

Análisis morfológico de las notas informativas sobre identidad gastronómica en periódicos de circulación en el sur andino

» Dr. José López Moscoso ¹
orcid.org/0000-0002-6674-4024

» Dr. Percy Llanos Palomino ²
orcid.org/0000-0002-1257-914X

» Dra. Lisbeth Anick Ortiz Huarachi ³
orcid.org/0009-0008-9807-5997

1 Doctor en ciencias y tecnologías medioambientales - Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa

2 Doctor en comunicación y desarrollo - Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa

3 Doctora en comunicación y desarrollo - Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa

Recibido: 20/12/2025

Aceptado: 25/07/2026

Publicado: 18/08/2026

Resumen

Los diarios han tenido que asumir el golpe de la globalización redefiniéndose con un segmentado público de lectores, son las llamadas masas con edad mayor. Por otro lado, la aparición del periódico digital se define mejor con el público joven que prefiere las redes sociales. En este intrínquilis se debe fijar la posición valorativa de los periódicos frente a las costumbres de la gastronomía tradicional, la cual debe proteger o hacer sostenible, básicamente para cumplir un fin informativo y educativo; pero de manera extraña se tiene que los medios de comunicación visibilizados en los periódicos o diarios de la región, no contemplan la misión de proteger y valorar la comida típica. La metodología utilizada fue el análisis de contenido; el propósito es este tipo de investigación, debido a que el análisis morfológico es solo un análisis de como los mass media tratan este tipo de información. Con esta investigación se busca ampliar el conocimiento teórico y general. Resultados: Es necesario comprender que la gastronomía arequipeña como identidad desde la prensa, es relativizada solo a efemérides como aniversarios o fiesta tradicionales.

Palabras clave: género de las notas, morfología de las notas, diarios, identidad gastronómica.

Abstract

Newspapers have had to take on the blow of globalization, redefining themselves with a segmented public of readers, the so-called older masses. On the other hand, the appearance of the digital newspaper is better defined with the young audience that prefers social networks. In this intricacy, the evaluative position of the newspapers must be established in relation to the customs of traditional gastronomy, which must be protected or made sustainable, basically to fulfill an informative and educational purpose; but in a strange way, the media visible in the newspapers or newspapers of the region do not contemplate the mission of protecting and valuing typical food. The methodology used was content analysis; the purpose is this type of research, because the morphological analysis is only an analysis of how the mass media treat this type of information. This research seeks to expand theoretical and general knowledge. Results: It is necessary to understand that Arequipa gastronomy as an identity from the press, is relativized only to ephemeris such as anniversaries or traditional festivals.

Key words: genre of notes, morphology of notes, diaries, gastronomic identity.

Introducción

Se tiene la percepción que existe una proficua labor de valoración de la comida típica en el orbe y además de una identidad que se evidencia con gustos, sabores, usos y formas; lo que a decir de algunos autores es una identidad del consumo (Horkheimer; M. y Adorno, 2006).¹ En especial, dentro de los mass media, es la televisión quien ha monopolizado la difusión e inducción de esa identidad de consumo gastronómico.

En primer lugar se debe mencionar que hay poder de los medios de comunicación a través de la publicidad con comerciales y la televisión, en este marco, es el mejor vehículo de "educación informal" (Morón & Schejtman, 1997, p. 64) redireccionando el tipo de consumo. Por ejemplo, promover la idea del alimento sano, por las grandes cadenas o un tipo especial de producto; entonces es la televisión que ingresa a los hogares de manera permanente y constante provocando decisiones en los diferentes estratos sociales para que consuman alimentos llamados "chatarra", así como la variedad; incluso se puede aseverar que motivan cambios en los gustos alimenticios.

El otro gran medio de comunicación tradicional y convencional es el periódico, para Borrat es: "un medio, es un actor puesto en interacción con otros actores del sistema social"(1989, 67) insiste; el periódico se perfila, junto con la empresa editora de la que depende, como un grupo de interés que, para lograr sus objetivos, necesita narrar y comentar la actualidad política, social, económica y cultural ante una audiencia de masas. Tal actuación pública hace de él un agente de socialización que influye sobre sus lectores. (1989, p. 68). Empero, los diarios han tenido que asumir el golpe de la globalización redefiniéndose con un segmentado público de lectores, son las llamadas masas con edad mayor. Por otro lado, la aparición del periódico digital se define mejor con el público joven que prefiere las redes sociales. En este intrínquis se debe fijar la posición valorativa de los periódicos frente a las costumbres de la gastronomía tradicional, la cual debe proteger o hacer sostenible, básicamente para cumplir un fin informativo y educativo; pero de manera extraña se tiene que los medios de comunicación visibilizados en los periódicos o diarios de la región, no contemplan la misión de proteger y valorar la comida típica.

Es el caso de la picantería arequipeña, declarada el 2014 patrimonio cultural inmaterial de la nación², donde la academia, los medios de comunicación y las redes sociales han ovacionado esta decisión. Por lo que, esta investigación analiza ¿Cómo los diarios de circulación regional manejan y publican aspectos de la picantería y sus potajes típicos? ¿Cómo es la morfología de las notas periodísticas, que, sobre identidad gastronómica, hacen los periódicos de circulación local del sur andino?

Entonces, es razón de estudio, describir el contenido de las notas sobre identidad gastronómica en periódicos de circulación local del sur andino; identificar la periodicidad de las notas informativas sobre identidad gastronómica en periódicos de circulación local del sur andino e identificar al tipo género periodístico al que pertenecen. Por lo que son dos aspectos que, en el curso de los capítulos y su tratamiento, serán referidos: La morfología de las notas periodísticas e identidad gastronómica.

Se debe precisar que la morfología de las notas periodísticas examina mediante un formulario de contenido aplicado a los diarios de mayor circulación regional, la cantidad de espacio destinado para diversos tipos de información sobre temas culinarios. El procedimiento metodológico utilizado consiste en desagregar el contenido de las notas sobre identidad gastronómica, así como la periodicidad y el tipo de género de las mismas.

De otro lado, hay que analizar la identidad gastronómica, en su entendimiento y aprehensión en los medios periodísticos de comunicación bajo las mismas características.

El análisis de estos dos aspectos permitirá conocer las formas de divulgación que se ha realizado para fortalecer la identidad regional en el marco de la diversidad e interculturalidad.

Morfología de las notas periodísticas

Dentro del contenido de estudio de nuestra investigación sobre las notas periodísticas, se busca resaltar la importancia en el constructo morfológico de la estructura informativa, con relación a los aspectos sociales que imponen la agenda mediática según las características de difusión de cada información de los diarios materia de nuestro estudio.

Por otro lado, se está generalizando en los medios de comunicación, especialmente en los impresos, la modalidad de presentar textos de análisis desgajados de los elementos previos que debieran figurar en un reportaje interpretativo completo. Estos textos analíticos tienen muchos puntos de contacto con los textos de opinión llamados comentarios, columnas, editoriales y artículos que suelen aparecer firmados por un columnista o comentarista de prestigio. (Santamaría, 1991, p.636)

Empero, la construcción de la información periodística varía según la procedencia de los hechos, así mismo la interpretación desarrollada necesita de un análisis completo desde la perspectiva de un periodista especializado en el contenido de la información que sepa diferenciar de la opinión propia a la narración de los acontecimientos.

Los mass media dentro de la sociedad cumplen un rol muy importante ya que son capaces de generar opinión e interpretaciones dentro de sus espacios como lo son: prensa escrita, televisiva y radial, pero no toda información descrita por cada medio tiene las mismas características, e incluso genera diversos tipos de valoración cultural. Los periódicos registran de manera escrita la historia y cultura de una determinada localidad, y por ende sus tradiciones y costumbres.

También se puede mencionar que con los géneros periodísticos ocurre lo mismo que con los géneros literarios: su razón está en el hecho de ser un principio de orientación para el lector, basados en la clasificación y orientación dada por el redactor historiador.

La redacción dentro del contenido de la información se caracteriza por la segmentación que realiza el periodista cuyos criterios dependen de la objetividad y la descripción, no todo hecho informativo es noticioso puesto que se tiene que clasificar dentro de los criterios de los géneros periodísticos.

El género periodístico fácilmente reconocible es la nota informativa, es la más notoria de los medios impresos en el contenido de su información materia de nuestra investigación, pero la nota informativa reúne elementos básicos como el LEAD, donde se resuelve la idea general, idea media y la idea específica de cada suceso o hecho relevante. En tal sentido, es notoria la mayor cantidad de espacios con características de notas informativas sobre gastronomía regio-

1 Según Adorno y Horkheimer "Hoy la industria cultural ha heredado la función civilizadora de la democracia y de la libre iniciativa, que por lo demás no ha tenido nunca una sensibilidad demasiado refinada para las diferencias espirituales"(2006, p. 76). critican las formas de mercancía como cultura, además que conlleva a la inducción de hacer de las masas.

2 Véase la Resolución Viceministerial N° 033-2014-VMPCIC-MC, donde se señala que este título es debido a tener en la culinaria, rasgos prehispánicos y coloniales

nal que describen algún tipo de acontecimiento noticioso del momento, y no así una investigación u opinión de elementos históricos o cronológicos de origen y valoración cultural que haya tenido, por ejemplo, un plato típico regional.

La Información recopilada de los diarios locales materia de nuestra investigación nos demuestra el escaso interés y ausencia de datos históricos o cronológicos en el desarrollo del contenido sobre identidad gastronómica, especialmente de las llamadas picanterías; siendo para el medio impreso un tema no noticioso, poco atractivo y de mínima circulación.

Por otro lado, el tratamiento de la información de los géneros periodísticos interpretativos depende básicamente del estilo de interpretación del periodista, cumpliendo normas básicas en el desarrollo del contenido como inicio, desarrollo del tema y final, acompañado de datos que permiten argumentar el texto periodístico, caso indagador ocurrió en la presente investigación de los diarios de circulación local, donde no se encontró ninguna información relacionada al tema desarrollado.

Uno de los aspectos más importantes que se toma en cuenta en todo análisis de contenido es la periodicidad y el tipo de género de las notas, conceptos que serán analizados.

Respecto a la periodicidad de las notas informativas sobre gastronomía en el sur andino, consideramos que es fundamental conocer el volumen dentro de la periodicidad de las mismas en los medios que circulan en la región. Además, se entiende que la cantidad de notas que se expresa en los periódicos es un buen indicador para definir el valor cuantitativo positivo que generan dichas notas, y eso es clave para determinar la importancia que le dan los diarios a la cultura gastronómica. Existen estudios históricos sobre folclor y acciones de la población que van desde la comida hasta el curanderismo, reconocidas como prácticas empíricas, que se incluyen en la narrativa de los medios “populares” y luego se convierten en parte de las etapas históricas de una comunidad gracias a la difusión sobre estos temas denominadas prácticas empíricas. Entendiendo que la periodicidad de las notas sobre comidas y sucesos responden también a hechos históricos extraordinarios donde se ensalza los aspectos más importantes, llegando que la noticia sea dirigida a esa temática, entonces definimos que existen factores tales como: el volumen y periodicidad del tema; el hecho histórico importante induce a mayor información. Asimismo, periodicidad y cantidad de notas informativas conlleva al reconocimiento de la comida típica como marca regional.

La relación de los conceptos mencionados anteriormente conlleva a la percepción que las empresas editoras asuman a partir de la importancia del tema, una mayor publicación en tiraje permanente; entonces la periodización respecto de la comida típica será por analogía más relevante para la población y los estamentos de gobierno para generar políticas de reconocimiento, tal como la declaración de patrimonio cultural de la nación y otros.

Además es existen factores como la intencionalidad de los gobiernos locales y regionales al respecto, donde son los actores que buscan en nombre de la identidad la posibilidad mediante la mass media de publicitar y hacer reconocible y valorativos para su difusión, debemos observar bajo esa premisa hay una inducción planificada para la publicidad en los diarios locales y regionales. Estos aspectos son implícitos en la pretensión de realizar un efecto multiplicador en la población y es aspecto que también es un factor que define el volumen de la prensa.

Las notas informativas cuando pueden teñirse de hecho histórico; se debe entender que están marcadas fundamentalmente por el

tiempo breve y coyuntural, pero que hacen “mucha bulla”, justamente son los acontecimientos más llamativos en la historia y por tanto los que se publican en los diarios, de acuerdo a la intencionalidad del reportero, periodista o editor, entonces debido a la masividad esa noticia tiene elementos, factores y causas para el logro de una historia estructural que termina con ciertos aspectos de noticia estruendosa y eso se divulga, es recurrente esta precisión respecto de la picantería arequipeña y su declaración como patrimonio cultural inmaterial de la nación.

Tipo de género de las notas.

Existen un variopinto de tipologías de las notas y sus géneros, desde las perspectivas regionales hasta las mundiales; en vez de estandarizarse permiten una particularidad desde sus contextos; desde los valores noticia y las fuentes; de análisis; de opinión e información; incluso su especialización. Bajo ese criterio no se puede obviar que difundir y vender, es uno de sus objetivos. Entonces la gastronomía es una invitada especial para el formato periodístico llamado informativo.

El género informativo, es aquel donde la nota asume la posición impersonal de informar sobre la picantería arequipeña y sus potajes, los tipos de platos que se sirven, en algunos casos las excelencias de tal o cual comida que es de consumo diario, dentro de ese contexto se señala que los potajes característicos de día lunes, martes, miércoles, jueves y viernes, un menú por día diferente que un poco trasluce el sentir de una parte de la población arequipeña tenido como tradicionales.

La entrevista, es aquella cuyo género es retratar un aspecto fundamental de la culinaria desde la percepción del otro, desde la intervención de un personaje que conoce del tema, o es parte de la costumbre y tradición, pueden ser protagonistas los que han estacado en la preparación de las comidas y conducen una picantería, además están los especialistas o académicos que han hecho estudios sobre la gastronomía original o típica, generalmente esta parte está retratado en las páginas centrales y se cruce con alguna efeméride o fecha importante para la región.

Entonces este género respecto de lo que se produce y se come o alimenta es suficiente en términos de que exista un interlocutor; que dé a conocer unido a los potajes el grado de identidad y como la tradición es el marco adecuado de la forma típica de concebir los objetos y de allí que su consumo.

Ensayo, este género está basado en la investigación periodística, significa un estudio a profundidad sobre la gastronomía arequipeña, son más escasos ya que dentro del proceso acelerado de la comunicación en la actualidad solo se hacen cuando se conmemora fechas importantes que se involucra la identidad nacional, ya que significa que el periodista o reportero deben hacer una inmersión de campo donde los actores emic y etic termina definiendo formas de hacer, de concebir usos y costumbres, es aquella que permite una conocimiento de la culinaria pero sobre todo en el análisis existen símbolos signos y formas que retratan la gastronomía, insisto en que son los menos este tipo de notas.

Identidad Gastronómica

Este conocimiento gastronómico del “educador” abarca una escala que puede ir desde la historia de los platos, de los recetarios históricos y sus actualizaciones conforme a las nuevas tendencias en la evolución del gusto; la época ideal de la materia prima empleada en la elaboración, la mejor técnica culinaria para prepararla y su aporte nutritivo a la salud del comensal.

El rol que desempeña la prensa y en especial los medios de comunicación es difundir la esencia misma del arte culinario tradicional, revivir la histórica de antaño y plasmar a través de un lenguaje adecuado; buscando generar opinión y promoviendo identidad cultural de nuestra localidad hacia los lectores, en cambio esto no se ve reflejado en el análisis morfológico de nuestra investigación de los diarios de circulación regional sobre las picanterías, se deduce la poca responsabilidad del medio analizado sobre temas relacionados a la búsqueda de crear o resaltar temas acerca de las comidas tradicionales de Arequipa.

La construcción de una identidad cultural alimentaria, ya sea de un grupo o de una nación entera, procede de las evoluciones de las prácticas alimentarias y de las de los discursos gastronómicos y culinarios; un corpus alimentario y su representación son el fruto de una historia compleja, hecha de influencias, de introducciones o de abandonos de productos, de procesos de difusión, de fluctuaciones en la estructura de la comensalidad, de cambios de imagen de un manjar y de él que lo come.

La globalización ha permitido romper barreras geográficas impulsando la interculturalidad y la mezcla de culturas a través de las diferentes herramientas tecnológicas, dejando de lado una identidad cultural propia de nuestra sociedad asumiendo la alienación de posturas nuevas basadas en identidades de otras sociedades, si bien la identidad cultural alimentaria resalta las características y la evolución de los procesos alimentario; estas no han sido beneficiadas porque han sido desplazadas por tendencias que tienen mayor protagonismo en los mass media, sumado a eso se resalta la poca capacidad y el poco compromiso de los medios nacionales y locales, en la investigación desarrollada sobre los medios impresos de circulación local, se resalta la poca cobertura y el escaso tratamiento de la información sobre el arte culinario de región, traducido en las picanterías Arequipeñas.

El reconocimiento oficial de la gastronomía como patrimonio cultural inmaterial, demanda acciones que favorezcan su impulso, transmisión y continuidad. Así, las políticas públicas deben enfocarse en el fomento gastronómico identitario, ya que su endogeneidad exige tanto la protección de alimentos y bebidas tradicionales como su pertinente proyección entre la comunidad que los consume y los visitantes.

La participación del Estado debería ser activa en la promoción y el seguimiento del desarrollo de nuestra identidad, promoviendo políticas que busquen generar espacios abiertos en la difusión de las características propias de la alimentación de nuestra localidad, a consecuencia de la poca participación por parte del Estado se genera un vacío de conceptos, que tiene como consecuencia la desinformación de nuestras peculiaridades propias en la alimentación tradicional y que busca resaltar el turismo como un tema de bandera nacional y esto es reflejado a través de los medios de comunicación masiva.

Con lo establecido entre cultura e identidad gastronómica es fácil mantener más que diferencias, aspectos que ligan a ambos términos, es decir que tanto la cultura como la identidad gastronómica, están marcadas por el medio natural con factores como el clima de la localidad, su ubicación geográfica, la flora y fauna de la región y su aporte en la elaboración de los platos tradicionales y por lo tanto el medio y entorno social donde existe influencia de la historia. (Andrade, 2015)

La importación de un país se traduce en las particularidades de cada región, donde destacan nuestra cultura (flora, fauna) sin dejar de mencionar la elaboración de los alimentos con productos originarios de cada localidad, la conjugación entre cultura e identidad

gastronómica están asociadas al quehacer cotidiano de cada individuo, que manifiesta su actividad en la procedencia de su actuar en el entorno local.

Metodología

Es básica porque sirve de cimiento a la investigación aplicada o tecnológica; y es fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia. Es una investigación de nivel inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales. Este nivel de investigaciones podría también denominarse investigación diagnóstica o de levantamiento de datos, Asimismo, la Investigación Básica busca ampliar el conocimiento teórico y general, mientras que la Investigación Aplicada se propone, sobre todo, entregar soluciones que impacten a la sociedad.

Nuestro trabajo se centraliza por el propósito es este tipo de investigación, debido a que el análisis morfológico es solo un análisis de como los mass media tratan este tipo de información. Con esta investigación se busca ampliar el conocimiento teórico y general.

La Observación

Es un método de evaluación cuando existe un ejercicio de voluntad y una intencionalidad dirigida al objeto de conocimiento. Es la captación inmediata del objeto, la situación y las relaciones que se establecen.

Cuando la observación se define como la recolección de información en forma sistemática, válida y confiable, asumimos que la intencionalidad es científica. Entonces, necesita ser plasmada en registros que contengan criterios claros para, posteriormente, poder procesarla.

La observación de la unidad de análisis, es decir, los medios periodísticos son abierta cuando la indagación es libre y no está condicionada por criterios específicos. Se explora todo lo que aparece atendiendo a un marco referencial previo, que aporta los lineamientos básicos. Hablamos de observación cerrada cuando está sujeta a una guía previa delimitada por instrumentos. Para tal efecto una ficha de recolección de datos necesarios para el estudio.

Para indagar sobre algunos aspectos del aprendizaje, como, por ejemplo, las habilidades adquiridas en determinados procedimientos o ciertas características actitudinales en relación con los otros individuos y con la tarea, la observación es el único medio que tenemos para recolectar información válida para la toma de decisiones. Los mayores problemas que presenta este modo de medición se refieren a la objetividad y a la significación de lo observado. Así como la poca cantidad de elementos a recolectar, por ejemplo, de todo el tiraje establecido en dos años la cantidad de información es mínima, por ello la técnica y el instrumento tiene que adecuarse.

Instrumento: Hoja de registro morfológico

En general una hoja de registro es un instrumento cuantitativo para recolectar un tipo de información acorde a la técnica, se basa principalmente en anotar en una hoja a manera de registro la información encontrada, para nuestro caso notas periodísticas en los años de estudio, en sus diversas ediciones diarias y anotando sus características en un listado y haciendo los cuadros resumen del caso. Cuando hablamos de morfología es que nos referimos que los periódicos tienen una forma de presentación impresa diferente a todos otros tipos de impresos, por ejemplo, tienen secciones y géneros de redacción y tipografía especializada.

Procedimiento técnico: análisis cuantitativo de datos

Según lo demande el tipo de investigación como el caso del presente, estudio cuantitativo, las fases de análisis de la información que se utiliza para construir los resultados sobre la base de procedimientos estadísticos establecidos. Se selecciona el programa estadístico para utilizar, SPSS o equivalente; se establece la forma de organización de los datos de la variable a partir de cuadros con datos de frecuencia absoluta y frecuencia porcentual.

Población: Tiraje de diarios que editaron contenidos sobre cultura gastronómica: El Pueblo, El Comercio, Diario del País, Correo, La República y Noticias durante los últimos dos años (2023-2024). El periodo establecido es por 730 días.

Criterio de muestreo: No probabilístico a conveniencia ya que durante ese periodo de tiempo no necesariamente se ha redactado notas periodísticas sobre identidad gastronómica (picantería), teniendo un registro inicial de 12 notas en los diversos diarios regionales.

Discusión

A partir de al análisis del estado del arte y recolección de la información tenemos los resultados de los tres aspectos trabajados a saber: periodicidad de las notas; géneros periodísticos; contenido de las notas sobre identidad gastronómica.

Se analizó 12 notas periodísticas de los principales diarios regionales, de los cuales el diario Correo y la República son los que más cobertura les da a las notas sobre gastronomía.

- Diario Comercio solo se encontró una nota informativa
- Diario el País se encontró dos notas informativas
- Diario Noticias se encontró una nota informativa
- Diario Correo se encontró cuatro notas
- Diario la República se encontró tres notas
- Diario el Pueblo se encontró una nota tipo interpretativo

Tabla 1
Periodicidad de las notas sobre la identidad gastronómico en periódicos de circulación local del sur andino

Periódicos	2023	2024
Correo	x	xxx
El Comercio		x
El Pueblo	x	
El País	x	x
La República	x	xx
Noticias		x

Elaboración en el marco del proyecto: Estrategias de comunicación efectiva sobre la picantería para reconocer la otredad; a través cambios, permanencias de usos en la gastronomía en el marco de consumidores de la provincia Arequipa 2023-2024

Es necesario señalar que la revalorización de la picantería den el marco de la identidad gastronómica, resulta, respecto de la tabla, al ser solo 12 notas periodísticas en 2 años muy controversial; si tomamos en cuenta a Borrat,(1989) quien plantea que el periódico es un actor en la dinámica de la sociedad, esta presencia vista desde la picantería es mínima, por lo tanto la función del periódico como ente dinamizador de los actos y consumo en contextos sociales, se opone ya que la identidad gastronómica y picantería se encuentra en un franco retroceso en la divulgación periodística, Intriago(2020) propone que el volumen dentro de la periodicidad se

debe al tratamiento serio de los alimentos que raya en el reportaje profundo lo cual no se observa debido ala mínima divulgación, por lo tanto la periodicidad de la prensa en Arequipa no permite un mejor conocimiento de la gastronomía.

Tabla 2
Géneros periodísticos

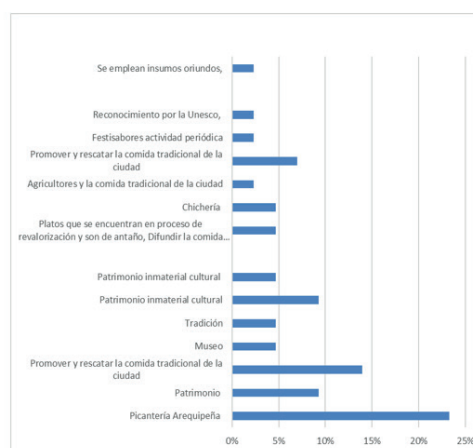
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Informativo	8	66,7	66,7	66,7
	Entrevista	2	16,7	16,7	83,3
	Ensayo	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración en el marco del proyecto: Estrategias de comunicación efectiva sobre la picantería para reconocer la otredad; a través cambios, permanencias de usos en la gastronomía en el marco de consumidores de la provincia Arequipa 2023-2024

Sobresale nota informativa, la posible razón es porque normalmente se resalta notas porque son acontecimientos que se producen en un momento importante o fecha, por ejemplo, al aniversario de Arequipa donde se aborda mucho sobre informaciones con contenidos relacionados a la actividad y se hace mención mucho de la picantería. Otra, es porque se realizan un sinnúmero de actividades con carácter turístico como ferias, festivales y degustaciones masivas. Excluyéndose la entrevista y el ensayo, estos géneros son generalmente aparecen solo en las efemérides. Por lo que consideramos que los diarios de la región no están cumpliendo su función educadora.

Figura 1

Contenido de las notas sobre identidad gastronómica en periódicos de circulación local del sur andino



Elaboración en el marco del proyecto: Estrategias de comunicación efectiva sobre la picantería para reconocer la otredad; a través cambios, permanencias de usos en la gastronomía en el marco de consumidores de la provincia Arequipa 2023-2024.

La mayor cantidad de información se concentra en la picantería arequipeña que existen en la gastronomía regional, seguido por promover y rescatar la comida tradicional; para luego ser considerada patrimonio inmaterial cultural a nivel nacional e internacional, este es un rubro muy importante porque se destaca de entre los platos premiados a diferencia de otros del país. Luego en otro

rubro los expertos informan y analizan los principales y tradicionales ingredientes que se utilizan. Aclaramos que se reiteran algunas dimensiones porque se basan en dos años; de igual forma se considera que el aporte siempre está en la exaltación de la picantería, pero consideramos que no es suficiente, y la razón es porque los diarios son inmediatistas y manejan la información en torno a los hechos que convergen en el contexto.

Conclusiones

Es necesario comprender que la gastronomía arequipeña como identidad desde la prensa, es relativizada solo a efemérides como aniversarios o fiesta tradicionales.

La periodicidad de las notas de la prensa, sobre la identidad gastronómico, permiten comprender que el tema cultural no es importante debido que el consumidor tiene otra tendencia noticiosa, por lo que en los dos años que se ha encontrado 12 notas sobre el papel de la gastronomía arequipeña.

El género periodístico más utilizado, es la nota informativa y en menor medida las entrevista y los ensayos, lo cual al tener mínima divulgación el trabajo periodístico de esta naturaleza, no es importantes; en consecuencia, no se induce a una la identidad regional.

El contenido de las notas sobre identidad se tiene que más es sobre la picantería y la revalorización de los potajes, lo cual debe permitir el fortalecimiento del sentido de pertenencia en la región.

Referencias

- Aguilera Bornand, I. M. (2018). Comida Étnica, Exotismo Y Otridad En Chile. El Caso Del Restaurante “Peumayén Ancestral Food” Chungará (Arica), (ahead), 0-0. <https://doi.org/10.4067/s0717-73562018005001401>
- Andrade, J. (2015). Estudio de la identidad cultural Gastronómica de guayaquil y su vínculo en el fortalecimiento del sector Turístico de la ciudad en el año 2015. Universidad de Guayaquil.
- Bertran, M. (2017). Domesticar la globalización: alimentación y cultura en la urbanización de una zona rural en México. *Anales de Antropología*, 51(2), 123-130. <https://doi.org/10.1016/j.antro.2017.05.003>
- Brito, L., & Botelho, D. (2018). La gastronomía como marca de destino: proposiciones en Minas Gerais - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 390-412.
- Cabanilla, E. (2015). Impactos Culturales Del Turismo IMPACTOS CULTURALES DEL TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR SOBRE EL ROL DEL CHAMÁN Y LOS RITOS MÁGICO-RELIGIOSOS. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 356-373.
- Calleja Sordo, C. C., & González Damián, A. (2016). Mercantilización de la cultura en aras de ofrecer una experiencia turística estandarizada . Reflexiones desde el caso de Cozumel , México . *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 6(Especial), 82-95. <https://doi.org/10.2436/20.8070.01.15>
- Colussi Ribeiro, J. (2015). De la columna a la información corta móvil: análisis de los géneros periodísticos en los j-blogs políticos de Brasil y España. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(129), 265-283. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i129.2313>
- De Jesús Contreras, D., Thomé Ortiz, H., Espinoza Ortega, A., & Vizcarra Bordi, I. (2017). Turismo agroalimentario: una perspectiva recreativa de los alimentos emblemáticos desde la geografía del gusto. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(3), 549-567.
- Duhart, F. (2002). Comedo ergo sum. Reflexiones sobre la identidad cultural alimentaria. *Gazeta de Antropología* 18.
- Escobar, M., Mateluna, C., & Araya, L. (2016). Evolución y descripción de los modelos de personalidad de marca en latinoamérica. *Dimensión Empresarial*, 14(2), 91-113.
- Flores-galindo. (1994). Buscando un inca. Identidad y utopia en los Andes. En *Horizonte* (Ed.), *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations* (1ra ed.). <https://doi.org/10.2307/27582509>
- Fuller, N. (s. f.). Las vicisitudes del Concepto de cultura.
- García-Avilés, J. A., & Arias-Robles, F. (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología. *Textual & Visual Media*, (9), 101-132. Recuperado de <http://textualvisualmedia.com/images/revistas/9/articulos/generospe.pdf>
- García, V., & Gutiérrez, L. (2011). *Manual de géneros periodísticos.* (Ediciones). La Sabana.
- Hernández Sampieri, Fernández Carlos, B. M. del pilar. (2010). *Metodología de la investigación* (5° Ed. Mex; McGraw-Hill, Ed.).
- Hernando, A. (2012). Teoría arqueológica y crisis social. *Complutum*, 23(2), 127-145. <https://doi.org/10.5209/rev-CMPL.2012.v23.n2.40880>
- HORKHEIMER; M. Y ADORNO, T. W. (2006). "DIALÉCTICA DEL ILUMINISMO" (Escuela de). Recuperado de <file:///C:/Users/Home/Downloads/document.pdf>
- Mascarenhas, R., & Gândara, J. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. . *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen*, 19, 776-791
- Méndez-Coto, M. V. (2016). Diplomacia pública y marca-país en las Américas. Un acercamiento a las experiencias de Brasil, México y Perú. *Temas de Nuestra América. Revista de Estudios Latinoamericanos*, 32(59), 81. <https://doi.org/10.15359/tdna.32-59.6>
- Morón, C., & Schejtman, A. (1997). Evolucion Del Consumo De Alimentos En America Latina. Producción y manejo de datos de composición química de alimentos en nutrición, 83-91. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/010/ah833s/AH833S00.htm#Contents%5Cnftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/ah833s/AH833S04.pdf>
- Reyes Uribe, A., Guerra Avalos, E., & Quintero Villa, J. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. *Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo*, (32), 1-2. <https://doi.org/10.21854/eps.v0i32.3638>
- Schmitz, M., & Espinosa Pezzia, A. (2015). Impacto de la información disonante y consistente sobre la campaña Marca Perú en la identidad nacional y el bienestar social. *Universitas Psychologica*, 14(1), 15-24. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy13-5.iidc>
- Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2017). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik/ Deconstruction of journalistic genres and new media: From the inverted pyramid to Rubik's cube. *El profesional de la información*, 26(5), 1091-1099. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>

Varona Aramburu, D., Pérez Escolar, M., & Sánchez Muñoz, G. (2019). Teoría del framing y protoperiodismo. Estudio de los atributos asociados a la figura de Magallanes en los diarios de Pigafetta y Francisco Albo. *Latina, Revista de Comunicación*, (74), 734-747. <https://doi.org/10.4185/RLCS>

Zahari, M. S. M., Jalis, M. H., Zulfify, M. I., Radzi, S. M., & Othman, Z. (2009). Gastronomy: An Opportunity for Malaysian Culinary Educators. *International Education Studies*, 2(2), 66-71. <https://doi.org/10.5539/ies.v2n2p66>

Zapata Delgado, M. (2020). Confrontaciones entre la historia y escuela: El Puquina en el sur andino. *Veritas*, 21(1), 59. <https://doi.org/10.35286/veritas.v21i1.259>