

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



Los diarios de mayor circulación y su relación con la identidad cultural en la conservación de la lengua originaria de los pobladores de la comunidad Asháninca de Marankiari Bajo en el Perené, Chanchamayo: Junín, 2015

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado
en Ciencias de la Comunicación

Autora:

Raiza Ines Gonzalez Chavez

Asesor:

José Calsín Molleapaza

Lima, noviembre de 2019

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Jose Calsín Molleapaza, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: «**Los diarios de mayor circulación y su relación con la identidad cultural en la conservación de la lengua originaria de los pobladores de la comunidad Asháninca de Marankiari Bajo en el Perené, Chanchamayo: Junín**» de Raiza Ines Gonzalez Chavez, tiene un índice de similitud de 20. % verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 12 días del mes de noviembre del año 2020



Mtro. Jose Calsín Molleapaza



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Naña, Villa Unión, a veintitres día(s) del mes de mayo del año 2019 siendo las 11:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del Señor Presidente del jurado: Lic. Jose Victor Cabrera Aquino, el secretario: Lic. Julian Usca Guispe y los demás miembros: Mg. Domingo Enoe Huerta Huamán y el Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano y el asesor Lic. José Calsin Molleapaza

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: Los diarios de mayor circulación y su relación con la identificación cultural en la conservación de la lengua originaria de los pobladores de la comunidad Asháninka de Marankiari Bajo en el Perené Chanchamayo - Junín.

de el(los)/la(las) bachiller(es): a) b) conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación (Nombre del Título Profesional)

con mención en... El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (los)/a(la)(las) candidato(a)s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el(los)/la(las) candidato(a)s. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato (a): Raiza Inés Gonzalez Chavez

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: Aprobado, 16, B, Bueno, Muy Bueno

Candidato (b):

Table with columns: CALIFICACIÓN, ESCALAS (Vigesimal, Literal, Cualitativa), Mérito. Row 1: (Empty)

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el Presidente del jurado invitó al(los)/a(la)(las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

Handwritten signatures and names for Presidente, Asesor, Miembro, Secretario, and Candidato/a (a) and (b).

Dedicatoria

A todos los habitantes de la comunidad nativa de Marankiari Bajo, quienes son personas de corazón brillante como el sol del universo.

Agradecimientos

Al Lic. José Calsín Molleapaza, por su valiosa asesoría y aportes fundamentales para la culminación de esta investigación.

A la Lic. Karla Velezmoro y al Lic. Eusebio Godoy Córdaz, por sus sugerencias enriquecedoras y contribuciones durante el desarrollo del presente estudio.

A mi tía, Lucía González Navarro, por su apoyo incondicional, así como por su calidad humana y profesional.

Lista de contenidos

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
Lista de contenidos.....	v
Índice de tablas	vii
Índice de figuras.....	ix
Índice de ilustración.....	x
Lista de anexos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
CAPÍTULO I.....	15
INTRODUCCIÓN.....	15
1.1 Identificación del problema.....	15
1.2 Objetivos de la investigación	19
1.3.1Objetivo general.	19
1.3.2Objetivos específicos.	19
CAPÍTULO II.....	21
MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes internacionales	21
2.2 Antecedentes internacionales sobre medios escritos en el ámbito indígena... ..	25
2.3 Antecedentes nacionales	28
2.3.1 Televisión en línea.....	28
2.3.2 Primeros programas de la televisión abierta en lenguas originarias del Perú... ..	29
2.3.3 Medios de comunicación nacionales escritos en lenguas indígenas.....	30
2.4 Bases filosóficas	31
2.5 Los medios de comunicación escritos: la prensa.....	34
2.5.1 Historia de la prensa.....	35
2.6 La prensa en el Perú.....	36
2.7 Diarios: consumo y alcance.....	38
2.7 Diarios de mayor circulación en la zona.	41

2.9 Identidad cultural	45
2.9.1 Identidad cultural interna	46
2.9.2 Identidad cultural externa	49
CAPÍTULO III.....	49
LOS ASHÁNINKAS	49
3.1 Ubicación geográfica y censo.....	50
3.2 Breve historia	50
3.2 Cosmovisión.....	52
CAPÍTULO IV	58
METODOLOGÍA	58
2.2 Población y Muestra.....	58
4.3 Tipo de investigación	58
4.4.1 Hipótesis de la investigación.....	59
4.4.2 Variables de estudio.....	60
4.5 Instrumento de recolección de datos	64
4.5.4. Evaluación de datos	66
4.5.5 Validación de instrumentos	67
A) Primer instrumento	67
B) Segundo instrumento	72
CAPÍTULO V	76
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	76
5.2 Análisis descriptivos relevantes	77
CAPÍTULO VI	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
6.2 Recomendaciones.....	87
Referencias bibliográficas	89

Índice de tablas

Tabla1	Pueblos que usan la lengua.....	56
Tabla2	Operacionalización de variables	61
Tabla3	Valores para la interpretación del coeficiente de confiabilidad	65
Tabla4	Fiabilidad del instrumento	65
Tabla5	Estadísticas de fiabilidad	66
Tabla6	Relación de textos	67
Tabla7	Criterios de expertos para el cuestionario.....	67
Tabla8	Fórmula.....	69
Tabla9	Relación V-Aiken	69
Tabla10	Escala de valoración.....	70
Tabla11	Total de ítems de las dimensiones	70
Tabla12	Máximo y mínimo en valoración de ítems.....	70
Tabla13	Rango de las dimensiones.....	70
Tabla14	Amplitud de la dimensión.....	71
Tabla15	Baremos	71
Tabla16	Niveles de dimensión.....	71
Tabla17	Relación de expertos en la validación.....	72
Tabla18	Fórmula.....	73
Tabla19	Dimensiones V-Aiken.....	73
Tabla20	Escala	73
Tabla21	Total de ítems	74
Tabla22	Valoración de los ítems.....	74

Tabla23	Rango de la dimensión	74
Tabla24	Amplitud de la dimensión.....	75
Tabla25	Baremos de la dimensión	75
Tabla26	Nivel de las dimensiones	75
Tabla27	Género de los pobladores.....	76
Tabla28	Nivel educativo	77
Tabla29	Ocupación de los pobladores	77
Tabla30	Grado de consumo de diarios de los pobladores.....	78
Tabla31	Frecuencia de lectura de los pobladores	78
Tabla32	Alcance de la noticia	78
Tabla33	Diarios más leídos por los pobladores	79
Tabla34	Grado de interés en la representación de la cultura en medio escrito ...	79
Tabla35	Grado de interés en un medio de información escrito bilingüe	80
Tabla36	Nivel de identidad cultural interna.....	81
Tabla37	Identidad como asháninka	81
Tabla38	Nivel de identidad externa	82
Tabla39	Nivel global de identidad cultural	82
Tabla40	Prueba de Chi-Cuadrado	83
Tabla41	Pruebas de Chi-cuadrado.....	83
Tabla42	Pruebas de chi-cuadrado.....	84

Índice de figuras

Figura 1. Fuente. Elaboración propia, con datos extraídos de Kantar Media. (2014)	43
Figura 2. <i>Fuente. Base de datos de pueblos indígenas. (2014)</i>	56
Figura 3 Ecuación de la fórmula V de Aiken	68

Índice de ilustración

Ilustración 1.Árbol dónde nació la primera mujer. Fuente. CIAM, cartilla de identidad y etnohistoria. (2017). 55

Lista de anexos

Anexo1 Encuesta consumo y alcance de diarios	96
Anexo2 Matriz de consistencia.....	99
Anexo 3 Constancia de autorización de la comunidad.....	101
Anexo 4. Validación de documentos	102

Resumen

La presente investigación responde al objetivo: determinar si existe relación entre los diarios de mayor circulación y la identidad cultural, con enfoque en la lengua originaria de una comunidad asháninka. El caso de estudio se justifica, porque revela el poco interés de los medios en dichas comunidades y el riesgo de que la lengua asháninka se extinga, relacionada con el exiguu uso en la literatura, así como en medios escritos de comunicación e información.

Para el estudio se eligió a los pobladores de la comunidad turística de Remanso en el centro poblado de Marankiari Bajo, ubicada a orillas del río Perené en Chanchamayo: Junín, Perú.

Es una investigación de tipo básica, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, se trabajó con una muestra de 50 pobladores de la comunidad mencionada; se les aplicó dos cuestionarios, el primero mide las dimensiones de Consumo y alcance del diario; el segundo, para medir la identidad cultural interna y externa. Según sus resultados, los diarios no tienen relación con la conservación de la identidad cultural de la población asháninka, pero sí tiene relación con el uso de lengua originaria. Se llegó a determinar: a) Tienen un nivel medio en el consumo y frecuencia de lectura de diarios; b) Hay interés en que se su cultura sea representada en medios escritos; c) Tiene un nivel medio en el grado de interés en un medio propio y bilingüe; d) Tienen un nivel medio de identidad cultural global.

Palabras claves: medios escritos alternativos, identidad cultural, identidad cultural interna, identidad cultural externa, consumo del diario, alcance del diario, lengua originaria.

Abstract

The present research objective was to determine if the most circulating newspapers as written means of information have an connection in the cultural identity and in the conservation of the native language of an indigenous population which is the case of the Asháninka population. The study of the case is justified by the low interest of the media in these communities and the risk that the Ashaninka language may die over time due to its scarce use in the literature as well as in the written media of communication and information.

For this study, people from the Remanso native community of low Marankiari, were chosen. They are settled down in the Perene river in Chanchamayo, Junín, Peru. The used methodology was developed through questionnaires, supported by field work and other secondary sources, in order to study the relationship between the journal and the cultural identity of the chosen community. It can be admitted that at present in Peru there is not any written means of information in Asháninka or bilingual language.

Likewise, to obtain the results, we worked along with a sample of 50 inhabitants of the mentioned community; to that sample two questionnaires were applied. The first measures the dimensions of consumption and reception of the newspaper. The second, measures the internal and external cultural identity. The significant results evidenced that the newspapers do have a connection in the cultural identity of the Ashaninka population, as well as in the conservation of the Asháninka population.

Key words: Alternative written media, cultural identity, internal cultural identity, external cultural identity, newspaper consumption, journal scope, ethnicity, aboriginal language.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Identificación del problema

La lengua indígena en el mundo se ve amenazada cada año; mientras la tecnología avanza a grandes pasos, lo étnico va desapareciendo poco a poco. En este aspecto, la Organización de las Naciones Unidas (ONU,2013) en *La Declaración sobre los derechos de los pueblos indígenas*, destacó el rol de los medios de comunicación para el empoderamiento de los derechos de los pueblos indígenas, al establecer que la comunicación masiva debe realizarse en los medios pertinentes y en su propio idioma.

La lengua originaria constituye un componente esencial de la identidad cultural. Según Pastrana Peláez (2012), la dominación de la lengua española sobre las lenguas indígenas ha sido el factor principal de la desaparición de muchas lenguas originarias, así como el escaso uso de otras que aún son existentes, Este cambio ha sido comparado con procesos tan críticos como la extinción de especies o el impacto del cambio climático. La consecuencia inevitable es la desaparición de las culturas.

Para Morales (2011), algunas causas de esta inminente extinción están relacionadas con los medios de comunicación de los países latinoamericanos, poco presentes en los contenidos y programas en idiomas nativos, ya sean radiales, escritos o televisivos. Esta preocupación llevó a Colombia a plantearse estrategias de políticas culturales, para preservar su legado lingüístico, así como lo muestra Kankuama TV.

La globalización es una de las principales causas de la desaparición de las lenguas indígenas, mientras el inglés se ha posicionado en el mundo; desde mediados del siglo XX, las lenguas indígenas se han reducido a un grupo menor de hablantes, al mismo tiempo se dio paso al bilingüismo; sin embargo, todas las lenguas constituyen parte de la cultura de un pueblo; en este sentido, perderlas sería sinónimo de perder cultura.

Ante la preocupación si es posible salvar una lengua del peligro de extinción, la respuesta sería: es posible; incluso queda la posibilidad de resucitar una lengua ya extinta; por ejemplo, el caso del *córnico*, una lengua celta, cuyo último hablante murió en 1777, pero gracias al interés de algunos pobladores que lograron aprenderla, se logró revivirla; el mismo caso experimentó el hebreo, hablado en la época de Jesús y que ha resurgido; hoy tiene millones de hablantes; estos son casos únicos y tienen poca relación con la mayoría de lenguas amenazadas (Siguan, 2008).

En el Perú, la realidad de las lenguas indígenas es compleja; existe una gran variedad de lenguas indígenas extintas y otras aún existentes; se estima un número de 60 lenguas; entre ellas, el quechua, la lengua más importante, la segunda lengua oficial del país con el mayor número de hablantes; sin embargo, esta lengua tiene 25 variantes y todas son ininteligibles entre ellas; en la amazonia peruana son aproximadamente cuarenta lenguas, agrupadas en 14 familias lingüísticas diversificadas en 120 variables locales (Adelaar & Muysken, 2004).

Para agravar esta situación, los medios no conocen, a profundidad, la realidad lingüística del país, la diversidad de lenguas y culturas autóctonas; la mayoría de medios perciben esta variedad como un obstáculo para el desarrollo. Ante tal

pluriculturalidad, los medios peruanos no han logrado prestarle la atención necesaria; en la radio y en la televisión, se enfocan en el contexto y realidad urbana, dejando de lado, lo autóctono. (La EBI: Educación Bilingüe Intercultural).

En consecuencia, no se toma en cuenta la posibilidad de educar a la población mediante los medios; por ejemplo, la radio es el medio de más acceso en el Perú. (Huañec Padilla, 2003).

En este contexto, la investigadora, al inicio de esta investigación y el año 2015, identificó la inexistencia de medios de comunicación masiva, los cuales promuevan las prácticas de la lengua originaria, específicamente de las comunidades de la selva; por ejemplo, las comunidades asháninkas. Sin embargo, en la actualidad, esta situación ha cambiado y ahora existe un medio de comunicación masiva que promueve la identidad y la lengua materna, gracias al canal y radio del Estado, tal es el caso del primer programa de televisión en lengua asháninka, el programa "Ashi Añañe", con estreno el día 3 de noviembre del 2018.

La globalización ha afectado las comunidades indígenas de la amazonia peruana; a la naturaleza la reemplazó poco a poco las carreteras y el asfalto; ante esta situación, algunos pueblos se han asimilado, otros se han aislado de la civilización por su propio bien. La indiscriminada explotación de sus recursos naturales por parte del estado ha procedido de manera irremediable (Mayor Aparicio & E. Bodmer, 2009).

Las condiciones y cosmovisión de lo urbano y lo indígena, en estas comunidades, presentan diferentes problemas, preocupaciones, así como diferentes realidades. El desconocimiento de los medios sobre estas produce discriminación

racial y lingüística; para los medios, esta diversidad cultural es un obstáculo para la interlocución en estas comunidades (Huañec Padilla, 2003).

Para Palacios (2010), se desconoce la realidad lingüística quechua de la zona, generando la pérdida de identidad y los lazos en la comunidad, por vergüenza a la burla y discriminación de los medios, cuya indiferencia acentúa la pobreza y el desconocimiento de temas de salud, nutrición y derechos en la región, lo más preocupante es la eminente extinción de la identidad cultural de cada etnia.

El caso más preocupante para la investigación es que no exista en el país un medio escrito propio en lenguas originarias. Por eso se realiza un estudio en una comunidad nativa del Perú. En este contexto, la presente investigación se enfoca en la comunidad Asháninka de Remanso, en Marankiari Bajo, con el propósito de analizar si el consumo de diarios de mayor circulación guarda relación con la conservación de su identidad cultural y, especialmente, con el uso de su lengua originaria.”

1.1 Justificación

Ante el eminente peligro de la extinción de lenguas indígenas en el mundo y, en caso específico en el Perú, es imperativo realizar este tipo de investigaciones para rescatar la identidad cultural de poblaciones nativas, mucho más en una sociedad peruana centralista; los medios de comunicación tienen la mirada parcializada, sobre la prensa escrita, mayoritariamente mono lingüista; por lo tanto, excluyente de las realidades de las comunidades étnicas, cuyos medios de comunicación, así como el diario, juegan un importante papel para la población peruana. Se hace evidente la necesidad de medios alternativos de comunicación social, parte de una política cultural descentralizada.

Esta investigación pretende incentivar la creación de medios escritos en la lengua originaria de la comunidad más importante de la amazonia peruana: la Asháninka; así como elevar la identidad cultural de sus miembros; de la misma manera busca aportar para que la lengua se use y que no se pierda, con el propósito de que se vuelva más respetada por la comunidad y por personas ajenas a esta.

1.2 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general.

Determinar la relación del diario en la conservación de la identidad cultural enfocada en la lengua originaria de los pobladores de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo en el Perené, Chanchamayo, Junín.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Identificar los diarios que utilizan los pobladores de la comunidad Asháninka del Perené.
- Determinar el nivel de consumo y alcance de diarios de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené.
- Determinar el grado de interés de la población en un medio escrito propio en lengua asháninka
- Medir el nivel de Identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené
- Medir el grado de conservación de la Identidad Cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené
- Medir el grado de conservación de la lengua asháninka en la comunidad

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El presente capítulo presenta las investigaciones internacionales y nacionales sobre la relación entre la identidad cultural y los medios de comunicación, así como su desarrollo en comunidades indígenas; no obstante, ser un tema poco abordado e investigado, Es limitada la información disponible sobre la identidad cultural, especialmente en lo referente a las lenguas originarias y su vinculación con los medios de comunicación escritos. Este capítulo también trata las bases filosóficas y teóricas de la investigación.

2.1 Antecedentes internacionales

La organización de las Naciones Unidas para la educación (Unesco, s.f.) proclamó el día internacional de la lengua materna, el 21 de febrero de 1999, con vigencia desde el año 2000 en honor a los fallecimientos de dos estudiantes universitarios (en 1952) durante los enfrentamientos con la policía, en defensa y reconocimiento de su lengua materna: el bengalí, durante la marcha del Movimiento por la lengua en Bangladés. Esta celebración consolida la importancia para las naciones conservar, reconocer y promover el uso de lenguas originarias.

El “Atlas de las lenguas en peligro de extinción del mundo”, editado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura (UNESCO,2010), asevera que el despliegue de los medios de comunicación, durante las últimas décadas, ha dado motivo a situaciones de conflicto entre comunidades indígenas, por la conservación de sus lenguas, llevando a la desaparición de estas a

un ritmo más acelerado. Estas lenguas, según la Unesco, están seriamente amenazadas y a un paso de ser lenguas muertas, mientras muchas otras están en peligro potencial y con riesgo de desaparecer, siendo no un fenómeno aislado sino, por el contrario, un fenómeno que ocurre en todo el mundo (Moseley,2010).

De los resultados de estas investigaciones surge la importancia y urgencia de plantear acciones a favor de la conservación de lenguas maternas de las comunidades indígenas, en el sentido de expresión fehaciente de la identidad cultural de los pueblos.

En otra investigación sobre la enseñanza de la lengua española: segunda lengua en las comunidades indígenas de Chihuahua en México, cuya primera lengua es el tarahumara; en esta investigación se resalta lo complejo que resulta para los niños aprender a escribir en un idioma que no es el materno; otra dificultad la representan los libros de texto, uno en idioma español que tiene la desventaja de no estar elaborado para la cultura mestiza, alejada de la realidad de los niños tarahumaras, y otro en Tarahumara que, aunque escrito en el idioma nativo, usan palabras que los niños desconocen debido a las variedades lingüísticas existentes en la región (Viramontes Anaya, Morales Sifuentes, & Burrola Márquez, 2011).

Los niños de la comunidad Tarahumara tienen una educación deficiente en ambas lenguas, por lo que un desarrollo lingüístico completo es aparentemente imposible; no se trabaja en la lecto-escritura de mensajes comunicativos, una de las formas más comunes y didácticas de aprender en la infancia. Este tipo de problema está presente en todas las comunidades minoritarias del mundo que gozan de diversidad étnica y cultural.

En las calles por las que transitan los niños desde el albergue hasta la escuela primaria y los alrededores de su casa, existen muy pocos portadores de textos visibles que les permitan considerar la escritura como parte del medio en el que viven. En ese sentido, el contexto general no es un ambiente que favorezca la apropiación del sistema de escritura en los niños (Viramontes Anaya, Morales Sifuentes, & Burrola Márquez, 2011, p.237).

La UNESCO ha considerado que la lengua de una comunidad está en peligro, cuando el 30% de sus niños no la aprenden; en forma general, se asume que de las 6000 lenguas que se hablan en el mundo, 3000 están en peligro de desaparición en mayor o menor grado; esto equivale aproximadamente al 50% de lenguas; de las cuales, el 96% son habladas solo por un 4% de la población mundial, de modo que, en el sistema educativo, el mundo real y digital existe una exclusión a la diversidad lingüística (Tove Skutnabb, 2000).

Acorde con el problema de la extinción de lenguas originarias, los medios de comunicación tienen un rol importante; por ejemplo, el Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC,1980), proyecto de esfuerzo de integración y refuerzo del flujo de la información hacia los países de tercer mundo. El NOMIC fue una propuesta desafiante; sin embargo, nunca fue concretada. El proyecto menciona la exclusión del flujo comunicativo en medios de comunicación de países: México y Perú, porque estos no reflejan la realidad de las comunidades indígenas ni fomentan su participación con otros sectores de la población.

La democratización de los medios, punto clave del informe: “Un solo mundo, voces múltiples” mayormente conocido como informe MacBride (McBride & Otros, 1980) muestra una visión más igualitaria y justa de lo que se debería presentar, analizar y estudiar en los medios de comunicación, así como la creación de contenido para todas las esferas sociales; incluyendo en este campo a las comunidades indígenas, el informe también sugiere la creación de contenido étnico y cultural que eleve la identidad de los pueblos.

A partir de la publicación del informe MacBride, la preocupación por preservar la identidad y la cultura de estos pueblos se hizo más persistente; los proyectos de medios alternativos de comunicación fueron planteados. Medios que pretendían contenido atractivo y acorde con el contexto de las comunidades indígenas; por ejemplo, Kankuama TV en Colombia, una propuesta de Resistencia Comunicativa para la recuperación de la identidad cultural, a través de una perspectiva disciplinaria que pretendía generar aportes teóricos mediante medios y para minorías étnicas. Esta iniciativa fue dirigida y planteada por los miembros de la comunidad con necesidad de dar a conocer sus problemas, complejidad, temas de interés y cosmovisión propias.

Por otro lado, en Ecuador existe un canal indígena llamado TV Micc47, fundado en el año 2009, este medio es el primer canal de televisión indígena y comunitario, promueve el *Kichwa*, la música regional y demás expresiones artísticas, así como la forma de producción de sus tierras, su alimentación y el bienestar de la persona. El canal tiene un claro enfoque intercultural, ofrece noticieros y notas ambientales; el objetivo principal del canal es producir el 60% de su contenido en quichua, cuyo

objetivo lo está logrando desde su creación; además TV Micc47 posee una página en internet y una página en Facebook.

2.2 Antecedentes internacionales sobre medios escritos en el ámbito indígena

Diversas investigaciones evidencian que las comunidades indígenas han sido históricamente ignoradas por los medios de comunicación tradicionales, especialmente por los escritos que son útiles para informar y educar a la población indígena. Se ha investigado los medios que existen gracias al esfuerzo para revalorar las lenguas autóctonas; tal es el caso de la revista “Iguanazul”, fundada el año 2005, es un medio que promueve el arte, la literatura y la tradición oral de los pueblos originarios de México, a través de una publicación periódica. En este caso en particular, la revista tiene contenido en español inglés y francés, acorde con su objetivo: difundir la cultura entre sus hablantes hispanos y hablantes de lenguas extranjeras.

Con su enfoque literario, “Iguanazul” es un proyecto ejemplar, para revalorar a toda una nación con profundas raíces culturales. La revista tiene presencia en internet con una página oficial, una página en Facebook y un blog, todos actualizados y con contenido dinámico. La revista en su versión digital se puede descargar desde la página de la Universidad de Cambridge. (University Of Cambridge, 2016).

Este proyecto surge por la necesidad de promover y preservar las lenguas originarias de México en el interior y exterior de las comunidades indígenas, pues consideramos que el ejercicio de los derechos humanos de los pueblos indígenas debe comenzar por la efectividad de los derechos culturales lingüísticos ya que sin ellos muchos otros derechos

se verían irremediabilmente vulnerados, un ejemplo de ellos se encuentra en el hecho de que es imposible garantizar el debido proceso a un indígena sino se le otorga un traductor (Iguanazul, 2010)

La revista también abarca la transmisión por radio, para lo cual ha creado cápsulas radiales con la ayuda de la red de comunicadores “Boca de Polen” (RCBP), una radio con contenido de desarrollo social, a través de proyectos de comunicación en las comunidades campesinas e indígenas, con ese objetivo capacitan en técnica, teoría y en periodismo a los miembros de dichas comunidades, generando programas en versión *podcasts*. El apoyo en proyectos de radios comunitarias se basa en producciones radiales, centradas en las necesidades de sus pueblos, al mismo tiempo que transmiten noticias de importancia nacional e internacional (RCBP, 2001).

Por otra parte, en Bolivia se hace esfuerzos para realizar la traducción de Facebook al aimara por parte de *Jaqi Aru* (Lengua de la gente), comunidad virtual que tuvo el trabajo de traducir el 90% de los términos que usa la plataforma virtual, teniendo en cuenta la intención de la empresa: lanzar la página completamente en aimara, considerando que la idea central de la comunidad es promover la lengua originaria entre los jóvenes, así como su uso y reconocimiento. (BBCMundo, 2014).

En abril del 2015, la investigadora de la presente tesis realizó un contacto con la comunidad *Jaqui Aru*, con el propósito de obtener más información sobre el avance de la traducción de la versión de la página *Facebook* en lengua aimara. La información obtenida fue que el equipo de la comunidad seguía trabajando en la traducción de los términos y se esperaba que la plataforma estuviera lista para fines del 2015; sin embargo, la versión de prueba no está acta para el público general hasta la fecha.

Con respecto al avance del proyecto de *Jaqui Aru* según el diario “El País” (2015), la comunidad logró traducir las 24 mil palabras que les puso como condición la plataforma *Facebook*, para crear la página en aimara; por otro lado, la comunidad trabaja en la creación de proyectos en el ámbito virtual: blogs; también colaboran con Wikipedia en aimara y subtitulan videos; estos proyectos son realizados gracias a la ayuda de sus voluntarios. En la actualidad, el proyecto es su versión de prueba, no está disponible para el público en general; pero se ha avanzado bastante desde sus inicios dando frutos, ahora el proyecto está cargo de *Wakaya*, grupo de voluntarios creado por *Jaqui Aru*. En definitiva, el trabajo de *Jaqui Aru* es uno de los pocos, pero necesarios esfuerzos por revitalizar las lenguas originarias en Sudamérica, a través de medios de comunicación escritos. (Jaqui Aru, 2018)

Los retos a los que se enfrenta los medios escritos en lenguas indígenas son titánicos, pero no imposibles. En México, Yásnaya Aguilar; lingüista y hablante nativa de *ayuujk*, cuyo trabajo se centra en la difusión de la diversidad lingüística en riesgo, además menciona la dificultad de la creación de medios escritos en lenguas indígenas, porque estas tienen características particulares que, en efecto, avanzan con más lentitud y con un público más complicado (Aguilar Gil, 2014).

Ante lo expuesto, queda claro que, en países multilingües con comunidades indígenas, los medios escritos en lenguas originarias son pocos; de este modo, la interacción con ellas es prácticamente nula; en contraposición a los casos mencionados trata, de adaptarse de las necesidades informativas y culturales, con miras a elevar la identidad cultural del pueblo.

2.3 Antecedentes nacionales

2.3.1 Televisión en línea.

En el Perú existen medios alternativos de comunicación para los pueblos indígenas; estos medios usan el internet para transmitir sus programas, sobre todo en quechua. Un ejemplo es el caso de *Saqrakuna*: un programa juvenil con contenido dinámico, que se asemeja a los programas que transmiten los medio medios televisivos a nivel nacional, en quechua y con contenido de interés local. Este programa fue producido el 2009 por la Asociación *Tarpuriunchis* (Asociación para la promoción de la educación y el desarrollo de Apurímac) y pertenece a uno de los seis programas, producidos ese año. La trasmisión se realizó a través de “Isuma TV”, una red interactiva e independiente de multimedia indígena (IsumaTV, s.f.).

De manera semejante, el programa “Barra de mujeres” coproducido por Manuela Ramos y transmitido por “Mula Tv” en formato *podcasts*, presenta una sección en quechua llamada “*Rikunakuspa*”, en donde se tratan temas de interés para los pueblos andinos. Estos programas en quechua se transmiten solo en la modalidad *online* y están clasificados de medios alternativos de comunicación (Lamula, s.f.).

El centro de culturas indígenas del Perú (Chirapaq) hace su parte, a través de la realización y publicación de cortos y documentales en quechua. Las realizaciones audiovisuales se basan en temas rurales, se exploran la tradición, las costumbres e historia propias del pueblo quechua hablante; asimismo, tienen el fin de promover el empoderamiento de los medios indígenas y comunitarios (Chirapaq, s.f)

2.3.2 Primeros programas de la televisión abierta en lenguas originarias del Perú.

Según Radio Nacional del Perú (2016), el noticiero “Ñuqanchik” fue lanzado como el primer informativo en quechua transmitido a nivel nacional, en el horario de lunes a viernes, desde las 5:30 de la mañana. Hasta ese momento, solo existían los proyectos anteriormente mencionados que se transmitían solamente en línea.

A partir de la iniciativa de un noticiero en quechua, los medios de comunicación del estado se planteaban acabar la discriminación y contribuir para la revaloración de las lenguas originarias. De la misma manera, se tuvo prevista la creación de un noticiero en aimara para el año siguiente, plan que se cumplió el 27 de abril del 2017 con el estreno del noticiero *Jiwasanaka (nosotros)*. Siguiendo el ejemplo de estos proyectos, se tienen previstos otros noticieros en lenguas originarias del Perú, según mencionó el presidente ejecutivo del Instituto Nacional de Radio y Televisión: “Jiwasanaka”, forma parte del plan que hemos desarrollado, para dar espacio a zonas donde no hablan castellano, sino nuestras lenguas originarias y no tenían un lugar en la televisión y radio nacionales, para ejercer su derecho a tener información” (Paredes, 2017).

En su compromiso con la cultura, el Ministerio del Cultural del Perú, a través del canal nacional, TV Perú, con fecha registrada, el día 3 de noviembre del año 2018, se transmitió, “AshiAñañe”, primer programa en lengua asháninka, que aborda temas relacionados con el desarrollo social y musical de la cultura amazónica.

El programa tiene de conductores a pobladores asháninkas; es un programa estilo *Magazine*, es semanal y en horario matutino llega a las comunidades asentadas

en las regiones de Cusco, Pasco, Huánuco y Ayacucho, así como a comunidades en la frontera de Brasil (Ministerio de Cultura del Perú, 2018).

Cabe mencionar que el programa televisivo tuvo como precursor al programa radial con el mismo nombre, *magazine*, transmitido todos los domingos por los mismos conductores y por la señal de Radio Nacional (Correo, 2018).

Es notable observar que, desde que empezó la presente investigación, la realidad ha ido cambiando para mejor, al tener programas de televisión y radio abiertos en lenguas originarias: el quechua y el asháninka, la primera es la principal lengua usada; sin embargo, este avance por el momento se ve sólo limitado al ámbito televisivo y radial, excluyendo al medio escrito, medio en el que se basa esta investigación.

2.3.3 Medios de comunicación nacionales escritos en lenguas indígenas.

Las investigaciones nacionales en Perú sobre las lenguas indígenas y su relación con los medios escritos, son prácticamente inexistentes; por lo que los pocos aportes encontrados son remarcables y ayudan a fomentar investigaciones futuras sobre el tema; de igual manera, no existen medios escritos en lenguas originarias de las comunidades andinas ni amazónicas; sin embargo, existen medios departamentales que ocasionalmente escriben temas de interés indígena; estas notas informativas son elaboradas, por lo general, sobre temas de conflicto o sobre hechos actuales.

En Junín, el año 2012, se realizó una feria asháninka para revalorar la identidad cultural, así como la biodiversidad de las comunidades; se buscó promover esta actividad y difundir el turismo local; este evento anual ofrece actividades: concursos

típicos, también bebidas tradicionales y hierbas medicinales que crecen en sus tierras. Esta noticia fue publicada por RPP noticias (RPPNoticias., 2012).

Algunos eventos (como la feria Asháninka) tienen poca cobertura por los medios nacionales; sin embargo, continúan considerados noticia; la importancia de los medios de comunicación al darle mayor alcance podría llamar a la atención del resto de peruanos hacia las actividades de los pobladores de las comunas amazónicas, así como despertar el interés hacia sus tradiciones y cultura, promoviendo el respeto de estas. “Los medios de comunicación, y en especial el cine y la televisión, juegan un papel muy importante en la configuración de los imaginarios sociales, de tal forma que la representación que se haga a través de ellos de diferentes aspectos de la vida o de los pueblos y culturas, adquieren la condición de “realidad” (chiraquipaq, 2013)

Por su parte, el 2015 por el día del idioma nativo celebrado el 27 de mayo, el Diario Peru21 realizó un especial en versión impresa, así como digital, titulada: “Todas las voces”, contando con traductores en 5 lenguas nativas: quechua, aimara, asháninka, shipibo y Awajún. Con 5 portadas en lenguas nativas, testimonios y un diccionario virtual, así como uso de las redes sociales con la etiqueta: #TodasLasVoces el cual se volvió *trending topic*, el mismo día en plataformas: *Twitter* y *Facebook*.

2.4 Bases filosóficas

El humanismo, corriente filosófica que sustenta los procesos culturales, sostiene que la persona posee valor y dignidad y, en consecuencia, posee conciencia de sí mismo ante el mundo que lo rodea. Desde la visión del humanismo, la identidad del ser humano, como principio básico, es un ser racional que encuentra la verdad y

hace el bien hacia sus semejantes; es decir, practica la solidaridad y cooperación (Abbagnano & Abbagnano, 1963).

Es necesario mencionar la identidad como parte del yo ante determinada cultura; en ese sentido. Según Aristóteles, el ser humano es una sustancia compuesta de materia y forma; y su identidad está ligada a su función dentro de la polis (Trujillo Ruiz, 2015). Desde el racionalismo, Descartes afirma: “pienso, luego existo”, posicionando la identidad en la conciencia reflexiva del sujeto (Jaume Xiol, 2015).

Para Locke, la identidad del ente está situada en un tiempo y lugar determinado; la identidad no surge de la unidad sino en relación o comparado con otro ente; para este filósofo, la identidad es mera intuición; además de ser también perdurable en el tiempo, otro rasgo de dicha identidad es la concepción de la idea de identidad; además Locke distingue tres maneras de conocer la identidad: por sensación, por demostración y por intuición. La conciencia es fundamental para que exista la identidad según Locke, sin conciencia no hay persona; por su parte, el pensamiento de Kant establece la identidad de la persona en la conciencia de sí mismo y en diferentes tiempos, así como en el juicio propio y la autoconciencia (Daros, 2009).

Si se comprende que la cultura se forma en sociedad y contribuye para la identidad de la persona, algunos elementos (lengua, religión, costumbres, alimentación y demás) son expresiones de identidad cultural; a su vez desde un punto de vista filosófico, la valoración de la expresión cultural es importante, demuestra el conocimiento y admiración del individuo. Por su parte, la lengua es un instrumento del ser humano, le permite expresar sus pensamientos, ideas, emociones y sentimientos, en una conversación entre individuos pertenecientes a una misma comunidad

lingüística, que comparten vivencias propias; de la misma manera, se puede expresar todo lo anteriormente mencionado a través de la escritura, usando los mismos códigos lingüísticos.

En la sociedad étnica, los conceptos son diferentes a los de occidente como los valores asignados a las cosas; por ejemplo, los conceptos de desarrollo, riqueza y bienestar son conceptos abstractos y diferentes para la cultura nativa; para el nativo indígena, la misión de su vida es buscar y crear condiciones materiales y espirituales, para llegar a una vida armónica (Viteri Gualinga, 2002, págs. 3,4)

En las comunidades nativas, la cosmovisión de la vida y las memorias son importantes; no obstante, Viteri menciona que los pobladores amazónicos, quienes viven en el ámbito urbano por diversas razones, asimilan más los conceptos occidentales y urbanos, y atribuyen a esto un fenómeno creciente, gracias a los misioneros, educadores bilingües, entre otros (Viteri Gualinga, 2002, págs. 3,4) .

Entre los misioneros de la amazonia peruana cabe mencionar la participación del misionero adventista Fernando Stahl, hombre quien entendió la cosmovisión de los indígenas del Perené en Chanchamayo y logró cambiar sus hábitos poco saludables y mejoró la calidad de vida de las personas; el misionero es considerado el apóstol de los asháninkas (Bullón Paucar, 2009, pág. s.f).

Dentro de las bases de la comunicación se considera a Stuar Hall, quien mencionó que la cultura en la sociedad es la producción e intercambio de significados entre los miembros de esta; esos intercambios no serían posibles sin la capacidad de comunicación de los hombres (Hall , 2003).

Desde este punto importante, el proceso comunicativo es inseparable de la cultura humana; va más allá del sólo intercambio de mensajes, al ser intercambio de cultura desde el concepto de identidad personal y grupal y cada expresión comunicativa, escrita, dicha o representada forma parte de un proceso cultural.

2.5 Los medios de comunicación escritos: la prensa

Existen diferentes tipos de medios de comunicación, a través de los cuales se transmiten mensajes a diferentes receptores; estos son diferentes entre sí, pero tienen el mismo objetivo de llegar a un público determinado. Estos medios tienen la ayuda de publicidad que las sostienen. Los medios de comunicación escritos son aquellos utilizados de canales de transmisión de mensajes, sean de contenido periodístico, literario, comunicacional o de entretenimiento, estos escritos deben tener una estructura correcta y comprensible.

El término medio viene del latín *médium*; sin embargo, es de uso frecuente el vocablo *medio* que se refiere a la comunicación que llega a auditorios numerosos; para el funcionalista Wilbur Schamm (Toussaint, 1981), la comunicación “Comprende el aspecto de informar, en un sentido, y el de retroalimentar o responder, en otro, proceso dialectico cuyo resultado es la comunicación”.

Así como menciona Sharmm, la retroalimentación, en el proceso comunicativo, es parte de esta, sin ella la comunicación no sería efectiva. Por lo tanto, en consideración de esta definición, los medios de comunicación escritos pueden ser instrumentos, mediante los cuales se transmiten mensajes esperando una efectiva acción y retroalimentación; sin embargo, este fin en los medios escritos es más difícil que en

otros medios: la televisión, la radio, puesto que el diario no permite un *feedback* con sus públicos de manera, así como lo hace la televisión y especialmente la radio.

Para Claudín & Anabitarte (1986), la comunicación humana se define: “Transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor mediante un código común”.

Según esta definición, la comunicación está ligada a un grupo de personas, quienes interactúan entre sí, considerando todos los medios y géneros de la comunicación, para interactuar con el sujeto en la comunidad. Se destaca entonces la importancia del código común; de ser de otra manera sería imposible el entendimiento y, por ende, la comunicación (1986, pág. p.83)

2.5.1 Historia de la prensa

El origen de la prensa se remonta a tiempos antiguos. En la Roma clásica, las *Acta Diurna* eran tabloneros públicos donde se exponían noticias del imperio, asuntos judiciales y decisiones políticas. Estas representaron uno de los primeros intentos de institucionalizar la difusión de información escrita para el público (Gargurevich, 2011).

Durante la Edad Media, especialmente en puertos del Mediterráneo, los comerciantes distribuían boletines manuscritos llamados *avvisi*, los cuales contenían informes económicos y militares. Estos escritos se difundían entre mercaderes y autoridades, cumpliendo una función noticiosa que antecedió a la prensa moderna. En ese contexto también surgieron emisarios que difundían noticias orales —algunas reales, otras rumorísticas—, lo que podría considerarse un antecedente informal del sensacionalismo.

Con la invención de la imprenta por Johannes Gutenberg en el siglo XV, la producción de textos se masificó, facilitando el desarrollo de publicaciones periódicas.

A finales del siglo XVII nacen las *gacetas*, documentos impresos con noticias que circulaban semanal o mensualmente en ciudades europeas. Estas publicaciones estaban frecuentemente vinculadas al poder político y tenían fines informativos y propagandísticos (Toussaint, 1981).

En 1702 aparece en Inglaterra el *Daily Courant*, considerado el primer diario moderno por su publicación regular y su intención comercial. Posteriormente, en 1785, nace *The Times*, consolidando un modelo de periódico independiente y empresarial (Pizarroso Quintero, 1994). Estos ejemplos marcaron el inicio de una prensa más estructurada, dirigida a públicos más amplios, lo cual sentó las bases del periodismo que conocemos actualmente.

2.6 La prensa en el Perú

La prensa en el Perú, por su parte, aparece el 1 de octubre de 1790 con “El diario de Lima”, fundado por Francisco Antonio de Cabello y Meza, conocido con el seudónimo de Jaime Bausate y Meza, quien convirtió a su diario en el precursor del periodismo hispanoamericano, con una publicación mensual; antes de este diario en la época colonial, sólo se publicaban reproducciones de lo que se editaba España; estas no gozaban de popularidad entre los peruanos de la época.

Los temas recurrentes de “El diario de Lima” eran eventos locales, así como la minería, industria y notas de índole de salud pública; poco después el año 1791, nace el diario “El Mercurio”, creación de un grupo de intelectuales pertenecientes a la “Sociedad Amantes del país”, en las que destacan las participaciones de José Baquíjano y Carillo y el médico Hipólito Unanue. “El Mercurio” era un diario bisemanal

y de prestigio reconocido hasta hoy en día, como precursor de la independencia peruana.

El diario trataba temas de geografía, economía historia, ciencias médicas e historia natural; con un toque católico en sus publicaciones teniendo reportes destacados sobre indígenas, negros, esclavitud, el rol de la mujer en la sociedad, la importancia de la educación y la pobreza en el Perú. Lamentablemente, el diario entró en crisis, porque no se pudo mantener financieramente, situación que empeoró cuando el virrey Gil de Taboada retiró su apoyo económico y finalmente el diario dejó de existir en 1975.

Con la creación de la Constitución de Cádiz en 1810 que decretó la libertad de pensamiento, dando mayor libertad a la circulación de material periodístico; a su vez, el conflicto político de la época desembocó en la desaparición de diarios que tenían una línea editorial muy marcada con la de sus dueños, iniciando la guerra del papel. En 1826 nace el diario “El Peruano”, bajo la ordenanza del General Simón Bolívar; este diario tenía la finalidad de la promulgación de ordenanzas, decretos y leyes; el diario continúa vigente en la actualidad, en la condición de diario oficial del estado.

El diario “La Crónica” nació el año 1912 con su formato tabloide; era la novedad de la época en el ámbito de la prensa; el diario usaba también reportajes fotográficos; tuvo vigencia 78 años, hasta su última publicación en 1990. “La Prensa” fue el diario de oposición de la época y uno de los más populares, creado por Pedro de Osma en 1903; tuvo una permanencia en el ámbito, hasta el año 1984; por otra parte, unos de los diarios más importantes del país, “El Comercio”, tiene su primera edición en 1839, fundado por chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota; en 1875,

después del fallecimiento de Villota fue cedido a José Antonio Miró Quesada; los descendientes de este han dirigido el diario hasta la actualidad.

Por los años 80, la aparición de nuevos diarios en el Perú convierte al periodismo escrito en un medio más versátil y pintoresco; por ejemplo, los diarios: “La República”, “Marca”, “El Nacional”; de igual manera, el Perú entero ve el nacimiento de los denominados diarios “chicha”, diarios sensacionalistas que gozan de popularidad y viven un constante apogeo en la actualidad (Gargurevich, 2011).

A partir del nuevo milenio y con la expansión de internet, aparece el periodismo digital; la gran mayoría de diarios nacionales e internacionales tienen su versión digital y una plataforma interactiva en la web; así mismo, el público recurre a estos medios virtuales, desde sus hogares o prácticamente desde cualquier lugar gracias a los *Smartphones*.

2.7 Diarios: consumo y alcance

Los diarios, también conocidos periódicos, son medios visuales y flexibles, con una buena cobertura y con una buena recepción del público, debido a su credibilidad y su periodicidad que le permite a la población estar informado de los acontecimientos actuales y poseer toda la información necesaria (Kotler , Armstrong, & Pretince, 2003, pág. 489) . El objetivo principal de los diarios es de informar lo relevante y trascendente; se puede abarcar noticias de ámbito local, nacional, internacional; orientan y determinan conductas.

La función principal del diario es difundir noticias (Domínguez Goya, 2012, p. 24). La ventaja de los diarios: pueden ser utilizados como fuente de consulta y apoyo por su permanencia; así como fuente de registro, de apoyo, consulta y

almacenamiento histórico. La publicidad, por su parte, abarca el 80 % de los diarios y es habitual para sustentarla la creación a través de la creación de suplementos o extras (Dominguez , 2012).

“El diario (...) debe preocuparse no solo de contenido actualizado, sino también por conservar una imagen fresca y atractiva con el fin de atraer audiencia de todas las edades (...) el periódico en su mayoría es leído por adultos interesados en las noticias actuales” (Dominguez, Goya., 2012, p. 23)

En el Perú, a diferencia de otros países del mundo, el consumo de diarios tradicionales es predominante, según el informe de Kantar Ibope Media (2015); en el Perú, el 80% de consumidores peruanos prefiere los medios tradicionales; es decir, prefiere informarse a través diarios impresos en vez de recurrir a información a través de medios digitales, así como también se mencionó en el Seminario Internacional “La era Tradigital: La prensa tradicional en la era digital” organizado por SEPP (KantaMedia, 2012). “En Perú, el consumo de los medios tradicionales como los diarios impresos ha ido en aumento, a diferencia de otros países con economías emergentes como Brasil y China donde su consumo ha disminuido” (Sawaia, 2013).

La importancia de tener el diario en físico es una costumbre muy arraigada en el ciudadano peruano promedio; sin embargo, los medios digitales no son totalmente desapercibidos, puesto que informes de Kantar media revelan que en el Perú el 9% del 80% de los pobladores de diarios tradicionales, complementa su información con medios digitales, lo que lo ubica en segunda posición después de Colombia en consumo Tradigital de diarios. Al analizar, el 9% de estos lectores peruanos se observa lo hábil y exigente que es este sector en la búsqueda de información, porque

los diarios tradicionales ofrecen información más detalladas y extensa de las noticias, lo que da en la yema del gusto del lector peruano de diarios; por otro lado, los medios digitales ofrecen inmediatez; en este medio se actualizan las noticias del día y se publica la noticia del momento que después pueden ser ampliadas en la población física del día siguiente (KantaMedia, 2012).

“Para el peruano la cultura de consumir diarios impresos es todavía importante, es parte de la costumbre de su día a día... y éstos han sabido adaptarse y posicionarse para poder convivir con las plataformas digitales” (Sawaia, 2013).

La cultura del peruano, en torno del diario tradicional, no solo se mantiene por su preferencia de lector en que los medios y los empresarios también les beneficia, así como lo demuestra una investigación realizada por Adobe (Incorporated, 2013), que revelan que el 47 % de personas encuestadas a nivel mundial considera que la publicidad en medios tradicionales: la televisión y diarios, llaman más la atención que la publicidad en medios digitales, a la que le prestan poca atención. Por otro lado, cabe mencionar que el Perú prefiere la lectura del diario sobre los libros, así como lo evidencia un estudio (CERLALC & Unesco, 2014), que posiciona como el segundo país que menos lee en América Latina, con un 65% de población no lectora, siendo solo superado por México.

En contraste, el peruano le dedica de 30 a 45 minutos al diario y el 73% lo hace con el fin de informarse, seguido del 25% que lee para entretenerse (KantaMedia, 2012). Al peruano le gusta mantenerse informado de los últimos y más llamativos acontecimientos; un indicador de esto es que las personas se paran frente a los puestos de venta de diarios; otro indicador es que las personas que esperan su turno

en el hospital, banco u otro lugar, por lo general aprovechan ese tiempo para leer el diario.

Los diarios tradicionales son de importancia para el peruano; en caso particular de la presente investigación, se presentan los 4 diarios más leídos por la población de Marankiari Bajo; también se expondrá algunas breves características de cada uno, donde llama la atención el contenido del diario popular “Trome” que demuestran por qué es el preferido por el lector peruano y promete la vigencia del diario tradicional en el país.

2.7 Diarios de mayor circulación en la zona.

Los diarios impresos aún conservan presencia en zonas rurales y semiurbanas, a pesar del avance de los medios digitales. En la comunidad de Remanso, ubicada en Marankiari Bajo, el consumo de medios escritos se concentra en tres diarios principales: *Ojo*, *Correo Huancayo* y *La República*, según los datos obtenidos en el trabajo de campo realizado en 2015. Estos resultados coinciden con las tendencias regionales descritas por estudios como el de Kantar Media (2014), que ubican a *Ojo* entre los diarios de mayor tiraje nacional, y a *Correo* como un medio con fuerte presencia en el centro del país. Asimismo, *La República* mantiene un segmento de lectores en zonas rurales debido a su enfoque nacional y la variedad de temas abordados. A continuación, se detalla con mayor precisión estos diarios.

A) *Correo Huancayo*.

“Correo” es un diario descentralizado, tiene versiones en diferentes regiones del país; por ejemplo, Correo Huancayo. “Correo” fue el primero de Epensa (Empresa Periodística Nacional). Nace el 11 de junio de 1962 en la ciudad de Tacna, su fundador

fue el señor Luis Banchemo Rossi, sus inicios fueron bajo el nombre de “Sur” y fue muy conocido en Tacna, donde el primer número fue distribuido gratuitamente por los trabajadores y familiares de Banchemo.

B) Ojo.

“Ojo” es un diario, también es parte de Erensa; su formato es tabloide; es un diario popular, contiene un lenguaje coloquial y con notas de interés para su público: las notas policiales, las cuales conforman la mayoría de las notas del diario. “Ojo” es un diario con un enfoque familiar, tiene la sección Salud, en la cual brinda consejos a las familias sobre hábitos saludables, cuidados y prevención sobre el cambio climático; tiene también la receta del día para las amas de casa; entre otras, micro-notas de interés familiar.

“Ojo” inclusive cuenta con la sección “Casos del corazón”, una sección famosa y requerida, cuyos lectores envían sus historias llenas de preocupaciones, sus problemas e idilios en el amor. En esta sección, el diario contesta con unas escasas líneas el consejo para el caso del día

C) La República.

“La República” pertenece al grupo La República Publicaciones; el diario es asociado al sector político de izquierda moderada; fue fundado en 1981 por Gustavo Mohme Llona; en la actualidad, Gustavo Mohme hijo es el director del diario. “La República” tiene un formato berlinés y es reconocido por los destacados periodistas que han trabajado en él.

D) Trome.

El diario “Trome” es un tabloide, fundado el 2011; es el diario de habla hispana más vendido del mundo; se vende 706 mil ejemplares diarios. “Trome” pertenece al Grupo El Comercio y supera en ventas en el país a “El comercio” y “Perú21”; en el ámbito internacional supera las ventas de diarios destacados: “El Clarín” de Argentina, “La Prensa” de México y “El país” de España (Media research Perú).

“Trome” tiene un contenido variado y familiar; así como diario popular les da más relevancia a temas policiales y de espectáculos, en concordancia con los requerimientos del sector C que conforma el 45% de su público consumidor mayoritario y también del sector D-E que representan el 37% de sus consumidores.

Sectores que más leen el diario “Trome”

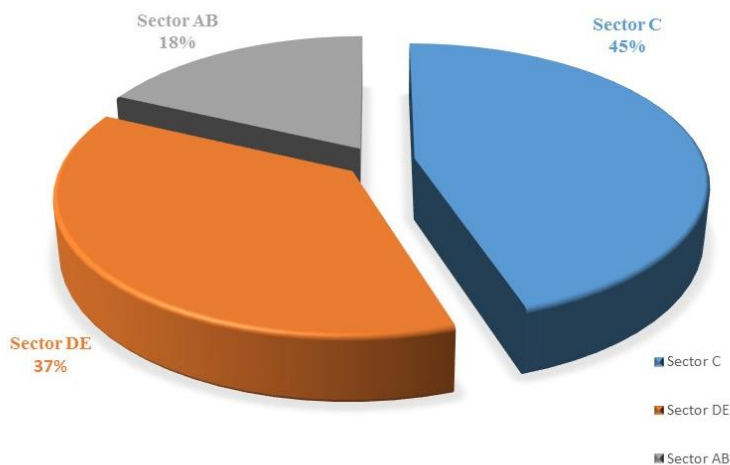


Figura 1. Fuente. Elaboración propia, con datos extraídos de Kantar Media. (2014)

“Trome” además ofrece secciones amenas e interactivas: la sección familia, contiene notas de interés, con consejos para parejas, padres de familia y la receta culinaria del día; otra sección de interés es la “Página Escolar”, sección dirigida a los

menores en edad escolar con contenido interactivo que consta de una nota y micro-notas de cultura general, con secciones: “El personaje”, “¿Cómo se escribe?” y “Mundo animal” respectivamente, en una delgada columna en la misma hoja se encuentra en promedio de 2 o 3 preguntas con sus respuestas alternativas.

Las preguntas son fáciles y acordes con la edad de menores que cursan la primaria; sin embargo, puede ser útiles para los lectores mayores del diario sobre todo la sección “¿Cómo se escribe?”, presenta el uso correcto y gramatical de las palabras.

El diario a su vez regala diversos premios; por ejemplo, los 3 premios de 500 soles que sortea a diario mediante la modalidad de llamada telefónica; también tienen un pozo semanal de 5 mil soles y uno mensual de 7 mil soles. “Trome” no solo regala dinero en efectivo, además sortea autos con la modalidad del cupón, y otros productos del hogar a través de los crucigramas. Para Víctor Patiño (2014), el editor del “Trome”, su éxito no solo se debe al bajo costo del diario y a los premios que sortea; para él, el éxito está en que el diario entrega lo que el público demanda. Lo que Patiño sostiene se entiende bajo el análisis del diario, el cual presenta contenidos diversos y familiares, referido a la cotidianidad del lector.

No obstante, es importante destacar que ninguno de estos diarios incluye contenido específico sobre la identidad cultural o lengua originaria de los pueblos indígenas amazónicos. Esta falta de representación contribuye a una percepción de invisibilización por parte de los lectores, quienes manifiestan interés en contar con medios que incluyan noticias sobre su cultura y su idioma.

2.9 Identidad cultural

La identidad cultural es un concepto amplio y complejo, estudiado desde diversas disciplinas: la antropología social, la filosofía y otras áreas de estudio. Desde la perspectiva antropológica social en la cual se sustenta este estudio por su naturaleza humana dado que el grupo investigado tiene una raíz autóctona y partiendo de la premisa que cada cultura tiene su propia identidad, se entiende entonces la identidad de una cultura: el conjunto de sus conocimientos, modo de vida, cosmovisión, creencias, valores y grado de desarrollo en las diferentes áreas de su vida diaria: artística o científica; aspectos que se desenvuelven dentro de su propio grupo social, donde sus miembros comparten el mismo sentimiento de integración y respeto.

Parte de la identidad cultural de un individuo es su lengua materna, así como la lengua originaria del lugar en el que habita. La identidad cultural es heterogénea y móvil, es un fenómeno social y cambiante y se da en grupos humanos dentro de su espacio, tiempo y trayectoria. La identidad cultural está fuertemente ligada a la lengua, en ella se define lo que el individuo es en el ámbito donde se desarrolla como persona y miembro de determinada comunidad, en ella se expresa las tradiciones, mitos y cultura misma (Phillip Kottak, 2011).

Kottak define la identidad cultural: rasgos culturales que hacen que las personas, pertenecientes a un grupo humano y a un mismo nivel cultural, se sientan iguales culturalmente y que eso contribuya a su sentido de identidad personal y grupal; en el contexto planteado por este autor, la identidad cultural también fomenta el sentimiento de adaptación de la persona con su grupo y con el resto de la sociedad

como parte de una entidad que busca aceptación ante sus costumbres, modo de vida y creencias.

El antropólogo Austin (2011) menciona que la identidad cultural bajo su propio contexto son actitudes observables; asimismo, menciona que la identidad de un grupo humano es única; es decir, no existen dos grupos humanos iguales respecto a su cultura; la cultura de cada grupo humano es como la huella dactilar, única e irrepetible, debido a factores; por ejemplo, los individuos comparten un territorio en particular, un clima, una historia, procesos productivos y una lengua en común.

Si la identidad cultural es observable, implica también que sea entendida como un fenómeno cultural que se traspasa de generación en generación a través del tiempo, desde esta perspectiva y tomando en cuenta la lengua originaria como parte inherente de la cultura y a su vez de la identidad del individuo, su conservación se vuelve prioridad para preservar la cultura e identidad del individuo y la de su comunidad.

2.9.1 Identidad cultural interna

Márquez (2004) explica que la identidad cultural tiene una dimensión interna. Clasifica y esquematiza la identidad interna en habilidades cognitivas, afectivas, de moral y de ética; entendiendo la identidad interna como el auto reconocimiento del individuo, como parte de un todo colectivo, el esquema está basado en diferentes modelos que plantean los componentes de la identidad cultural y se esquematiza de la siguiente forma:

A) Cognitivas. La autoimagen e imagen de su grupo étnico, así como el conocimiento de la herencia étnica

B) Afectivas. Sentimientos de pertenencia y asociación al grupo: simpatía y satisfacción con los patrones culturales de su grupo étnico.

C) Moral y ética. Sentimientos de obligación y solidaridad hacia las personas de su grupo

D) Lengua originaria, lengua materna y bilingüismo en el ámbito indígena

Otro aspecto de la identidad interna que se debe mencionar es el de lengua materna y el de la lengua originaria, entendiendo la lengua materna como la primera lengua, aprendida por la persona como parte de las habilidades cognitivas; es la lengua que se le es enseñada por sus parientes y la que habla su entorno comunitario o étnico. Por su parte, la lengua originaria es la lengua autóctona del lugar, donde habita el individuo del lugar o del extranjero (2004, p.84).

La RAE (2014) define la lengua materna de la siguiente manera: “Sistema de comunicación verbal y casi siempre escrito, propio de una comunidad humana”. La denominación de la RAE es muy limitada, cuando se tiene en cuenta que existen lenguas que carecen de sistema escrito, por ejemplo, las lenguas andinas y amazónicas en el Perú; por otro lado, la definición de Skutnabb: la lengua materna es la primera lengua, se habla y se aprende dentro de la comunidad y acompaña a la persona a lo largo de su desarrollo; por la tanto, es la lengua de identificación y un elemento importante en el reconocimiento cultural (1994, p. 101)

Es importante destacar que la lengua materna es propia de una comunidad humana, la utilizan en su diario vivir; esta utilidad hace que su identidad se mantenga viva. Por lo general, en varios países conviven diferentes comunidades lingüísticas; las lenguas maternas de sus miembros pueden ser diferentes.

Según lo expuesto, la lengua materna es un sistema de comunicación verbal que tiene características propias de un grupo social; por esta razón, la Unesco busca promover el uso de la lengua materna:

“Toda iniciativa para promover la difusión de las lenguas maternas servirá no solamente para incentivar la diversidad lingüística y la educación multilingüe, sino también para crear mayor conciencia sobre las tradiciones lingüísticas y culturales del mundo e inspirar la solidaridad basada en el entendimiento, tolerancia y diálogo”
(UNESCO, 2014)

La lengua materna para la sociología es la lengua que se aprende primero, para la lingüística es la lengua que más se sabe y para la psicología social es la lengua con la que el individuo se identifica; sin embargo, la lengua materna en las comunidades indígenas se ha visto afectada por los fenómenos de la culturización globalizada; en consecuencia, las lenguas originarias gradualmente han perdido predominio y valoración.

Dando lugar a una cultura hegemónica globalizada que permea la cultura de la comunidad, el caso más objetivo, ejemplo de este fenómeno, es la comunidad nativa estudiada en la presente investigación: “La cultura es nuestra lengua materna, también es la forma como nos relacionamos con la naturaleza, las normas que tenemos desde tiempos milenarios, las formas de gobierno y las formas de organización política propias” (Ponencia de la Mesa Indígena, 200)

A su vez en las comunidades donde existe la penetración de la cultura occidental, se impone el bilingüismo y se adquieren ambas lenguas como parte del desarrollo cognitivo, la lengua originaria es aprendida de modo natural, mientras que

el español es adquirido como segunda lengua; en estos casos, la identificación de la lengua materna puede ser complicada.

2.9.2 Identidad cultural externa

La identidad cultural externa se evidencia en expresiones visibles como el uso del idioma en espacios públicos, la indumentaria tradicional y la participación comunitaria (Marqués, 2004). Debido a que el hombre es un ser social, la identidad cultural también es compartida. Los otros miembros de la comunidad, y esta a su vez, van a influenciar en la conservación de esta; en consecuencia, las actividades grupales, las expresiones artísticas e intelectuales se vuelven un ejemplo de la expresividad, así como el uso de la lengua originaria dentro de la comunidad

En este punto de la perspectiva sociológica que define la cultura de un pueblo en base a cuan cultivado está su conocimiento; esta definición se puede aplicar a las comunidades en sus conocimientos ancestrales; por otro lado, los medios propios en la lengua originaria obtienen un rol importante en la conservación de la identidad cultural, no solo de la lengua indígena sino también de las costumbres y creencias de su cultura; en este contexto, los medios comunitarios son instrumentos de educación y revaloración de lo propio.

CAPÍTULO III

LOS ASHÁNINKAS

El presente capítulo estudia a los asháninkas, su historia, además de otros aspectos relevantes: su ubicación, población y modo de vida, también su cosmovisión

y la situación actual en la que se encuentran. Este capítulo asimismo presenta la lengua originaria de este pueblo: el asháninka.

3.1 Ubicación geográfica y censo

Según el INEI (2007), los asháninkas son el pueblo amazónico más numeroso del Perú; asimismo, son la población con la mayor información etnográfica; antiguamente fueron conocidos *campas*; sin embargo, este término es despectivo y su uso no es adecuado para referirse a los miembros de estas comunidades nativas. El último censo de Comunidades indígenas de la Amazonia (2008) estima que los asháninkas en el país son aproximadamente 90 mil habitantes; el censo también revela que tienen el mayor número de comunidades identificadas.

Sus pueblos están en el área que se extiende entre las laderas orientales de la cordillera de los Andes y el alto Yurúa; abarca la selva alta y baja de Junín, así como Ucayali, Pasco, Cusco, Huánuco y Ayacucho; debido a esta distribución, se entiende por qué son el pueblo con mayor distribución geográfica del país, debido a que están ubicados en las regiones de Ayacucho, Junín, Cusco, Pasco y Ucayali; en los ríos Bajo Apurímac, Ene, Tambo, Pichis, Bajo Urubamba, Alto Ucayali, Pachitea, Yurúa y en sus principales afluentes.

3.2 Breve historia

Se presume la presencia ssháninka desde épocas antes del imperio Inca, por los hallazgos: hachas en el territorio que ocupan; por consiguiente, no se puede negar la relación con dicha cultura, expresada en sus textiles y su música. Su organización era de pequeños grupos residenciales, conformados por 5 familias nucleares con la dirección de un jefe local. En el año 1635, comenzaron a ser colonizados por los

dominicos y franciscanos, quienes con su misión evangelizadora lograron construir la presencia del estado colonial en tierras *Asháninkas* y *Amueshas*. El convento de Ocopa en valle Mantaro fue el medio de conversión y cambio, se sabe que el fin de los franciscanos era el control del cerro de la sal y el dominio en el intercambio de bienes entre las etnias de la selva central; a pesar del control de los franciscanos, estos fueron destruidos por una rebelión, provocada por la llegada de mineros españoles. Posteriormente en 1671 restablecieron sus misiones cerca del “Cerro de la sal” y fundaron otras a lo largo del río Perené.

En el año 1724, el levantamiento de un jefe Asháninka llamado Fernando Torote, aliado de los *piros* y por el temor de que los franciscanos interfirieran en su relación de intercambio de sal, dio muerte a los religiosos de San Francisco; Ignacio, el hijo de Torote, seguiría años más tarde las acciones sanguinarias de su padre; en efecto en 1737 destruyó dos misiones franciscanas, así estos levantamientos de los Torote marcarían un precedente de la revolución de Juan Santos Atahualpa (Ministerio de Cultura, s.f)

En 1889, se establece la *Peruvian Corporation*, empresa con capitales ingleses, a la que le concedieron 500.000 hectáreas en los márgenes de los ríos Perené y Ene de la tierra donde habitaban los asháninkas; en efecto, dicha penetración continua en la actualidad.

El “boom” del caucho trajo consigo el deplorable negocio de esclavos *campas*, las victimas por lo general mujeres y niños eran obligados a trabajar largas jornadas; esta actividad continúa hasta el año 1950, cuando las extracciones de recursos de sus

tierras los obligaron a desplazarse a zonas adyacentes y hacia a los márgenes de los ríos (Aparicio, Mayor Aparicio, & Bodmer , 2009).

Otro sector que influyó en el proceso de colonización el año 1920, fue el adventismo del 7to día, con el misionero estadounidense Fernando Stahl, quien trabajó en la selva central, principalmente en la zona que actualmente se conoce: Marankiari Bajo; posteriormente el año 1974, el Estado Peruano crea la ley de Comunidades nativas, otorga a las comunidades indígenas garantías sobre sus territorios, así las nuevas comunidades se acogieron a la legislación (Bullón Paucar, 2009).

El terrorismo que se vivió en el Perú, durante los años de 1980 al 2000, impactó profundamente en las tribus indígenas, causando un genocidio para la etnia asháninka; por esa época, los especialistas estiman que de 55 mil asháninkas, aproximadamente 10 mil tuvieron que desplazarse forzosamente, mientras 6 mil perdieron la vida y 5 mil estuvieron cautivos por PCP-SL Luminoso; aquella masacre y abuso trajeron, en consecuencia, la desaparición de entre 30 y 40 comunidades Asháninkas. El año 1990, los grupos revolucionarios terroristas ampliaron su campo de acción adentrándose en la profunda selva donde los valientes Asháninkas de la región Junín lograron resistencia; sin embargo, no tuvieron el apoyo de las autoridades, un hecho predecible debido a la inexistencia del Estado en esa parte del país. (Comisión de la Verdad y Reconciliación, 2000).

3.2 Cosmovisión

La visión asháninka, parte del multi-naturalismo que, adoptando una diversidad de cuerpos o naturalezas, es una cosmovisión llena de mitos y tradición oral de contenido naturalista. Desde la cosmovisión asháninka, su procedencia es la

naturaleza; su dios se unió a la naturaleza y creó al hombre; por consiguiente, adoraban a los árboles y tenían una especial conexión con la naturaleza que sigue hasta nuestros días (Santos, 2007; Aparicio, Mayor Aparicio, & Bodmer, 2009)

Esta conexión se comprende en base a que el territorio asháninka ha sido siempre la selva peruana, donde la vegetación siempre ha estado presente; igualmente, tienen un gran conocimiento de plantas medicinales, de la flora y fauna que habita en el lugar.

(...) Cantó un día y otro día, dando vueltas a su alrededor. Obentane
oooo...

Ya me cansé. En ese momento el árbol crujió y del viejo tronco nació un
bebé. Una

bebé, porque era niña. ¡Niña! la primera mujercita del mundo. ¿Qué linda
es?

Por lo que veo la naturaleza guarda lo mejor para el final. La niña creció,
se hizo

fuerte. Se vistió una túnica roja y se casó con el hombre. Tuvieron
muchos hijos

y muchas hijas que también se casaron. ¡Sí! Así vinimos al mundo los
asháninkas. Abuela, abuelita y ¿Dónde está el árbol que parió a la
primera

niña? Esa es otra historia hijita, una historia triste. Porque aquél árbol y
aquellos bosques, ahora tienen otros dueños...No, no lo corten estos
árboles son

sagrados para nuestro pueblo...Los asháninkas hoy son 50,000 ni la mitad de

los que eran. Sin selva, sin ríos, sin tierras para sembrar, sin árboles para cantar...La nación asháninka es el pueblo indígena del Perú que ha enfrentado

la peor violencia y el mayor despojo de sus tierras. Las llamamos "kitsarentsi.

¡No son bonitas! Si abuelita. Toda mujer asháninka lleva puesta estas túnicas

rojas. ¡El color de la tierra! Nacimos de la tierra hijita, de los árboles y aquí estamos de pie como ellos "firmes sobre nuestras raíces. (Santos, 2007, pp. 6-7).



Ilustración 1. *Árbol dónde nació la primera mujer.* Fuente. CIAM, cartilla de identidad y etnohistoria. (2017).

La mujer tiene una gran representación en la cosmovisión asháninka en relación con la tierra, la madre tierra que es representada como la primera niña en venir al mundo, el primer humano que nació de un árbol

3.3 Lengua asháninka

La lengua asháninka pertenece a la familia lingüística Arawak y es la lengua amazónica más hablada en el Perú; también es hablada por los asháninkas de Brasil, una población de menos de 1.000 habitantes. Como la mayoría de lenguas originarias carece de grafía y es una lengua aglutinante, de muchos prefijos y sufijos, por esta característica lingüística posee variantes según su lugar de ubicación (Fernandez, 2011).

Pueblos que utilizan esta lengua:

Tabla1

Pueblos que usan la lengua

Pueblo	Región
Asháninka	Ayacucho, Cusco, Huánuco, Junín,
Ashéninka	Pasco, Ucayali
	Ucayali, Pasco

Fuente: Elaboración propia obtenidos de la base de datos de pueblos indígenas originarios (2014).

El idioma posee, en la actualidad, un sistema de escritura oficial para la lengua, con Resolución Directoral 0606-2008, por otro lado, para lograr el alfabeto de la lengua asháninka se crearon 19 grafías, las cuales se utilizan para la realización de materiales didácticos de Educación Intercultural Bilingüe. A continuación, una tabla resumen en relación con la lengua

Situación de la lengua

Pueblos indígenas que la hablan	Ashaninka y asheninka
Variedades geográficas	Ashaninka del alto Perené; ashaninka del Ene, Tambo y Satipo (bajo Perené); asheninka del Apurucayali; asheninka del Pajonal; asheninka del Pichis; asheninka del sur de Ucayali; y asheninka del Ucayali-Yurúa.
Grado de vitalidad	Todas las variedades son vitales a excepción del ashaninka del alto Perené que se encuentra seriamente en peligro.
Situación de su escritura	Alfabeto oficial normalizado (RD 0606-2008-ED)
Familia lingüística	Arawak

Figura 2. *Fuente. Base de datos de pueblos indígenas. (2014).*

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Lugar de ejecución

La investigación y recolección de datos se realizó en la comunidad turística de Remanso, en el centro poblado de Marankiari Bajo, perteneciente a la provincia de Chanchamayo en el departamento de Junín. Para los efectos del estudio se viajó dos veces.

2.2 Población y Muestra

La población estuvo conformada por 100 pobladores de la comunidad turística de Remanso. La muestra estuvo conformada por 50 pobladores de ambos sexos, con edades entre los 14 y los 70 años. Estas personas se desempeñan principalmente en actividades como el comercio de artesanías, la agricultura y la pesca. Se consideró la participación de los pobladores de raíces asháninkas directas que conocían la lengua total o parcialmente.

4.3 Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica, de enfoque cuantitativo y de nivel exploratorio, ya que aborda una temática poco estudiada, como es la relación entre los medios escritos, las comunidades nativas y la conservación de las lenguas originarias. Se midieron las variables a través de instrumentos de recolección de datos, y se analizaron los resultados mediante estadística correlacional

.4.4 Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, no se manipuló la muestra ni las variables, ambas se midieron en su condición natural y sin ningún tipo de presión; por otro lado, el diseño tiene asociación transversal, porque se recolectaron los datos en un solo momento y en tiempo único, de tipo correlacional causal.

4.4.1 Hipótesis de la investigación

Las hipótesis que se plantean en la presente investigación son las siguientes:

A) Hipótesis principal

Ho: Los diarios de mayor circulación no tienen influencia en la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

Ha: Los diarios de mayor circulación tienen influencia en la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

B) Hipótesis específicas

Ho1: Los diarios de mayor circulación no tienen influencia en la conservación de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

Ha1: Los diarios de mayor circulación tienen influencia en la conservación identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

Ho2: Los diarios de mayor circulación no tienen influencia en la conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

Ha2: Los diarios de mayor circulación tienen influencia en la conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú

4.4.2 Variables de estudio

Las variables de la presente investigación fueron:

Variable 1: El diario como medio de comunicación escrito con sus dimensiones consumo del diario y alcance de la noticia

Variable 2: La conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural con sus dimensiones interna y externa

Tabla2*Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Definición instrumental	Definición operacional	Instrumento
1. Diarios	<p>1.Consumo</p> <p>2.Alcance de las notas</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Compradores • Diarios más vendidos •Interés <hr/> <ul style="list-style-type: none"> •Identificación •Notas locales •Notas regionales 	<p>Para medir el nivel de consumo y alcance de los diarios se aplicará un cuestionario de 10 ítems</p> <p>*De 1-4 pertenecen a la dimensión consumo</p> <p>*De 5-10 pertenecen a la dimensión alcance</p> <p>Asimismo, estas serán evaluadas en la escala de Baremo. Valoración:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Muy bajo -Bajo -Medio 	<p>Para determinar el consumo y alcance de los diarios será necesario realizar la sumatoria de los ítems</p> <p>*Puntaje: Max:50 Min:10 Rango:50-10=40 Amplitud:10/13=13.3</p> <p>Los resultados de cada una de las dimensiones se obtendrán sumando los ítems de cada dimensión alcanzando un puntaje determinado.</p> <p>Consumo Max:20 Min:4 Rango:20-4=16 Amplitud:16/33=5.3 4-9: Bajo 10-15: Medio 16-20: Alto</p> <p>Alcance</p>	<p>Cuestionari</p>

				<p>Max: 30 Min: 6 Rango: $30-6 \div 3 = 24$ Amplitud: $24/3 \div 3 = 8$ 6-14: Bajo 15-22: Medio 23-30: Alto</p>
	1. Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Lengua originaria • Identidad • Costumbres • Bilingüismo • Discriminación lingüística 	<p>Para medir el nivel de identidad cultural se aplicará un cuestionario de 12 ítems</p> <p>*De 1-8 pertenecen a la dimensión interna</p> <p>*De 8-13 pertenecen a la dimensión externa</p> <p>Asimismo, estas serán evaluadas en la escala de baremo.</p> <p>Valoración:</p> <p>-Bajo -Medio -Alto</p>	<p>Para determinar el nivel de identidad cultural será necesario realizar la suma de los ítems.</p> <p>*Puntaje: Max:65 Min:13 Rango: $65-13 = 52$ Amplitud: $10/13 \div 3 = 13.3$</p> <p>Los resultados de cada una de las dimensiones se obtendrán sumando los ítems de cada dimensión alcanzando un puntaje determinado.</p> <p>Interna Max:40 Min:8 Rango: $40-8 = 32$ Amplitud: $32/3 = 1.6$ 8-19=Bajo 20-31=Medio 32-45 =Alto</p>
2. Identidad cultural	2. Externa	<ul style="list-style-type: none"> • Tradiciones • Uso de la lengua • Actividades culturales 		

Externa

Max:25

Min:5

Rango: $25-5 = 15$

Ampitud: $15/3 = 5$

5-10: Bajo

11-16: Medio

17-25: Alto

4.5 Instrumento de recolección de datos

Para la presente investigación se utilizaron dos instrumentos de evaluación. El primero mide el nivel de consumo y alcance de los diarios; el segundo para medir el nivel de identidad cultural. Del primer instrumento se consideraron 10 preguntas, las primeras 4 preguntas corresponden a la primera dimensión: el consumo del diario y la segunda parte considera 6 preguntas sobre alcance.

Respecto del segundo cuestionario para medir el nivel de identidad cultural, con 13 preguntas; se consideró dos dimensiones de la variable: Identidad cultural interna, con ocho preguntas e identidad cultural externa, con 5 preguntas.

Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad determina el grado en que los ítems de una prueba están correlacionados entre sí.

4.5.1 Cuestionario sobre consumo, alcance y tratamiento de los diarios

Para medir el nivel de confiabilidad del instrumento, se recurrió a la medida de consistencia interna de Alfa de Cronbach, mide los constructos a través de escalas, no existen respuestas correctas ni incorrectas, cada sujeto marca el valor de la escala que mejor representa su respuesta, (Cronbach, 1951, pág. 304)

La fórmula es la siguiente: $\alpha = \frac{n}{n-1} * \frac{V_t - \sum V_i}{V_t}$

En donde:

α = coeficiente de confiabilidad;

n = número de ítems;

V_t = varianza total de la prueba; y

$\sum V_i$ = es la suma de las varianzas individuales de los ítems.

En la tabla 3 se presenta los valores que se tomaron de referencia para interpretar el coeficiente de confiabilidad

Tabla3

Valores para la interpretación del coeficiente de confiabilidad

Muy baja	Baja	Regular	Aceptable	Elevada
0	0,01 a 0,49	0,5 a 0,59	0,6 a 0,89	0,9 a 1
0% de confiabilidad en la medición (la medición está contaminada de error)			100% de confiabilidad en la medición (no hay error)	

Fuente: Estadística e investigación (Gamarra y col., 2008, p. 176).

En la tabla 4 se observan los resultados obtenidos, a través del programa SPSS 20, del estadístico de fiabilidad: Alfa de Cronbach.

Tabla4

Fiabilidad del instrumento para medir la circulación de los diarios

Alfa de Cronbach	N de elementos
,751	10

De acuerdo con el análisis de fiabilidad que dio como resultado 0,751 puntos y según la escala de valoración del coeficiente de confiabilidad, se determina que el instrumento de medición se aproxima a ser consistencia interna “aceptable”

4.5.2 Cuestionario del segundo instrumento: Identidad Cultural

En la tabla 5 se observan los resultados obtenidos, a través del programa SPSS 20, del estadístico de fiabilidad: Alfa de Cronbach.

Tabla5*Estadísticas de fiabilidad del instrumento que mide Identidad cultural*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,762	13

De acuerdo con el análisis de fiabilidad que dio como resultado 0,762 puntos y según la escala de valoración del coeficiente de confiabilidad, se determina que el instrumento de medición se aproxima a ser consistencia interna “aceptable”.

4.5.3 Técnica de recolección de datos

En la investigación se utilizaron dos cuestionarios, para la elaboración de estos se tomaron en cuenta las observaciones de los profesionales, quienes validaron los instrumentos; posteriormente se aplicaron los cuestionarios en la población estudiada. Para medir los niveles de las dos variables en estudio, se elaboraron los siguientes cuestionarios: el primero se denominó; Diarios: Consumo y alcance y el segundo; Identidad cultural: Externa e interna. Ambos cuestionarios fueron elaborados por la propia investigadora.

4.5.4. Evaluación de datos

Para la evaluación de datos a través de los dos cuestionarios correspondientes, se consideró la primera variable en dos dimensiones; el primer cuestionario que corresponde a Diarios: Consumo y alcance fue medido con la nomenclatura: Siempre, casi siempre, a veces, raras veces y nunca; asimismo, para el cuestionario de Identidad Cultural enfocada en la lengua originaria se utilizó también las medidas: Siempre, casi siempre, a veces, raras veces y nunca o alternativas: Bastante, un poco,

muy poco, casi nada y nada; asimismo, en las preguntas sobre identidad y cultura se usaron preguntas de conocimiento de costumbres y de la lengua asháninka.

4.5.5 Validación de instrumentos

Para validación de los dos instrumentos se solicitó el juicio de profesionales en las áreas investigadas, los profesionales evaluaron la claridad, concisión y relevancia de las preguntas de los cuestionarios.

A) Primer instrumento

Validación por juicio de expertos

El contenido del instrumento: **“Cuestionario para medir el consumo y alcance del diario”**, fue validado por el juicio de cuatro expertos en el tema, cuyos son presentados a continuación:

Tabla6
Relación de textos

N °	Experto	Grado	Años de experiencia	Rol
1.	Karla Velezmoro	Lic. Ciencias de la comunicación	15	Periodista
2.	José Cabrera Aquino	Lic. Ciencias de la comunicación	8	Comunicador
3.	Alejandro Capcha Hidalgo	Mg. Ciencias políticas y sociología	10	Sociólogo
4	Rene Wilberth Gonzales Taco	Lic. Ciencias políticas y sociología	25	Docente

Tabla7
Criterios de expertos para el cuestionario

Expertos	Opiniones
Carlos Capcha	Especificar el constructo

Validación con el coeficiente V de Aiken

Los criterios que consideraron los expertos en la validación del instrumento fueron: claridad, congruencia, contenido y dominio; estos fueron considerados por los validadores, para emitir un juicio sobre el instrumento del investigador. Los resultados emitidos por los jueces se cuantificaron en 0 = No y 1=Sí, para luego aplicar la fórmula de V de Aiken y demostrar que el contenido del instrumento es confiable.

Figura 3 Ecuación de la fórmula V de Aiken

$$V = \frac{S}{(N(C - 1))}$$

Siendo S = La sumatoria de sí

Sí = Valor asignado por el juez

n = Número de jueces

Los resultados que se presentan en la tabla 5 demostraron que existe un grado alto de confiabilidad de cada uno de los ítems del instrumento, ya que los valores superaron al 0.75, siendo las dimensiones más representativas: tratamiento de la noticia (V =1.00) y consumo e impacto de los diarios (V = 0.94) en el primer instrumento, mientras que en el segundo instrumento las dimensiones más representativas fueron: identidad cultural interna (V = 1.00) e identidad externa (V = 1.00) .El contenido de los ítems fue evaluado en base a cuatro características:

Claridad. ¹Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

Congruencia. ²El ítem tiene relación con el constructo (compresión oral de estructuras gramaticales)

Contexto. ³En el ítem, todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

Dominio del constructo. ⁴El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

Se utilizó la técnica de V – Aiken para hacer el proceso matemático a través de la fórmula: (*ver anexos*).

Tabla8
Fórmula

$V = \frac{S}{(n(c-1))}$
siendo:
S = la sumatoria de si
si = valor asignado por el juez
n = número de jueces
c = número de valores de la escala de valoración

Los resultados obtenidos fueron:

Tabla9
Relación V-Aiken

No.	DIMENSIONES	V - AIKEN
1.	1. Consumo del diario	0.94
2.	2. Alcance del diario	1.00
TOTAL		0.97

A) Evaluación del primer instrumento

“Cuestionario para medir el consumo, impacto y alcance de la noticia”

Consideramos la escala del instrumento y le damos un valor numérico.

Tabla10*Escala de valoración*

Siempre (5)	Casi siempre (4)	Algunas veces (3)	Raras veces (2)	Nada (1)
Correo Huancayo	Ojo	República	Otro	Trome

El total de ítems por dimensión:**Tabla11***Total de ítems de las dimensiones*

Dimensiones	Total, de ítems
Consumo del diario	4
Alcance del diario	6
Total	10

Tabla12*Máximo y mínimo en valoración de ítems*

Dimensiones	Total, de ítems	MAXIMO (x5)	MINIMO (x1)
Consumo del diario	4	20	4
Alcance del diario	6	30	6
Total	10	50	10

El Rango de cada dimensión:**Tabla13***Rango de las dimensiones*

Dimensión 1:	Dimensión 2	Rango Total
R = Max – Min	R=Max – Min	R= Max – Min
R = 20-4	R = 30-6	R = 50-10
R = 16	R = 24	R = 40

La **Amplitud** de cada dimensión:

Tabla14

Amplitud de la dimensión

Dimensión 1	Dimensión 2	Amplitud Total
$A = R / 3$	$A = R / 3$	$A = R / 3$
$A = 16/ 3$	$A = 24 / 3$	$A = 40/ 3$
$A = 5.3$	$A = 8$	$A = 13.3$

Los **Baremos** de cada dimensión:

Tabla15

Baremos

Dimensión 1	Dimensión 2	Baremos del Total
[4, 9]	[6 ,14]	[10, 23]
[10, 15]	[15 ,22]	[23, 36]
[16 ,20]	[23, 30]	[37, 50]

Los **Niveles** para cada dimensión:

Tabla16

Niveles de dimensión

Dimensión	Nivel	Dimensión	Nivel	Evaluación. Global	Nivel
[4, 9]	Bajo	[6 ,14]	Bajo	[10, 23]	Muy bajo
[10, 15]	Medio	[15, 22]	Medio	[23, 36]	Bajo
[16 ,20]	Alto	[23, 30]	Alto	[37 50]	Medio

B) Segundo instrumento

El contenido del instrumento: **“Cuestionario para medir el nivel de identidad cultural enfocada en la lengua originaria de los pobladores de Marankiari Bajo”** fue validado por el juicio de cuatro expertos en el tema, cuyos detalles son referidos a continuación:

Tabla17

Relación de expertos en la validación

N °	Experto	Grado	Años de experiencia	Rol
1.	Karla Velezmoro	Lic. Ciencias de la comunicación	15	Periodista
2.	José Cabrera Aquino	Lic. Ciencias de la comunicación	8	Comunicador
3.	Alejandro Capcha Hidalgo	Mg. Ciencias políticas y sociología	10	Sociólogo
4	Rene Wilberth Gonzales Taco	Lic. Ciencias políticas y sociología	25	Docente

El contenido de los ítems fue evaluado en base a cuatro características:

Claridad. ¹Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

Congruencia. ²El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales).

Contexto: ³En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

Dominio del constructo. ⁴El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques).

Se utilizó la técnica de V – Aiken para hacer el proceso matemático a través de la fórmula: (ver anexos)

Tabla18
Fórmula

$$V = \frac{S}{(n(c-1))}$$

siendo:

S = la sumatoria de si

si = valor asignado por el juez

n = número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración

Los resultados obtenidos fueron:

Tabla19
Dimensiones V-Aiken

N °	DIMENSIONES	V - AIKEN	
1.	1. Identidad cultural interna	1.00	+
2.	2. Identidad cultural externa	1.00	
TOTAL		1.00	

C) Evaluación del segundo instrumento

Consideramos la escala del instrumento y le damos un valor numérico de:

Tabla20
Escala

Siempre (5)	Casi siempre (4)	Algunas veces (3)	Raras veces (2)	Nada (1)
----------------	------------------------	----------------------	--------------------	----------

El total de ítems por dimensión:

Tabla21

Total de ítems

Dimensiones	Total, de ítems
Identidad cultural Interna	8
Identidad cultura externa	5
Total	13

El **Máximo** y el **Mínimo** de la valoración de los ítems:

Tabla22

Valoración de los ítems

Dimensiones	Total de ítems	MAXIMO (x5)	MINIMO (x1)
Identidad cultural Interna	8	40	8
Identidad cultural externa	5	25	5
Total	13	65	13

El **Rango** de cada dimensión:

Tabla23

Rango de la dimensión

Dimensión 1	Dimensión 2	Rango Total
R = Max – Min R = 40-8 R = 32	R = Max – Min R = 25-5 R = 15	R = Max – Min R = 65-13 R =52

La **Amplitud** de cada dimensión:

Tabla24
Amplitud de la dimensión

Dimensión 1	Dimensión 2	Amplitud Total
A = R / 3 A = 32/ 3 A = 10.6	A = R / 3 A = 15/ 3 A = 5	A = R / 3 A = 52 / 3 A = 17.3

Los **Baremos** de cada dimensión

Tabla25
Baremos de la dimensión

Dimensión 1	Dimensión 2	Baremos del Total
[8 ,19]	[5 ,10]	[13 ,30]
[20, 31]	[11, 16]	[31 ,48]
[32 ,45]	[17 25]	[49 ,65]

Los **Niveles** para cada dimensión:

Tabla26

Nivel de las dimensiones

Dimensión	Nivel	Dimensión	Nivel	Evaluación Global	Nivel
[8, 19]	Bajo	[5, 10]	Bajo	[13, 30]	Bajo
[20, 31]	Medio	[11, 16]	Medio	[31, 48]	Medio
[32, 45]	Alto	[17 ,25]	Alto	[49, 65]	Alto

CAPÍTULO V

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo expone los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados. La información se organiza en función de las dimensiones de las variables investigadas: consumo y alcance de diarios; e identidad cultural interna y externa, en relación con la conservación de la lengua originaria.

5.1 Análisis estadísticos de datos

La investigación utilizó el análisis estadístico de Chi- cuadrado χ^2 para determinar la existencia de relación entre las variables: Diario e Identidad Cultural. Las dimensiones de la variable: Diario fueron: consumo y alcance; las dimensiones de la variable de Identidad Cultural fueron: identidad cultural externa e identidad cultural interna.

5.1.2 Análisis descriptivo de la investigación

Análisis descriptivos generales

En la tabla 27 se muestra que el género de la muestra predominante es masculino con un 66% de representación, mientras que un 34% de la muestra está conformada por el género femenino.

Tabla27

Género de los pobladores

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	17	34%
Masculino	33	66%
Total	50	100%

En la tabla 28 se observa que el 64% de población tiene estudios secundarios, el 22% tiene una educación superior; por último, el 14% manifestó haber estudiado sólo hasta primaria.

Tabla28
Nivel educativo

Nivel educativo	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	7	14%
Secundaria	32	64%
Superior	11	22%
Total	50	100%

En la tabla 29 se observan con detalle los porcentajes de ocupación laboral de la población; la agricultura ocupa el 42% del trabajo más frecuente, seguido por el sector agropecuario en sus diferentes áreas

Tabla29
Ocupación de los pobladores

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Ama de casa	7	14%
Agricultor	21	42%
Estudiante	6	12%
Sector agropecuario	9	18%
Independiente	7	14%
Total	50	100%

5.2 Análisis descriptivos relevantes

A continuación, se presentan los niveles en los que se encuentran los pobladores de la comunidad de Remanso, según los dos instrumentos utilizados en la presente investigación.

Identificación del nivel de consumo y alcance de diarios utilizados por pobladores de la comunidad asháninka de Remanso en Maranquiari Bajo

En la tabla 30 se observa que el 46 % de la muestra presenta un nivel medio de consumo de diarios tradicionales, seguido por un 38 % con nivel alto. Solo el 16 % muestra un bajo interés en el uso del diario como medio de información o entretenimiento.

Tabla30

Grado de consumo de diarios de los pobladores

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	16%
Medio	23	46%
Alto	19	38%
Total	50	100%

En la tabla 31 se muestra que el 40 % de los pobladores lee el diario a veces, el 28 % casi siempre, el 20 % raras veces, el 10 % siempre y solo el 2 % nunca.

Tabla31

Frecuencia de lectura de los pobladores

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	2%
Raras veces	10	20%
A veces	20	40%
Casi siempre	14	28%
Siempre	5	10%
Total	50	100%

Según la tabla 32, el 76 % de la población considera que las noticias tienen un **alcance medio**, ya que no suelen referirse a temas de su comunidad. Un 14 % percibe un alto alcance, mientras que el 10 % percibe un alcance bajo.

Tabla32*Alcance de la noticia*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Baja	5	10%
Medio	38	76%
Alta	7	14%
Total	50	100%

Identificación de los diarios que utilizan los pobladores de “Remanso”

La tabla 33 muestra que el diario más leído por la comunidad es *Ojo* (32 %), seguido por *Correo Huancayo* (30 %) y *Trome* (22 %). *La República* y otros diarios tienen menor presencia, con 4 % y 12 % respectivamente.

Tabla33*Diarios más leídos por los pobladores*

Diario	Frecuencia	Porcentaje
Trome	11	22%
Otro	6	12%
República	2	4%
Ojo	16	32%
Correo Huancayo	15	30%
Total	50	100%

Grado de interés en ser representados como comunidad antes medios escritos

En la tabla 34 se aprecia que el 76 % de la población muestra un interés medio en que su cultura sea representada en medios escritos. El 14 % manifiesta alto interés, mientras que el 10 % presenta bajo interés.

Tabla34*Grado de interés en la representación de la cultura en medio escrito*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Baja	5	10%

Medio	38	76%
Alta	7	14%
Total	50	100%

Grado de interés de la población por un medio escrito propio de acuerdo a sus necesidades

Según la tabla 35, el **72 %** de la población tiene interés en contar con un medio escrito propio y bilingüe, que les permita divulgar su lengua originaria y fortalecer su identidad cultural.

Tabla35

Grado de interés en un medio de información escrito bilingüe

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	4%
Medio	36	72%
Alto	12	24%
Total	50	100%

Como se ha observado anteriormente, los pobladores de Remanso leen diarios; los leen y estos tienen un alcance significativo; se refleja su interés en ser representados como comunidad. En la medida global del primer instrumento, tienen un **nivel medio** con un **72%**, solo el 24% de pobladores tiene un nivel bajo en el consumo e interés de representación en los diarios locales o nacionales.

Nivel de identidad cultural de los pobladores de “Remanso” en la comunidad Nativa de Marankiari Bajo, Perené

En la tabla 36 se observa que el **68 %** de la población tiene un nivel medio de identidad cultural interna. Un 30 % muestra un nivel alto, lo cual implica un fuerte

reconocimiento y uso del idioma asháninka. Solo el 2 % presenta un nivel bajo de identidad interna.

Tabla36
Nivel de identidad cultural interna

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	2%
Medio	34	68%
Alto	15	30%
Total	50	100%

En la tabla 37 se profundiza sobre el grado de conservación de la identidad cultural de la muestra, se observa que el **72%** que la población mencionó sentirse **siempre** identificado como asháninka, mientras que el **14%** se identifica como asháninka **a veces** y el **10%** mencionó **nunca** sentirse identificado como tales.

Tabla37
Identidad como asháninka

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	10%
Raras veces	1	2%
A veces	7	14%
Casi siempre	1	2%
Siempre	36	72%
Total	50	100%

En la tabla 38 se observa que el **58%** de la población tiene una **identidad cultural externa baja**, lo que contrasta con la tabla 33 sobre identidad cultural interna; este resultado indica poca conservación de las costumbres, a pesar de tener conocimiento sobre cuáles son, además de sentirse discriminado al hablar la lengua asháninka en público y, por ende, el poco uso de la misma; por último, la poca participación en las actividades culturales de la comunidad.

La tabla 38 muestra a su vez que el **42%** de la población tiene un **nivel medio** de identidad cultural externa, lo que implica actitudes contrarias de este segmento de la población, que representan un nivel bajo de identidad cultural interna.

Tabla38
Nivel de identidad externa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	29.00	58%
Medio	21.00	42%
Alto	0.00	0%
Total	50.00	100%

En la tabla 39, el **92 %** de la población presenta un nivel medio de identidad cultural global, lo que refleja un reconocimiento general de su cultura, aunque con prácticas externas limitadas. Los niveles bajo y alto representan solo el **4 %** respectivamente.

Tabla39
Nivel global de identidad cultural

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	2	4%
Medio	46	92%
Alto	2	4%
Total	50	100%

5.3 Prueba de hipótesis

Hipótesis principal

Ho: Los diarios no tienen relación con la **Identidad cultural** de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

H1: Los diarios tienen relación en la **Identidad cultural** de los pobladores de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

En la tabla 40 se obtuvo un valor de Chi-cuadrado (χ^2) de 50.232 con un p-valor de 0.620. Como este resultado es mayor al nivel de significancia teórica ($\alpha = 0.05$), se acepta la hipótesis nula, concluyéndose que **no existe una relación estadísticamente significativa entre los diarios y la identidad cultural** de los pobladores de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo, Chanchamayo.

Tabla40

Prueba de Chi-Cuadrado de la relación entre los diarios e Identidad cultural de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

Prueba Chi-cuadrado	Valor	gl	p valor
Chi-cuadrado de Pearson	50, 232	54	,620

5.4 Hipótesis específicas

H1o: Los diarios no tienen relación en la **conservación** de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

H1a: Los diarios tienen relación en la conservación de la identidad cultural de la comunidad asháninka del Perené en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

En la tabla 41 se obtuvo un valor de Chi-cuadrado (χ^2) de 42.678 con un p-valor de 0.442. Al superar el umbral de significancia ($p > 0.05$), se acepta la hipótesis nula, lo que indica que **no se encontró evidencia de una relación significativa entre el consumo de diarios y la conservación de la identidad cultural** en la comunidad asháninka evaluada.

Tabla41

Prueba de Chi-Cuadrado de la relación entre los diarios y la Conservación de la identidad cultural de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

Prueba Chi cuadrado	Valor	gl	p valor
Chi-cuadrado de Pearson	42, 678	42	,442

H20: Los diarios no tienen relación en la conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perene en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

H2a: Los diarios tienen relación en la conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka del Perene en Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

En la tabla 42 se presenta un valor de Chi-cuadrado (χ^2) de 24.314 y un *p*-valor de 0.444. Este valor, al ser mayor que 0.05, no permite rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se concluye que **no existe una relación significativa entre el uso de diarios y la conservación de la lengua originaria** entre los pobladores asháninkas de Marankiari Bajo.

Tabla42

Prueba de Chi-Cuadrado de la relación entre los diarios y la Conservación de la lengua originaria como parte de la Identidad cultura de la comunidad asháninka de Marankiari Bajo, Chanchamayo, Perú.

Prueba Chi cuadrado	Valor	gl	p valor
Chi-cuadrado de Pearson	24, 314	1	,444

En síntesis, los resultados del análisis estadístico de Chi-cuadrado aplicados a las tres hipótesis muestran que **no hay relación significativa entre el uso de diarios y las dimensiones de la identidad cultural ni con la lengua originaria** en la

comunidad estudiada. Esto sugiere que, aunque existe interés en los medios escritos, su impacto cultural directo es limitado en este contexto.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos y el análisis estadístico aplicado, se establecen las siguientes conclusiones:

Conclusiones

1. No se encontró una relación significativa entre el consumo de diarios de mayor circulación y la identidad cultural de los pobladores de Remanso, en la comunidad nativa de Marankiari Bajo. Sin embargo, se identificó una tendencia de interés hacia la conservación de la lengua originaria, la cual guarda una relación más cercana con los medios escritos.
2. Aunque los diarios no influyen directamente en la conservación global de la identidad cultural, sí muestran un vínculo significativo con el uso de la lengua asháninka, lo cual subraya el valor que estos medios pueden tener en la revitalización lingüística.
3. La comunidad de Remanso presenta un **nivel medio** de consumo de prensa tradicional. Un **46%** de los encuestados reporta una lectura ocasional de diarios, mientras que un **38%** tiene un consumo alto. Esto demuestra que el medio impreso aún mantiene relevancia como fuente de información en la comunidad, pese a que los pobladores reconocen que el contenido de los diarios rara vez los representa culturalmente.
4. Los tres diarios más consumidos en la comunidad son: **Ojo (32%)**, **Correo Huancayo (30%)** y **Trome (22%)**. Estos medios, si bien accesibles, no abordan las realidades culturales de los pueblos indígenas, lo cual limita su valor identitario.

5. El **90%** de los encuestados manifestó un **interés medio o alto** en que su cultura y comunidad estén representadas en los medios escritos. A su vez, un **96%** expresó interés en la existencia de un diario bilingüe (asháninka – español), lo que evidencia una clara apertura hacia medios de comunicación culturalmente relevantes.
6. En cuanto a la identidad cultural:
- El **68%** de los pobladores presenta un nivel medio de identidad interna y el **30%** un nivel alto, lo cual indica un fuerte autorreconocimiento étnico y conocimiento de las costumbres.
 - El **72%** expresó sentirse siempre identificado como asháninka, mientras que solo un 10% indicó nunca identificarse como tal.
 - En contraste, el **58%** reportó un nivel bajo de identidad cultural externa, reflejando una expresión limitada de su identidad en espacios públicos, posiblemente asociada a experiencias de discriminación o falta de representación en medios.
 - El **92%** manifestó un nivel medio de identidad cultural global, lo cual muestra que, si bien existe un sentido de pertenencia, este no se expresa plenamente a nivel social o comunicativo.

6.2 Recomendaciones

1. Se recomienda la creación de un diario bilingüe en asháninka y español, para conservar el uso de la lengua originaria y, de esa manera, fomentar la identidad cultural del pueblo asháninka, gracias a que en la actualidad posee un alfabeto con 19 grafías,

así como un diccionario con los cuales se ha podido elaborar materiales didácticos, para el aprendizaje de la lengua y también recopilación de cuentos entre otros materiales; es posible, entonces, la realización de un medio escrito como el que se recomienda.

2. Se recomienda que el diario sea de interés general, con segmentos de interés y de impacto cultural para el pueblo asháninka, incluyendo las noticias regionales y sobre todo locales.

Asimismo, se insta a la creación de medios alternativos: la radio comunitaria, la televisión y demás medios digitales, así como la creación de medios propios.

Por último, se insta para los medios de comunicación, en especial a los medios escritos en el Perú, con mención especial a diarios regionales (como lo es el diario Correo Huancayo para la muestra de este estudio) tomen en consideración a las comunidades asháninkas del País, con especial énfasis en el esfuerzo conjunto para que la lengua asháninka no muera.

Referencias bibliográficas

(s.f.).

Ponencia de la Mesa Indígena. (Noviembre de 200). *Grupos Indígenas De Colombia*. Obtenido de Grupos Indígenas De Colombia: <http://tribusindigenascolombia.blogspot.com/2016/10/para-los-pueblos-indigenas-la-cultura.html>

Abbagnano, N., & Abbagnano, N. (1963). Diccionario de filosofía. En *Diccionario de filosofía* (pág. 629). Fondo de Cultura Económica Mexico.

Adelaar, W., & Muysken, P. (2004). *The languages of the Andes*. Cambridge: Cambridge University press.

Aguiar Gil , Y. (15 de Febrero de 2014). *ESTE PAÍS*. Obtenido de <http://estepais.com/site/2013/periodicos-y-revistas-en-lenguas-indigenas-la-prensa-dentro-de-la-comunicacion-indigena/>.

Aparicio, Mayor Aparicio, P., & Bodmer , R. (2009). *Pueblos indígenas de la Amazonía peruana*. Putumayo: CETA.

Austín Millan, T. (2001). Para comprender el concepto cultura. *Centro de documentación indígena*, 13-16. Recuperado el febrero de 2015, de <http://200.10.23.169/>

BBCMundo. (15 de Mayo de 2014). Los bolivianos que buscan revitalizar la lengua aymara vía Facebook. *BBCMundo*.

Bullón Paucar, A. (2009). *El nos amaba*. (2ed ed.). Miraflores, Lima, Perú: Imprenta Unión.

CERLALC, & Unesco. (2014). *Libro en Cifras* (Vol. 4). Bogota, Colombia: UNESCO.

- Chirapaq. (s.f). *Centro de culturas indígenas del Perú*. Obtenido de <http://chirapaq.org.pe/es/>
- chiraquipaq. (16 de Diciembre de 2013). *Centro de culturas indígenas del Perú*. Obtenido de <http://www.chirapaq.org.pe>
- Claudín, V., & Anabitarte, H. (1986). *Diccionario general de la comunicación*. Barcelona: Mitre.
- Comisión de la Verdad y Reconciliación. (2000). *Anexo 2: ESTIMACIÓN DEL TOTAL DE VÍCTIMAS CAUSADAS POR EL CONFLICTO ARMADO INTERNO*.
- Correo. (04 de Enero de 2018). Emitirán programa radial "Ashi añane" para etnia amazónica. *Correo*. Obtenido de Emitirán programa radial "Ashi añane" para etnia amazónica
- Coya, H. (24 de abril de 2017). "Jiwasanaka": Hoy se estrenó el primer noticiero en aimara de la historia. *Correo*.
- Cronbach, L. J. (1951). *Coefficient* (Vol. 15). California.
- Cultura, F. N. (2000). Ponencia de la Mesa Indígena.
- Daros, W. (27 de Agosto de 2009). *BLog personal de un docente en filosofía*. Obtenido de William R.Daros Blog personal: <https://williamdaros.files.wordpress.com/2009/08/w-r-daros-el-tema-de-la-identidad-en-la-modernidad.pdf>
- Dominguez, Goya., E. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. (1ed ed.). Estado de México.: Tercer Milenio.
- El País. (15 de 09 de 2015). Un grupo de bolivianos traduce Facebook al aymara. *El País*, 1. Obtenido de

http://cultura.elpais.com/cultura/2015/09/14/actualidad/1442238444_785933.html

Fernandez, L. (2011). *Conectores discursivos en asháninka*. Lima: UMMSM.

Gargurevich, J. (2011). En *Introducción a la historia del periodismo* (págs. 40-180). Lima: Deposito Legal Biblioteca Nacional del Perú.

Hall, S. (2003). *Cuestiones de identidad*. Madrid: Buenos Aires.

Huañec. Padilla., Y. (2003). *Desconocimiento por parte de los medios de comunicación de la realidad lingüística y educativa del Perú rural*. Centro educativo "Chamaca". Burgos: XIV Congreso Internacional de ASELE Burgos.

Iguanazul, R. (2010). Obtenido de <http://iguanazul.org/revista-spanish/>

Incorporated, A. S. (2013). *The State of Online Advertising*. U.S: Adobe.

INEI. (2008). *II CENSO DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA AMAZONÍA PERUANA 2007*. Lima: Dirección nacional de censos y encuestas.

Informática, I. N. (2007). *Base de datos de Pueblos Indígenas u Originarios*. INEI, Lima. Lima: Ministerio de Cultura.

IsumaTV. (s.f.). Obtenido de IsumaTV: www.isuma.tv

Jaqui Aru. (2018). *Proyecto Wakaya*. Obtenido de <https://www.proyectowakaya.com/jaqui-arua-aymara-en-la-era-digital/>

Jaume Xiol. (2015). Descartes un filósofo más allá de toda duda. 987-289. Obtenido de <http://revistas.ucm.es/index.php/ASEM/article/view/56842>

KantaMedia. (2012).

Kantar Media. (s.f.).

- Kotler , P., Armstrong, G., & Pretince, H. (2003). *Fundamentos del Marketing* (Vol. 6ta ed.).
- Lamula. (s.f). *Lamula.pe*. (A. Castro, Editor) Obtenido de Lamula:
<https://barrademujeres.lamula.pe/>
- Márquez Martínez, A. (2004). *Clima social y autoeficacia percibida en estudiantes inmigrantes: Una propuesta intercultural* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid.
- Mayor Aparicio, P., & E. Bodmer, R. (2009). *Pueblos Indígenas de la Amazonía Peruana*. Lima, Perú: Centro de Estudios Teológicos de la Amazonía.
- McBride, S., & Otros. (1980). *Un solo mundo, voces multiples*. (F. d. Económica, Trad.) París, Francia : Fondo de Cultura Económica.
- Ministerio de Cultura del Perú. (04 de Noviembre de 2018). *Ministerio de Cultura del Perú*. Obtenido de <https://web.facebook.com/mincu.pe/videos/307122810123478/>
- Ministerio de Cultura. (s.f). *Base de datos de Pueblos Indígenas u Originarios*. Obtenido de Base de datos de Pueblos Indígenas u Originarios:
<http://bdpi.cultura.gob.pe/node/15>
- Morales Urueta, G. A. (2011). Los medios de comunicación vinculados a las estrategias de resistencia y afirmación cultural de los pueblos indígenas .Caso Kankuana TV. *SABER, CIENCIA y libertad.*, 6(1), 151-162.
- Moseley, C. (2010). *Atlas de las lenguas en peligro del mundo* (3era ed.). (C. Moseley, Ed.) París: Ediciones UNESCO .Versión en línea. Obtenido de

<http://www.unesco.org/languages-atlas/index.php?hl=fr&page=atlasmap> /
<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001894/189453s.pdf>

ONU. (2008). *Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas*. ONU. Ginebra: ONU.

Palacios , A. (2010). La lengua como instrumento de Identidad y diferenciación :Más allá de las lenguas Amerindias . *Dialnet*(503-514), 503-512. Obtenido de http://commonweb.unifr.ch/artsdean/pub/gestens/f/as/files/4740/25235_222650.pdf

Paredes, B. (24 de Abril de 2017). "Jiwasanaka": Hoy se estrenó el primer noticiero en aimara de la historia. *Correo*. Obtenido de <https://diariocorreo.pe/cultura/tv-peru-lanzara-jiwasanaka-su-primer-noticiero-en-aymara-video-744742/>

Pastrana , Peláez, S. A. (2012). *Desaparición de las lenguas indígenas*. Chilpancingo, México: Colegio de Guerrero .A.C. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3098/14.pdf>

Phillip Kottak. (2011). *Antropología Cultural*. Barcelona: MCGRAW-HILL.

Pizarroso Quintero, A. (1994). *Historia de la prensa*. España: EDITORIAL UNIVERSITARIA RAMON ARECES.

RAE. (2014). *REAL ACADEMIA ESPAÑOLA* (vigésima tercera edición ed.). (RAE, Ed.) Madrid, España.

RCBP. (2001). *Boca de Polen: Red de Comunicadores*. Obtenido de <http://bocadepolen.org/web/>

Rockefeller center of Latin America studies, D. (2014). El Diario Más Vendido en el Mundo de Habla Hispana se Hace en Perú. *Harvard review of Latin America*.

- RPPNoticias. (Martes 17 de Julio de 2012). Junín: Realizaran feria asháninka para revalorar la identidad cultural. *RPPNoticias*.
- Santos, J. E. (2007). *Identidad y etnohistoria*. CIAMB.
- Sawaia, J. (2013). I Seminario Internacional “La era Tradigital: la prensa tradicional en la era digital. Empresas Periodísticas del Perú (SEPP).
- Siguan, M. (3 de octubre de 2008). *Las lenguas y la globalización* . (D. d. Lingüística, Ed.) Obtenido de Euskadi.eus: http://www.euskara.euskadi.eus/contenidos/informacion/artik26_1_siguan_08_07/es_siguan/adjuntos/Miquel-Siguan-cas.pdf
- Skutnabb Kangas, T. (1994). *Linguistic Human Rights and minority Education* (Vol. 28). Tesol uartery.
- Toussaint, F. (1981). *Crítica de la información de masas* (2 ed. ed.). D.F, México: Trillas.
- Tove Skutnabb, K. (2000). *Linguistic Genocide in Education or Worldwide Diversity and human rights*. 34. Mahwah, New York: Lawrence Erlbaum Associates,In,Publishers.
- Trujillo Ruiz, P. (2015). Aristoteles De la potencia del acto. En P. R. Trujillo, *Aristóteles De la potencia al acto* (págs. 70-76). España: Bonal letra Alcompas, S.L.
- UNESCO. (2014). *Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas*. Recuperado el 1 de junio de 2014, de CDI.
- Unesco. (s.f.). <http://www.un.org/es/events/motherlanguageday/background.shtml>.
- University Of Cambridge. (30 de April de 2016). *Word oral Literature Project*. Obtenido de <http://www.oralliterature.org/collections/partnerships.html>

uxpijy, C. (Miercoles 19 de Diciembre de 2012). *AYUUJK*. Obtenido de http://www.yinet.witsuk.com/index.php?option=com_content&task=view&id=282&Itemid=56

Viramontes Anaya, E., Morales Sifuentes, A. L., & Burrola Márquez, L. M. (30 de Junio de 2011). Aprendizaje de la escritura en lengua no materna :Caso de niños Tarahumaras. *Educare*, 15(1), 237.

Viteri Gualinga, C. (2002). Visión indígena del desarrollo en la amazonía. *Polis :Revistade la Universidad Bolivariana* ., 3,4. doi:07176554

Técnica de recolección de datos

Anexo1

Encuesta consumo y alcance de diarios



Universidad Peruana Unión
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
EAP. Comunicación

INSTRUCCIONES. Este cuestionario está diseñado con el propósito de identificar el consumo y alcance de los diarios en la identidad cultural de la cultural.

Este cuestionario será completamente anónimo y solo será utilizado con fines de investigación.

Marque con un x o con un √ o escriba con claridad en la opción que cumpla con lo requerido.

Datos generales

Edad:

Género:

Grado de instrucción:

I. Prensa escrita

1. Lees diarios

a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca

2. Elige el diario que más lees.

a) Correo Huancayo b) Ojo c) La República d) Otro e) Trome

3. Sección que más lees

a) Regional b) policial c) política d) Nacional/Internacional f) Deportes/ Espectáculos

4. Lees...

a) Todas las noticias b) Solo las noticias que me interesan c) Solo los algunos párrafos d) Solo los titulares e) Solo la portada

5. En los diarios regionales que lees: Correo Huancayo u otro diario regional, ¿suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?

a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca

6. ¿En los diarios nacionales que lees suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?

a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca

7. ¿Por qué crees que no existe un diario en lengua asháninka?

a) Porque ya no se habla la lengua b) Porque hay pocos asháninkas que sepan hablar la lengua c) Porque no hay interés de las autoridades d) Porque no hay interés de los pobladores e) Porque no es importante

8. ¿Te gustaría la creación de un diario escrito en asháninka?

a) Sí, definitivamente b) Sí c) No estoy seguro d) No me gustaría e) No me gustaría para nada

9. ¿Crees que un diario bilingüe en idioma asháninka y en español, contribuiría la conservación de la identidad cultural y de la lengua?

a) Sí, definitivamente ayudaría b) Sí ayudaría c) Ayudaría parcialmente d) No estoy seguro si ayudaría e) No ayudaría



**Universidad
Peruana Unión
Facultad de Ciencias Humanas y Educación
EAP. Comunicación**

INSTRUCCIONES. Este cuestionario está diseñado con el propósito de identificar el grado de conservación de la identidad cultural.

Este cuestionario será completamente anónimo y solo será utilizado con fines de investigación en estudio.

Marque con un x o con un √ o escriba con claridad en la opción que cumpla con lo requerido.

Datos generales

Edad: Género: Grado de instrucción:

II. Identidad cultural

1. ¿Te identificas a ti mismo como asháninka?

a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca

2. ¿Por qué?

3. ¿Cuáles de estas costumbres crees que representa más a la cultura asháninka?

a) Lengua asháninka b) Cushma c) Artesanías d) Danzas e) música

4. ¿Conoces las costumbres y tradiciones de tu comunidad?

a) Conozco todas b) Conozco casi todas c) Conozco algunas
d) Conozco solo una e) No conozco ninguna

5. ¿Sabe hablar en Asháninka?

a) Bastante b) Un poco c) Muy poco d) Casi nada e) Nada

6. ¿Qué lengua habla mejor?

a) Asháninka b) español y asháninka c) Otra lengua d) No hablo bien

ni español ni asháninka e) español

- 7. ¿Te sientes identificado con la lengua asháninka?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 8. ¿Sientes vergüenza al hablar la lengua asháninka en público?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 9. ¿Te has sentido discriminado al hablar asháninka fuera de tu comunidad?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 10. ¿Conservas las tradiciones asháninkas?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 11. ¿Participas en las actividades culturales de la comunidad?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 12. ¿Se comunica en asháninka dentro de su comunidad?**
a) Siempre b) casi siempre c) A veces d) Raras veces e) Nunca
- 13. ¿En qué lengua prefiere hablar en su comunidad?**
a) Asháninka b) Español y asháninka c) Otra lengua d) En ninguna lengua
e) español

Anexo2

Matriz de consistencia

Problema	Objetos	Hipótesis	Metodología	Población
<p>Problema general ¿Tiene relación un medio escrito como el diario en la conservación de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad nativa asháninka de Remanso en Marankiari Bajo?</p> <p>Problema específicos *Poco uso de la lengua originaria *Ningún medio escrito en asháninka</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación del diario en la conservación de la identidad cultural, así como en la lengua originaria de los pobladores de la comunidad asháninka de Remanso en Marankiari Bajo en el Perene, Chanchamayo, Junín.</p> <p>Objetivos específicos *Identificar los principales diarios que leen los pobladores de la comunidad Asháninka de Remanso. *Determinar el nivel de lectura y alcance de los diarios de los pobladores de la comunidad de Remanso. *Determinar el nivel de interés de la población por un medio propio en su lengua original. *Medir el nivel de identidad cultural de los pobladores</p>	<p>Hipótesis general Ho: Los diarios no tienen relación con la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka de Remanso Ha: Los diarios tienen relación en la identidad cultural de los pobladores de la comunidad de Remanso</p> <p>Hipótesis específicas Ho1: Los diarios no tienen relación en la conservación de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka de Remanso Ha1: Los diarios tienen influencia en la conservación identidad cultural de los pobladores de la</p>	<p>Método La investigación es de tipo básica con enfoque cuantitativo debido a que se midió las variables a través de instrumentos de recolección de datos</p> <p>Diseño El diseño de la investigación es no experimental debido a que no se manipulo la muestra ni las variables, ambas se dieron en su entorno natural y sin ningún tipo de presión. El diseño tiene asociación transversal de tipo correlacional causal.</p>	<p>La población estuvo conformada por 100 pobladores de ambos sexos entre los 14 a 70 años de la villa turística de, Remanso en Marankiari Bajo mientras que la muestra la conformaron 50 miembros de la villa turística</p>

<p>*Medir el grado de conservación de la Identidad Cultural de los pobladores De Remanso</p>	<p>comunidad asháninka de Remanso Ho2: Los diarios no tienen influencia en la conservación de la</p>
<p>*Mediar el grado de conservación de la lengua asháninka en la comunidad de Remanso</p>	<p>lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de Remanso Ha2: Los diarios tienen influencia en la conservación de la lengua originaria como parte de la identidad cultural de los pobladores de la comunidad asháninka de Remanso</p>

Anexos 1. Matriz de consistencia

Anexo 3 Constancia de autorización de la comunidad



Comunidad Indígena Asháninka Marankiari Bajo
CIAMB - PERU



CONSTANCIA

EL QUE SUSCRIBE JEFE DE LA COMUNIDAD INDÍGENA ASHANINKA MARANKIARI BAJO, CON RESOLUCIÓN DE APOYO EXTERNO RAE N° 473 ORAMS VI INSCRITO EN LOS REGISTROS PUBLICO DE LA SELVA CENTRAL TITULO N° 3978 - 01.98 DE FICHA 097, CON REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTE RUC.201111834804 CON RESOLUCIÓN DIRECTORAL AGRARIA N° 107-2004-DRA-J/PETTCR. DEL DIST. PERENE PROV. CHANCHAMAYO DEPARTAMENTO JUNIN.

HACE CONSTAR:

Que la Señorita GONZALEZ CHAVEZ, Raiza, Identificada con DNI: 70066472, ha desarrollado satisfactoriamente en nuestra comunidad la investigación y desarrollo de encuestas concernientes a su tema de estudio, sobre el consumo y tratamiento de la noticia, así como la identidad cultural en la población.

Además, es importante aclarar que la ejecución de dicha investigación no ha ocasionado ningún problema u obstáculo, tanto para nuestra comunidad como para nuestros pobladores. Caso contrario, la investigación ha sido de beneficio para el planteamiento y reconocimiento de la cultura e identidad en nuestra población. Por lo tanto, se expide el presente documento para fines que la Universidad crea conveniente, dado que la investigación mencionada se desarrolló mientras la comunicadora se encontraba en nuestra comunidad.

Lima, 28 de abril del 2018

JEFE
YUSI JORJETTI
CIAMB / PERU

Anexo 4. Validación de documentos

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar el Consumo e impacto de los diarios así como el tratamiento de la noticia en la población asháninka del río de Perené, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: **Cuestionario sobre el Consumo, impacto y tratamiento de los diarios.**

Instrucciones

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: _____

Nombres y apellidos del Juez: José Cabrerá Aguirre.

Institución donde labora: UPEU.

Años de experiencia profesional o científica: 5 años.



Firma y Sello

DNI: 32942734.

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADOS POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI () NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones: *La primera pregunta es específica.*

.....

Sugerencias:.....

.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del INSTRUMENTO?

SI () NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece el constructo?

SI () NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....



UNIVERSIDAD PERUANA PRIVADA
Escuela para el futuro

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Dimensión 1: Consumo e impacto de los diarios	Items o Preguntas						Sugerencias
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1 Lees periódicos: Del 1 al 3 enumera en los espacios en paréntesis los periódicos que más lees. Siendo 1 el periódico que más lees y 3 el que menos lees.		✓	✓		✓		Debe especificar el contexto
2 a) Correo Huancayo b) OJO c) Trombe d) El comercio e) La república f) Depor g) Ilbero h) Otro(mencione)	✓		✓	✓	✓		
3 Del 1 al 3 enumera la sección que más lees. Siendo 1 la sección que más lees y 3 la que menos lees.							
	a) Policial b) Regional c) Capital d) Política e) Internacional f) Deportes g) Espectáculos	✓		✓	✓	✓	

	h) Otro(menciona)																		
	¿Qué noticias lees?																		
4	<ul style="list-style-type: none"> a. Todas las noticias b. Solo las noticias que me interesan c. Solo los titulares d. Solo algunos párrafos e. Solos los titulares 		✓		✓			✓			✓								
	Menciona las últimas noticias que leíste en los periódicos																		
5	Periódico:..... Sección:..... 1.2.Comentar la noticia		✓		✓			✓			✓								
	Dimensión 2: Tratamiento de la noticia	Claridad ¹	SI	NO	Congruencia ²	SI	NO	Contexto ³	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
	ftems o Preguntas En los diarios regionales que lees como Correo Huancaayo u otro diario regional ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO					
1	<ul style="list-style-type: none"> a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca 		✓		✓			✓			✓								
	En los diarios nacionales que lees ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?																		
2	<ul style="list-style-type: none"> a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca 		✓		✓			✓			✓								
	Sugerencias																		



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	<p>¿Te identificas a ti mismo como asháninka?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca</p> <p>¿Por qué?.....</p>	✓		✓		✓		✓		
2	<p>¿Cuáles de estas costumbres crees que representa más a la cultura asháninka? Enumera de 1 a 3, siendo 1 la costumbre más representativa y 3 la menos representativa.</p> <p>a) Cushman b) música asháninka c) Lengua asháninka d) Artesanías e) Danzas f) Otra.....(menciona)</p>	✓		✓		✓		✓		
3	<p>¿Participas en las actividades culturales de la comunidad?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca</p> <p>¿Por qué?.....</p>	✓		✓		✓		✓		
4	<p>¿Conoces las costumbres y tradiciones de tu comunidad?</p>	✓		✓		✓		✓		

	<p>a) Conozco todas</p> <p>b) Conozco casi todas</p> <p>c) Conozco Solo algunas</p> <p>d) Conozco solo una</p> <p>e) No conozco ninguna</p>										
	<p>¿Conservas las tradiciones asháninka?</p> <p>a. Siempre</p> <p>b. Casi siempre</p> <p>c. Algunas veces</p> <p>d. Casi nunca</p> <p>e. Nunca</p> <p>Cuales : (Menciona)</p>										
Nº	Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
	¿Sabe hablar en Asháninka?										
1	<p>a) Sí</p> <p>b) Un poco</p> <p>c) Muy poco</p> <p>d) Nada</p>										
	¿Se comunica en Asháninka?										
2	<p>a) Siempre</p> <p>b) Casi siempre</p> <p>c) Algunas veces</p> <p>d) Casi nunca</p> <p>e) Nunca</p>										
3	<p>En que lengua prefiere hablar en su comunidad</p> <p>a) Español</p>										

	<p>b)asháninka c)Ambas</p>								
	<p>Que lengua habla mejor a)Español b)Asháninka c)Ambas</p>								
4	<p>¿Te sientes identificado con la lengua asháninka? Lengua ancestral de tu comunidad.</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca</p>	✓	✓	✓	✓	✓			
5	<p>¿Sientes vergüenza al hablar la lengua asháninka en público?</p> <p>a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca</p>	✓	✓	✓	✓	✓			
6	<p>Te has sentido discriminado al hablar asháninka dentro de tu comunidad</p> <p>a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca</p>	✓	✓	✓	✓	✓			
7	<p>Te has sentido discriminado al hablar asháninka fuera de tu comunidad</p> <p>a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca</p>	✓	✓	✓	✓	✓			
8	<p>a) Siempre b) Casi siempre</p>	✓	✓	✓	✓	✓			

	<ul style="list-style-type: none"> c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca 								
	¿Por qué crees que no existe un diario en lengua asháninka?								
9	<ul style="list-style-type: none"> a) Porque ya no se habla el idioma b) Porque no hay interés c) Porque hay pocos asháninkas que saben hablar y leer en ese idioma 	✓		✓		✓		✓	
	Te gustaría que hubiera Diarios escritos en asháninka								
	<ul style="list-style-type: none"> a) Sí b) No estoy seguro c) No 	✓		✓		✓		✓	
10	¿Crees que un diario bilingüe en asháninka y en español, fomentaría la conservación de la lengua?								
	<ul style="list-style-type: none"> a) Sí, definitivamente ayudaría b) Sí ayudaría mucho c) Ayudaría parcialmente d) No estoy seguro si ayudaría e) No, ayudaría 	✓		✓		✓		✓	
11									

¹Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
²En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.

³El ítem tiene relación con el constructo (Compresión Oral de Estructuras Gramaticales)
⁴El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar el Consumo e impacto de los diarios así como el tratamiento de la noticia en la población asháninka del río de Perené, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: **Cuestionario sobre el Consumo, impacto y tratamiento de los diarios.**

Instrucciones

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: _____

Nombres y apellidos del Juez: Karla Paola Velezmoso Contreras

Institución donde labora: América TV

Años de experiencia profesional o científica: 15 años



Firma y Sello

DNI: 10059275

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADOS POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO (X)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO (X)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece el constructo?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Dimension 1: Consumo e impacto de los diarios	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	Lees periódicos: Del 1 al 3 enumera en los espacios en paréntesis los periódicos que más lees. Siendo 1 el periódico que más lees y 3 el que menos lees.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	a) Correo Huancayo b) OJO c) Frome d) El comercio e) La república f) Depor g) Ibero h) Otro(mencione)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Del 1 al 3 enumera la sección que más lees. Siendo 1 la sección que más lees y 3 la que menos lees. a) Policial b) Regional c) Capital d) Política e) Internacional f) Deportes g) Espectáculos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

h) Otro(menciona)																		
Nº	Dimension 2: Tratamiento de la noticia Ítems o Preguntas	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias								
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO									
4	¿Qué noticias lees? a. Todas las noticias b. Solo las noticias que me interesan c. Solo los titulares d. Solo algunos párrafos e. Solos los titulares																	
5	Menciona las últimas noticias que leíste en los periódicos Periódico:..... Sección:..... 1.2. Comentar la noticia																	
1	En los diarios regionales que lees como Correo Huancayo u otro diario regional ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad? a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca																	
2	En los diarios nacionales que lees ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad? a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca																	

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar la conservación de la identidad cultural interna y externa en la población asháninka del río de Perené, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: **Cuestionario sobre Identidad cultural**

Instrucciones

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: _____

Nombres y apellidos del Juez: Karla Paola Velezmon Contreras

Institución donde labora: América TV

Años de experiencia profesional o científica: 15 años



Firma y Sello

DNI: 10089275



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	<p>¿Te identificas a ti mismo como asháninka?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca</p> <p>¿Por qué?.....</p>	X		X		X		X		
2	<p>¿Cuáles de estas costumbres crees que representa más a la cultura asháninka? Enumera de 1 a 3, siendo 1 la costumbre más representativa y 3 la menos representativa.</p> <p>a) Cushman b) música asháninka c) Lengua asháninka d) Artesanías e) Danzas f) Otra.....(menciona)</p>	X		X		X		X		
3	<p>¿Participas en las actividades culturales de la comunidad?</p> <p>a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca</p> <p>¿Por qué?.....</p>	X		X		X		X		
4	<p>¿Conoces las costumbres y tradiciones de tu comunidad?</p>	X		X		X		X		

	<p>a) Conozco todas</p> <p>b) Conozco casi todas</p> <p>c) Conozco Solo algunas</p> <p>d) Conozco solo una</p> <p>e) No conozco ninguna</p>																		
	<p>¿Conservas las tradiciones asháninka?</p> <p>a. Siempre</p> <p>b. Casi siempre</p> <p>c. Algunas veces</p> <p>d. Casi nunca</p> <p>e. Nunca</p> <p>Cuales : (Menciona)</p>	X		X		X		X		X									
	<p>Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural</p> <p>Ítems o Preguntas</p>																		
Nº		Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴										Sugerencias	
	<p>¿Sabe hablar en Asháninka?</p> <p>a) Sí</p> <p>b) Un poco</p> <p>c) Muy poco</p> <p>d) Nada</p>	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO										
1		X		X		X		X											
	<p>¿Se comunica en Asháninka?</p> <p>a) Siempre</p> <p>b) Casi siempre</p> <p>c) Algunas veces</p> <p>d) Casi nunca</p> <p>e) Nunca</p>																		
2		X		X		X		X											
	<p>En que lengua prefiere hablar en su comunidad</p> <p>a) Español</p>																		
3		X		X		X		X											

	b)asháninka c)Ambas								
	Que lengua habla mejor a)Español b)Asháninka c) Ambas								
4	¿Te sientes identificado con la lengua asháninka? Lengua ancestral de tu comunidad. a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca								
5	¿Sientes vergüenza al hablar la lengua asháninka en público? a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca								
6	Te has sentido discriminado al hablar asháninka dentro de tu comunidad a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca								
7	Te has sentido discriminado al hablar asháninka fuera de tu comunidad a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca								
8	a) Siempre b) Casi siempre								

	c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca								
9	¿Por qué crees que no existe un diario en lengua asháninka? a) Porque ya no se habla el idioma b) Porque no hay interés c) Porque hay pocos asháninkas que saben hablar y leer en ese idioma	X	X	X	X	X			
10	Te gustaría que hubiera Diarios escritos en asháninka a) Sí b) No estoy seguro c) No	X	X	X	X	X			
11	¿Crees que un diario bilingüe en asháninka y en español fomentaría la conservación de la lengua? a) Sí, definitivamente ayudaría b) Sí ayudaría mucho c) Ayudaría parcialmente d) No estoy seguro si ayudaría e) No, ayudaría	X	X	X	X	X			

¹Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
²El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)
³En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.
⁴El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

**CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO
DICTAMINADOS POR EL JUEZ**

1) ¿Está de acuerdo con las características, formas de aplicación y estructura del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

3) ¿Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI () NO (X)

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI () NO (X)

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece el constructo?

SI (X) NO ()

Observaciones:.....

.....

Sugerencias:.....

.....



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Dimension 1:	Clareza ¹	Congruencia ²	Contexto ³	Dominio del constructo ⁴		Sugerencias	
				SI	NO		
<p>Ne Consumo e impacto de los diarios de los diarios <i>Esperanza y Cas. Sur y Amanecer y Cas. W.</i></p> <p><i>Siempre</i></p> <p>Dimension 1:</p> <p>1 Lees periódicos: <i>Items o Preguntas (4) SI No) 7.7.7.</i></p> <p>Diel 1 al 3 enumera en los espacios en paréntesis los periódicos que más lees. Siendo 1 el periódico que más lees y 3 el que menos lees.</p> <p>2 a) Correo Huancayo b) OJO c) Trame d) El comercio e) La república f) Depor g) Lbero h) Otro(mencione)</p>	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<p>3 Del 1 al 3 enumera la sección que más lees. Siendo 1 la sección que más lees y 3 la que menos lees.</p> <p>a) Policial b) Regional c) Capital d) Política e) Internacional f) Deportes g) Espectáculos</p>	SI	NO	SI	NO	SI	NO	

	h) Otro(menciona)	<input checked="" type="checkbox"/>												
	¿Qué noticias lees?													
4	a. Todas las noticias b. Solo las noticias que me interesan c. Solo los titulares d. Solo algunos párrafos e. Solos los titulares	X		X		X		X		X				
	Menciona las últimas noticias que leíste en los periódicos													
	Períodico..... Sección.....			X		X		X		X				
5	1.2 Comentar la noticia	X								X				
No	Dimensión 2: Tratamiento de la noticia	Cantidad ¹	Items o Preguntas		Congruencia ²	Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias				
			SI	NO		SI	NO	SI	NO					
	En los diarios regionales que lees como Correo Huancayo u otro diario regional ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?													
1	a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca	X		X		X		X						
	En los diarios nacionales que lees ¿Suelen aparecer noticias sobre tu comunidad?													
2	a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca	X		X		X		X						

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad identificar la conservación de la identidad cultural interna y externa en la población asháninka del río de Perené, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado: **Cuestionario sobre Identidad cultural**

Instrucciones

La evaluación requiere de lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrecen un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____ Fecha actual: 18-02-2015
Nombres y apellidos del Juez: Aljando Cepcha Hidalgo
Institución donde labora: Congreso de la República.
Años de experiencia profesional o científica: 10 años.


Firma y Sello
DNI: 32769045.



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural Ítems o Preguntas	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Te identificas a ti mismo como asháninka? a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca ¿Por qué?.....	X		X		X		X		
2	¿Cuáles de estas costumbres crees que representa más a la cultura asháninka? Enumera de 1 a 3, siendo 1 la costumbre más representativa y 3 la menos representativa. a) Cushman b) música asháninka c) Lengua asháninka d) Artesanías e) Danzas f) Otra.....(menciona)	X		X		X		X		
3	¿Participas en las actividades culturales de la comunidad? a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca ¿Por qué?.....	X		X		X		X		
4	¿Conoces las costumbres y tradiciones de tu comunidad?	X		X		X		X		



INSTRUMENTO PARA FINES ESPECIFICOS DE LA VALIDACION DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTO)



Nº	Dimensiones : Externa e Interna de la Identidad cultural temas o Preguntas	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del constructo ⁴		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Te identificas a ti mismo como asháninka? a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca ¿Por qué?.....	X		X		X		X		
2	¿Cuáles de estas costumbres crees que representa más a la cultura asháninka? Enumera de 1 a 3, siendo 1 la costumbre más representativa y 3 la menos representativa. a) Cuzima b) música asháninka c) lengua asháninka d) Artesanías e) Danzas f) Otra..... (menciona) ¿Participas en las actividades culturales de la comunidad?	X		X		X		X		
3	a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca ¿Por qué?.....	X		X		X		X		
4	¿Conoces las costumbres y tradiciones de tu comunidad?	X		X		X		X		

	b)asháninka c)Ambas								
	Que lengua habla mejor a)Español b)Asháninka c)Ambas	X	X	X	X	X			
4	¿Te sientes identificado con la lengua asháninka? Lengua ancestral de tu comunidad.	X	X	X	X	X			
5	a. Siempre b. Casi siempre c. Algunas veces d. Casi nunca e. Nunca	X	X	X	X	X			
6	¿Sientes vergüenza al hablar la lengua asháninka en público? a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca	X	X	X	X	X			
7	Te has sentido discriminado al hablar asháninka dentro de tu comunidad a) Siempre b) Casi siempre c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca	X	X	X	X	X			
8	Te has sentido discriminado al hablar asháninka fuera de tu comunidad a) Siempre b) Casi siempre	X	X	X	X	X			

	c) Algunas veces d) Casi nunca e) Nunca								
9	¿Por qué crees que no existe un diario en lengua asháninka? a) Porque ya no se habla el idioma b) Porque no hay interés c) Porque hay pocos asháninkas que saben hablar y leer en ese idioma	X		X		X		X	
10	Te gustaría que hubiera Diarios escritos en asháninka a) Sí b) No estoy seguro c) No	X		X		X		X	
11	¿Crees que un diario bilingüe en asháninka y en español, fomentaría la conservación de la lengua? a) Sí, definitivamente ayudaría b) Sí ayudaría mucho c) Ayudaría parcialmente d) No estoy seguro si ayudaría e) No, ayudaría	X		X		X		X	

¹Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
²El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de Estructuras Gramaticales)
³En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto.
⁴El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)