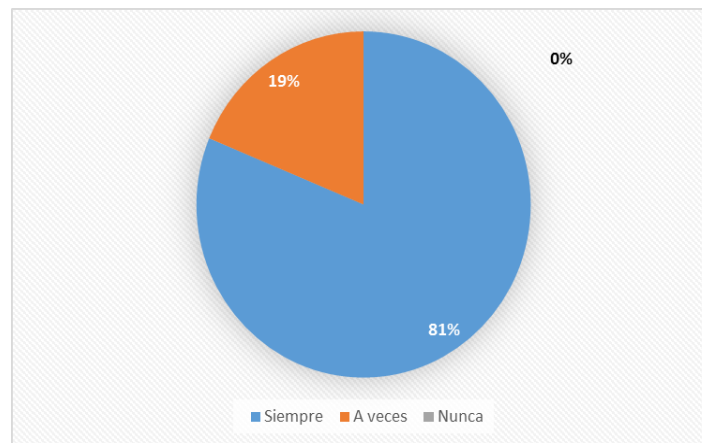
CUADRO N.º 18

DIFUSIÓN DE FOTOGRAFÍAS TURÍSTICAS DE OTROS PAÍSES EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	65	81.25
A veces	15	18.75
Nunca		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 16. Porcentaje sobre si la difusión de fotografías turísticas de otros países en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 18 / 2016 – 2017.

Con respecto a la difusión de fotografías turísticas de otros países, del 100 % el 81 % de encuestados respondió que siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 19 % indicó que a veces.

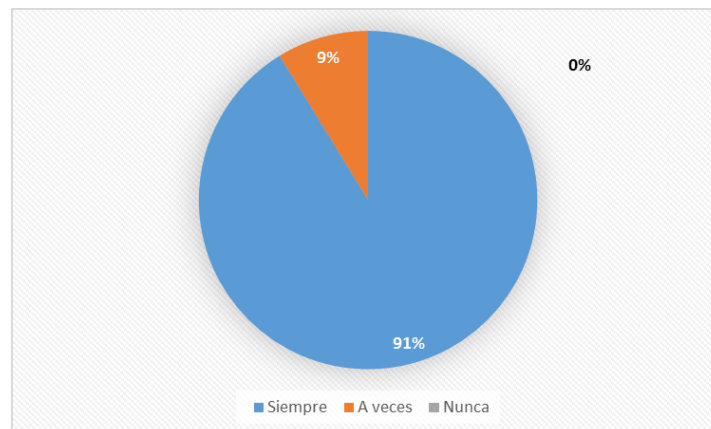
CUADRO N.º 19

DIFUSIÓN DE LA CULTURA GASTRONÓMICA PERUANA EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	73	91.25
A veces	7	8.75
Nunca		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 17. Porcentaje sobre si la difusión de la cultura gastronómica peruana en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 19 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 91 % respondió que la difusión de la cultura gastronómica peruana siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 9 % restante dijo que a veces.

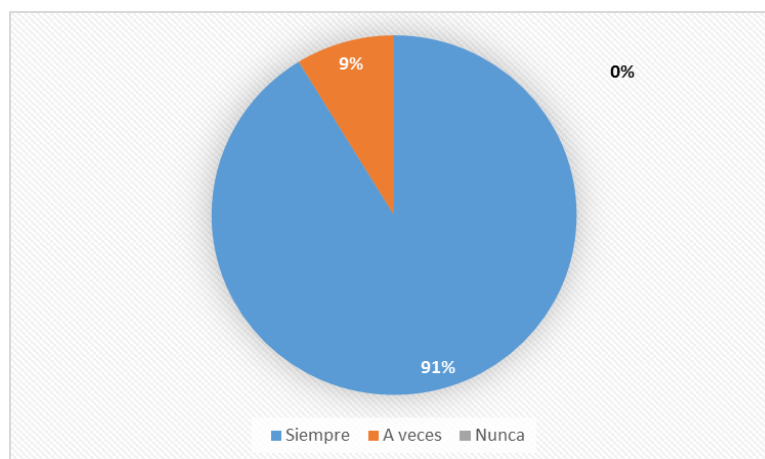
CUADRO N.º 20

PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS SOBRE CULTURA EN LA REVISTA CULTURAL AmArte INFLUYE EN EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Siempre	73	91.25
A veces	7	8.75
Nunca		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 18. Porcentaje sobre si la publicación de artículos sobre cultura en la Revista Cultural AmArte influye en el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 20 / 2016 – 2017.

Del 100 % de encuestados, el 91 % indicó que la publicación de artículos sobre la cultura siempre influye en el desarrollo del interés por la cultura, mientras que el 9 % señaló que a veces.

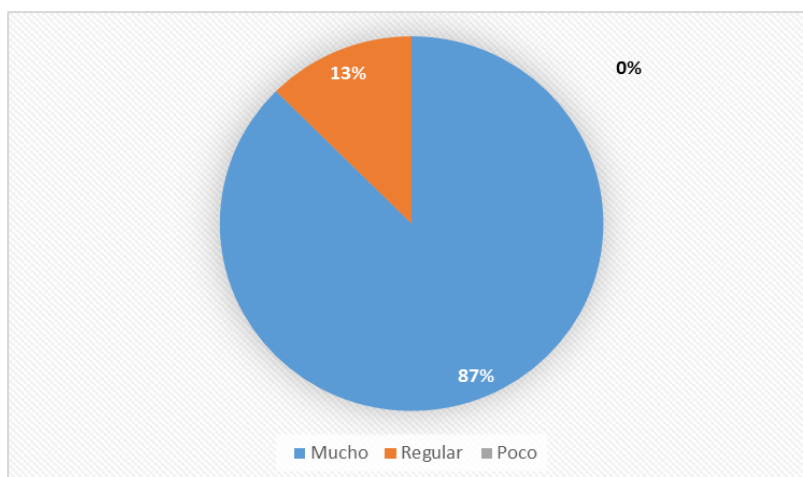
CUADRO N.º 21

DISEÑO, ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LA REVISTA CULTURAL AmArte PERMITE EL DESARROLLO DEL INTERÉS POR LA CULTURA EN DOCENTES DE I. E. DE TRUJILLO, 2017

Alternativas	Encuestados	%
Mucho	70	87.5
Regular	10	12.5
Poco		0
	80	100

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO N.º 19. Porcentaje sobre si el diseño, estructura y contenido de la Revista Cultural AmArte permite el desarrollo del interés por la cultura en docentes de las I.E. de Trujillo.



Fuente: CUADRO N.º 21 / 2016 – 2017.

Con respecto al diseño, la estructura y el contenido de la Revista AmArte, del 100 % de docentes encuestados, el 87 % respondió que le permite mucho el desarrollo de su interés por la cultura, mientras que el 13 % restante indicó que regular.

V. DISCUSIÓN

Luego de aplicar el instrumento de investigación de la encuesta se contrastó los resultados obtenidos y se encontró que la mayoría de docentes de Educación Básica Regular de las seis instituciones educativas en las que se realizó el estudio tiene una gran influencia de la Revista Cultural AmArte en el desarrollo de su interés por la cultura.

El 87 % de los 80 profesores encuestados respondieron que sí sienten influencia de la misma y que los contenidos que más promueven el aporte a la cultura son la difusión de actividades artísticas, turísticas, así como gastronomía y fotografías de turismo del Perú.

Estos resultados se apoyan en la opinión de docentes quienes indican que AmArte “es una revista que promueve la interculturalidad. Sí influye en nuestro desarrollo relacionado a la cultura y a la educación también, porque presenta temas interesantes sobre los mismos como la relación entre cultura y desarrollo, fotografías de diferentes zonas del Perú”. Morán Alfaro, Sandy (2016). Docente de la I.E. Las Américas.

“Tiene publicaciones de toda la temática relacionada con la cultura. Ayuda no solo en nuestro desarrollo cultural sino también educativo. Por eso es que también es importante que nosotros, como docentes, la usemos como fuente de referencia porque permitirá motivar a que nuestros estudiantes también se vean interesados en

la cultura. A través de la revista conocemos dónde hay exposiciones, un sin número de actividades que fomenta la cultura en esta revista”. Castro Biminchumo, Liliana (2016). Docente de la I.E. Las Américas.

Estos temas también se pueden contrastar con lo que indica Martínez, S. (2013). En busca de un campo cultural propio. Literatura, vida intelectual y revistas culturales en Tucumán (1904-1944). Buenos Aires, Argentina, en la que realiza un análisis sobre los temas más relevantes que se publican en una revista para promover la cultura, y los que predominan son las tradiciones.

“La revista ‘Cántico’ una propuesta renovadora respecto del modelo cultural instituido en la provincia, si bien en sus páginas se advierte al mismo tiempo una actitud de respeto por la tradición cultural local”.

Sobre la estructura de la revista, los colores, la tipografía, la diagramación y las fotografías, también son muy importantes para llamar la atención del lector. En los gráficos N. ° 3, N. ° 4 y N. ° 5, por ejemplo, se pueden encontrar que el 91 %, 96 % y 94 %, respectivamente, les parece que el contenido, diagramación y colores de la revista son buenos y captan su atención para adquirir y consumir el producto.

Villamil, J.P. (2015). Libros, revistas y periódicos. Medellín, Colombia. Recuperado de <https://prezi.com/o7z4jcl4zkpp/libros-revistas-y-periodicos/> el martes 27 de setiembre de 2016, señala que las características de la revista también variarán en base al público a la que va dirigida. Pueden ser en base a la proporción, tipo de papel, estilo tipográfico, precio, contenido, fotografía e imagen, sección, diseño y diagramación editorial.

CONCLUSIONES

- 1) El 87 % de docentes de las seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo en estudio, mostraron significativamente más interés por la cultura luego de la lectura de la Revista Cultural AmArte.
- 2) Los contenidos de aporte cultural de la Revista AmArte, según la muestra encuestada, son de los temas de gastronomía peruana, de actividades artísticas, de fotografías de turismo del Perú.
- 3) El nivel de desarrollo de interés por la cultura en los docentes de seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo es alto y eso se demuestra en el 89 % de educadores que respondieron que los temas que se publican en la Revista AmArte siempre influyen en el desarrollo del interés por la cultura.
- 4) El nivel de valoración de los docentes de las seis instituciones de Educación Básica Regular del distrito Trujillo en estudio es alto. Esto se evidencia en el 96 % de profesores que calificó con reacciones favorable y buena, los titulares y diagramación de la Revista AmArte.

RECOMENDACIONES

- 1) Ampliar los niveles de investigación y la muestra de estudio en diferentes realidades de la región y del país, a fin de garantizar el interés por la cultura.
- 2) Fortalecer las alianzas estratégicas con el sector educación, en las áreas de Comunicación y Formación Ciudadana y Cívica, para que la Revista Cultural AmArte sea utilizada como material de estudio.
- 3) Ampliar las estrategias de difusión de la Revista Cultural AmArte en docentes y estudiantes de las diversas instituciones educativas públicas y privadas de la región y el país.
- 4) Proponer un convenio con el Ministerio de Educación para que la Revista Cultural AmArte aborde contenidos propios del Currículo Nacional de Educación Básica Regular, según los cursos indicados.
- 5) Generar alianzas estratégicas con otros sectores para despertar el interés por la cultura a través de la lectura de la Revista Cultural AmArte.
- 6) Ampliar la investigación en el marco de la Comunicación para el Desarrollo, con la finalidad de demostrar que los medios de comunicación no solo tienen la función de informar y entretener a los públicos, sino que ahora también deben cumplir una función de pedagogía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Archer, M. (1997). *El lugar de la cultura en la teoría social*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Basail, A. (2006). *Habitar la identidad la cultura y lo social cubano invisible*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. XII. Núm. 23, Colima, pp. 93-115, Recuperado de http://www.culturascontemporaneas.com/contenidos/habitar_la_identidad.pdf el 02 de setiembre de 2016.
- Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Barcelona: Paidós.
- Beigel, F. (2003). *Las revistas culturales como documentos de la historia latinoamericana*. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Biagi, S. (2006). *Impacto de los Medios*. Universidad Estatal de California. Sacramento. Estados Unidos.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: CNCA/Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1998a), *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2007), *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2010), *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, Pierre (1998) *Sociología y democracia en Capital cultural, escuela y espacio social*, México: Siglo XXI.
- Bruner, J. (1987). *Realidad mental y mundos posibles: los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia*. Barcelona, España.

- Careaga, D. (2008). La cultura. *Revista La Colmena*. No 59. Recuperado de: https://www.redib.org/recursos/Record/oai_articulo728396-revista-gesta, el 14 de setiembre de 2016.
- Carrasco, S. (2006). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos.
- Díaz, P. (2009). Consumo de revistas de moda y efectos en la autopercepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la Tercera Persona. *Revista de moda europea*. N° 2, tomo 3.
- Feenberg, A. (1991), *Critical Theory of Technology*, Oxford University Press, Oxford. Versión traducida al castellano. Recuperado de www.hipersociologia.org.ar.
- Ferrante, C. (2008), De Mauss a Levi Strauss: la concepción de lo social como doble verdad en Pierre Bourdieu, *Intersticios: Revista sociológica de pensamiento crítico*, vol. 2 (2), pp. 49-61. Recuperado de <http://www.intersticios.es>, el 14 de septiembre de 2017.
- García, N. (1992), El consumo sirve para pensar, *Diálogos*, N° 30, FELAFACS, Lima.
- García, N. (1999), *La globalización imaginada*, Buenos Aires: Paidós.
- Geertz, C. (1989). *Interpretación de las culturas*. Rio de Janeiro, Guanabara.
- Grillo, M., Rusconi, C. y Bosco, M. (2011), Estudio de Audiencias. Río Cuarto, 2010, *Cuadernos de Temas y Problemas en Comunicación*, N° 8. Recuperado de <https://www.unrc.edu.ar/unrc/comunicacion/dptocomunicacion/investigaciones/pdf/informe%20audiencia%202010.pdf>, el 14 de setiembre de 2016.
- Guzmán, C. (2015). Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica. *Revista Contratexto* de la Universidad de Lima, No 24, julio-diciembre 2015, pp. 221-247.

- Hernández, M. (2012). Práctica docente y procesos comunicacionales. *Revista Electrónica Tecnología y Comunicación Educativas*. Ilce. México. Recuperado de: <http://investigacion.ilce.edu.mx/stx.asp?id=2294>, el 27 de setiembre de 2016.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6 a.). México. Magraw Gil
- Herrera-Usagre, M. (2011). El consumo cultural en España. Una aproximación al análisis de la estratificación social de los consumos culturales y sus dificultades metodológicas. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*.
- Kroeber, A. L. y Kluckhohn, C. K. M. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*, Nueva York, Vintage
- Lahire, B. (2004). Conclusiones. Del consumo cultural a las formas de la experiencia literaria, en Lahire, B. (comp.), *Sociología de la lectura*, Gedisa, Barcelona.
- Lahire, B. (2005), *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu. Deudas y críticas*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Linton, R. (1965). *Cultura y Personalidad*. Fondo de Cultura Económica. México.
- López de Ayala, M.C. (2004), *El análisis sociológico del consumo: una revisión histórica de sus desarrollos teóricos*, *Sociológica*, N° 5.
- Malinowski, B. (1968). *Cultura* en *Enciclopedia de las Ciencias Sociales*. New York, Estados Unidos.
- Malinowski, B. (1975). *La Cultura* en Kahn, J.S. (1975). *El concepto de cultura: textos fundamentales*, Barcelona: Anagrama. Recuperado de http://www.ciesas.edu.mx/publicaciones/clasicos/00_CCA/Articulos_CCA/CCA_PDF/037_MALINOWSKI_Cultura_B.pdf, el 27 de setiembre de 2016.
- Martínez, S. (2013). *En busca de un campo cultural propio. Literatura, vida intelectual y revistas culturales en Tucumán (1904-1944)*. Buenos Aires, Argentina.
- Mata, M.C. (1997). *Públicos y consumos culturales*. Córdoba: CEA.

- Mauss, M. (1979). Sobre los dones, en *Sociología y antropología*. Madrid: Tecnos.
- Mira, J.F. (1989) *Cultura en Campo*, S. *Tratado de Sociología I*. Madrid: Taurus.
- Montes del Castillo, A. (1993). El concepto de cultura en *Proyecto Docente de Antropología Social*. Murcia: Universidad de Murcia. Recuperado de http://enxarxats.intersindical.org/nee/CE_defcultura.pdf, el 27 de setiembre de 2016.
- Morduchowicz, R. (2001). *Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible*. Madrid: Sociedad Educadora.
- Núñez, T. P. (2010). La afinidad electiva entre consumo cultural y percepción sociocultural: el caso de Chile. *Signo y Pensamiento*.
- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, No. 18, agosto de 2004, 89-96, recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n18/n18a10.pdf>, el 27 de setiembre de 2016.
- Páez, D.; Fernández, I.; Ubillus, S. y Zubieta E. (2004). *Psicología social, cultura y educación*. Madrid: Pearson.
- PNUD (2002). *Nosotros los latinoamericanos: un desafío cultural*, en Informe de desarrollo humano, Santiago de Chile, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
- Quitán, N. (2012). *Cultura*, recuperado de <http://nataliaquitán.blogspot.pe/2012/02/revista-y-particularidades.html>, el 14 de setiembre de 2016.
- Rae. (2017). *Diccionario online*. Recuperado de www.rae.es, el 14 de setiembre de 2016.

- Risco, A. M. (2013) Prismas. *Revista de Historia Intelectual*. Universidad Nacional de Quilmes. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=387036817019>, el martes 27 de setiembre de 2016.
- Rivera, C. (2008). *Las publicaciones digitales como recurso de información en bibliotecas universitarias*. Ciudad de México, México. Tesis de Licenciatura. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Roiz, M. (1989). La familia, desde la Teoría de la Comunicación de Palo Alto. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, OCT-DIC.
- Rubio, Á.; Martín, A. y Mesa, M. (2008), *Influencia de las revistas juveniles en la sexualidad de las y los adolescentes*. Instituto de la Mujer. España, Recuperado de http://www.aulaviolenciadegeneroenlocal.es/consejos Escolares/archivos/Influencias_de_las_revistas_juveniles_en_la_sexualidad_de_las_y_los_adolescentes.pdf, consultado el lunes 27 de marzo de 2017.
- Saucedo, K. (2001). *Revistas*. La Catarina, Universidad de Las Américas Puebla. México. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf el 27 de setiembre de 2016.
- Simmel, G. (1950). *Ensayos de filosofía del arte*, Buenos Aires: Editorial Nova.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad*, Barcelona: Paidós.
- Tylor, E. (1871). *La ciencia de la cultura*. Buenos Aires: Clásica.
- Unesco. (2017). *El Correo*. *Revista electrónica*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/unesco-courier/the-magazine/>, el 03 de agosto de 2016.

Villamil, J. P. (2015). *Libros, revistas y periódicos*. Medellín, Colombia. Recuperado de <https://prezi.com/o7z4jcl4zkpp/libros-revistas-y-periodicos/>, el martes 27 de setiembre de 2016.

Villanueva, P., Peters, T., y Morales, R. (2010). Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Elementos metodológicos para el derecho a la participación cultural. Santiago de Chile: *Convenio Andrés Bello / Centro de Investigaciones Socioculturales (Cisoc)*. Universidad Alberto Hurtado. Santiago de Chile.

Zabludovsky, Gina. (2013). El concepto de individualización en la sociología clásica y contemporánea. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, Distrito Federal, México.

ANEXO

c) Nunca

7. ¿La difusión de contenidos de las actividades culturales influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

8. ¿La difusión de contenidos de las actividades artísticas influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

9. ¿La difusión de contenidos de las actividades turísticas influyen en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

10. Cuando usted observa el diseño de la revista, ¿cómo lo califica?

a) Bueno

b) Regular

c) Deficiente

11. ¿Se difunden contenidos referidos a exposiciones de pinturas?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

12. ¿Se difunden exposiciones de obras de pintores clásicos o pintores modernos?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

13. ¿La difusión de exposición de obras de pintores clásicos o modernos influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

14. ¿La difusión de opiniones de profesores de música, influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

15. ¿La difusión de las fotografías turísticas del Perú influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

16. ¿La difusión de las fotografías turísticas de otros países influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

17. ¿La difusión de la cultura gastronómica peruana influye en el desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

18. ¿La publicación de artículos sobre la cultura, influye en su desarrollo del interés por la cultura?

a) Siempre

b) A veces

c) Nunca

19. ¿El diseño y la estructura de la Revista AmArte le permite el desarrollo de su interés por la cultura?

a) Mucho

b) Regular

c) Poco

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO 2. TESTIMONIOS DE DOCENTES



“Sí influye positivamente, en la teoría y en la práctica. Al rescatar los valores culturales y humanos nos permite a nosotros tenerla (a la revista) como fuente de referencia para el desarrollo de las clases. Incluso, nos motiva a apoyar en la difusión y promoción de las diferentes expresiones culturales. Podríamos difundirla entre los estudiantes para promover el amor por la cultura y la identidad nacional. Es una revista que promueve la interculturalidad. Sí influye en nuestro desarrollo relacionado a la cultura y a la educación también porque presenta temas interesantes sobre los mismos como la relación entre cultura y desarrollo, fotografías de diferentes zonas del Perú”.

Morán Alfaro, Sandy (2016). Docente de la I.E. Las Américas.



“Tiene publicaciones de toda la temática relacionada con la cultura. Ayuda no solo en nuestro desarrollo cultural sino también educativo. Por eso es que también es importante que nosotros, como docentes, la usemos como fuente de referencia porque permitirá motivar a que nuestros estudiantes también se vean interesados en la cultura. A través de la revista conocemos dónde hay exposiciones, un sin número de actividades que fomenta la cultura en esta revista”.

Castro Biminchumo, Liliana (2016). Docente de la I.E. Las Américas.



“La revista es interesante. Todo su contenido es bueno. Logra que sienta interés por conocer más sobre pintura, sobre música, conocer obras, incentivar el turismo. Al tener información sobre un lugar también nos incentiva a conocerlo, nos incentiva a viajar. Su diseño, sus imágenes y su contenido son atractivos, que nos llevan a ello y motivan, y pienso yo que no solo en un público adulto sino también en adolescentes. También capta la atención en ellos, incluso en los niños, porque es dinámico”.

Carranza Torres, Yuly (2016). Docente de la I.E. Las Américas.