



FACULTAD DE COMUNICACIONES

CARRERA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES

“PROGRAMACIÓN TELEVISIVA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE CONTENIDOS RELIGIOSOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN SAN MIGUEL 2020. CASO: JN19”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

Autora:

Zoila Catherin Santamaria Palomino

Asesor:

Mg. Michael Helfer Mancilla

Lima - Perú

2020

1. DEDICATORIA

A mi amada familia.

2. AGRADECIMIENTO

A todas las personas que formaron parte de esto, fueron muy valiosas. Agradezco especialmente a mi asesor Michael Helfer, por apoyarme y enseñarme en estos largo nueve meses y también al profesor Guillermo Maura, por darme esta nueva oportunidad.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
1.1 Realidad problemática	
1.2 Formulación del problema	
1.3 Objetivos	
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III. RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN	61
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES	68
CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	71
ANEXOS	74
Acta de autorización para sustentación de tesis o trabajo de suficiencia profesional	117
Acta de sustentación	

3. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales piezas de continuidad televisiva.....	22
Tabla 2 Tabla comparativa sobre Dimensión Continuidad según trabajadores y especialistas.	61
Tabla 3 Tabla comparativa sobre Dimensión Ritmo según trabajadores y especialistas...	62

4. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura n.º 1 Mosca del canal JN19.....	53
Figura n.º 2 Cortinilla del canal JN19.....	54
Figura n.º 3 Ubicación de la mosca en los programas... ..	54
Figura n.º 4 Sobreimpresión de canales y redes sociales del canal JN19 en azul.....	54
Figura n.º 5 Sobreimpresión de canales y redes sociales del canal JN19, usado en Cuaresma... ..	55
Figura n.º 6 Segmento del horario matutino de la grilla de marzo 2020.....	57
Figura n.º 7 Imagen principal del spot 'Quédate en casa con Jesús'.....	59
Figura n.º 8 Estructura visual del contenido del spot 'Quédate en casa con Jesús'.....	59

RESUMEN

El presente estudio, tuvo como objetivo identificar la estructura de la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020, caso JN19. El tipo de estudio efectuado fue del tipo básico con enfoque cualitativo, donde se aplicaron tres cuestionarios que fueron dirigidos a los trabajadores del canal quienes intervienen en la programación televisiva, a los especialistas en el tema y un focus group a los televidentes que consumen con más frecuencia los contenidos del canal; asimismo, se realizó una ficha de observación sobre la programación del canal, con los resultados que se obtuvieron de estos instrumentos se concluyó que la estructura de la programación de un canal con contenidos religiosos, ha sufrido cambios en el contexto de la pandemia, el orden ya no es el mismo a causa de sus contenidos que son producidos por el canal tras el confinamiento por la COVID 19, por lo cual la estructura se vio afectada inevitablemente.

Palabras clave: Programación, televisión, canales religiosos, medios. Contenidos.

5. CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

5.1. Realidad problemática

Consumir televisión en pleno siglo XXI, aún forma parte de la vida cotidiana de las personas con la existencia de una diversidad de canales, tanto en señal pública y privada, los televidentes buscan una programación que se ajuste a sus gustos e ideales. Siendo conformada esta por una variedad de géneros y formatos, entre los cuales los canales deben amoldarse a un ritmo, según su rubro como es el caso de los de entretenimiento, educativo, informativo, mixtos, entre otros; entonces la programación televisiva constituye parte de la imagen del medio y como lo identifican los consumidores. Sin embargo, llega un momento en el que la parrilla sufre cambios esporádicos, generando consecuencias benefactoras para la televisora o simplemente el declive de su programación y el posterior abandono de sus espectadores.

En los años treinta, en sincronía tanto en Europa como en EE.UU., la televisión ya se expandía por el mundo, siendo estos dos países quienes hacían uso de la programación radial, es decir, el modelo al que se estaban adhiriendo para realizar sus primeras emisiones en la caja chica (Izquierdo, 2016). La modificación de esa primera guía no demoraría en mejorar y por ello era inevitable el cambio, porque el mismo ritmo de esta aburría al televidente. Centrándonos en Europa, durante la Segunda Guerra Mundial, la televisión permaneció inutilizable, no emitía señal alguna, por ende, no había programación, no hasta 1948 cuando las emisiones volvieron; pero solo en Gran Bretaña. En España es en donde ocurre un cambio más drástico en el discurso de la televisión. Según Izquierdo (2016) desde la posguerra el estado se involucra más en la programación, su modelo era más dictatorial, es decir, el gobierno imponía ideas en los contenidos televisivos, y esta no mantenía un orden.

Sin embargo, desde que ocurren estas variaciones, se plantean las tres primeras funciones y servicios que debía brindar una programación: la de informar, educar y entretener; con la intención de que los televidentes logren conectarse con al menos algún programa de interés (Izquierdo, 2016). Por tanto, los servicios mencionados comenzaban a tomar presencia en la programación televisiva en todo el mundo, aunque de estas tres alguna sobresale más que la otra, y es que el interés del

televigente va evolucionando conforme pasan los años, tal vez en un inicio tomaban la televisión como un medio para educar, pero poco a poco se convierte en un escape para entretenerse.

En el caso del continente asiático, donde al igual que España, la programación era dominada por el gobierno, esta no sufría de variaciones, y era más monopolizada por el estado y lo que les convenía (Altafaja, 2017). Estos detalles no se alejan mucho de la actualidad, muchos de los gobernantes impiden mostrar lo que realmente ocurre en la sociedad. En su estudio, el autor argumenta que a pesar de que el continente asiático daba importancia a la difusión de contenidos que refuerzan la identidad de su cultura; entonces lo que hacían en realidad era evitar que los canales mostraran más diversidad u otro tipo de géneros y formatos para que se logre una interacción entre el emisor (el canal televisivo) y el receptor (la audiencia), y eso era no tener la libertad de crear y encasillarse en una ideología que solo el gobierno podría aprobar.

En los inicios de la programación en América, el primer medio que empleó este discurso organizado fue la radio, ya que se usó para una estrategia de venta en Estados Unidos, solo difunden contenido comercial. En 1916 David Sarnoff, manager de Radio Corporation of America, presentó una propuesta radial en la que consistían la venta de varios aparatos radiales, valga la redundancia (Izquierdo, 2016). Sin embargo, el autor describe que no fue un éxito, era una radio que transmitía de forma unidireccional, de uso doméstico. Por otra parte, Thomas Cowan, trabajador de Westinghouse (empresa de venta de electrodomésticos), quien en 1921 tomó esa oportunidad y elaboró la primera parrilla de programación conformada por música, información meteorológica, lecturas, deporte, siguiendo un horario y ritmo establecido. La variedad de contenidos que ofrecía era básica para atraer a más espectadores. El conectar con la audiencia y emitir esta diversidad de contenidos lo hizo muy valioso.

EE.UU. fue el pionero en cuanto a la programación televisiva en América. Quienes se encargaban de realizar la grilla eran los anunciantes, ya que netamente la programación iba en torno a una variedad de programas patrocinados. Sin embargo, el modelo que fueron desarrollando por varios años decayó, no era de extrañar que la monotonía agotara a la audiencia, por ello las cadenas televisivas toman el mando de la programación y realizan el primer cambio de la parrilla, convirtiéndolo un poco más complicado, en sentido más estratégico, no solo se centraría en programas de plató,

sino que apostaría por las series de ficción, y tras ello la audiencia dio por aprobada tal variación.

Pero, ocurre una desregulación tanto en EE.UU. como en Europa, en 1990 la televisión privada hace su aparición, generando cambios drásticos en la programación televisiva, la cual ahora se dirigía hacia la economía (Izquierdo, 2016). El contenido exclusivo de la televisión privada llamaba el interés del público para que lograrán invertir en ellos, y consigo ocurrió el ingreso del fenómeno denominado telebasura, generando una atracción mayor en los televidentes ante esta novedad. Además de ello, tanto el modelo de la televisión pública como la privada tuvieron una fusión, algo que ha perjudicado mucho hasta la actualidad, y es que hay mucha confusión de lo que debería ser y mostrar realmente cada tipo de televisión.

Por el lado de Latinoamérica, en Ecuador, la programación también era tomada por el gobierno. En el año 1956 comenzaba la transmisión de ECUADOR TV la cual era controlada por el estado, cambiando y añadiendo programas a su favor en cuanto a la imagen de ellos a pesar del rechazo de la audiencia (Mier, 2016). Esto ocurre en base al éxito y a la acogida que ocasionaba la televisión en los hogares de la población. En un inicio el uso de la programación no era controlada por el gobierno, prácticamente era flexible a las necesidades de la audiencia. Sin embargo, las ansias de ganar la aceptación del público valían más para los gobernantes, eso implicaba tener un discurso televisivo que los favoreciera en sus próximas elecciones.

En el Perú, en 1958 se emitía por primera vez una señal televisiva en el canal 7, la cual solo contaba con una programación de dos horas que contenía un documental. Al pasar los años claramente eso evolucionó, el modelo de la programación televisiva fue incluyendo programas infantiles, películas, programas culturales (Vivas, 2017). Para las provincias del país, muchos tomaban la señal de las televisoras limeñas y en algunos momentos de la programación incluían un programa de entretenimiento de la misma ciudad. Durante años la programación televisiva de varios canales peruanos fue inconsistente a sus inicios, ya que era una competencia clara de quién atraía a la mayor cantidad de televidentes mediante contenidos nuevos llamativos, tanto en la televisión pública como en la privada. No existía algún impedimento por parte del gobierno el mostrar variedad de géneros, al menos hasta cierta época antes del terrorismo y luego de este.

Durante el año 2020 la programación televisiva de los canales peruanos pasó por una alteración no prevista, tras la llegada de la pandemia muchas producciones se detuvieron por las medidas que impartía el gobierno, pero se asomaba una situación también preocupante y es que al llegar el confinamiento el nivel de audiencia aumentó incluyéndose a las redes sociales, y el reto de mantener al televidente se limitaba a hacerse con lo que, se podría decir, tuvieran en la mano, ingeniárselas para no abrumarlos, pero era inevitable en una situación así. Uno de los ingresos a la programación fue Aprendo en casa, programa educativo, se aplicó a todas las televisoras nacionales, incluso los canales con contenido religioso. Además de ello, los noticieros abarcaban el mayor porcentaje de la programación habitual, informando todo lo que ocurría durante el inicio de la cuarentena en el país y más adelante sobre los sucesos políticos agraviantes que acontecían, cuando tiempo antes se enfocaban más en el entretenimiento.

Es posible que este último año sea uno de los tiempos donde ocurrieron más cambios drásticos en la programación de los canales, sin previo aviso se varía una grilla trabajada para su emisión, pero este fue un caso de emergencia. Hay otras ocurrencias en la programación nacional, que si bien es cierto y es de conocimiento general que varias de las emisiones incumplen algunos de los fines del servicio de radiodifusión, aplicados por ley como las de brindar conocimiento, cultura, promover los valores humanos y de la identidad nacional (Ley N° 28278, 2015, art.4). Así como también, incumplen no respetando la programación donde a pesar de ello es parte de la ley (Ley N° 28278, 2015, art. 37).

Los canales con contenidos religiosos en nuestro país no son reconocidos, estos también forman parte del medio. La programación de este tipo de canal varía con más frecuencia ya que estos tienden a celebrar muchas fechas importantes durante el año, centrándonos en los cristianos y católicos: Semana Santa, Pascua, Adviento, Navidad, Pentecostés, Cuaresma, e incluyen eventos grandes y otros relacionados con Roma. Así que este medio tiende a variar más su grilla; sin embargo, suelen ocurrir cambios repentinos causados por situaciones como el de la pandemia, que en este caso ocasionó no solo cambios esporádicos en la programación sino también de manera interna, es decir la organización del canal, que basándonos en JN19, sus contenidos giraban más en las entrevistas y misas presenciales, cambiándolos por

programas enlatados y comerciales, sumándole a eso la duración excesiva de programas que pueden perjudicar el horario establecido, ocasionando una reprogramación imprevista y además molestia en los televidentes. Hay muchos factores que están involucrados en estas alteraciones y que en conjunto deben ser considerados para que se evite este tipo de problemas.

Las siguientes investigaciones son referentes sobre la programación televisiva:

A nivel internacional, De Casas Moreno (2016), realizó la tesis doctoral denominada La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados de España e Italia: estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia en la Universidad de Huelva, España. El objetivo del estudio se basa en examinar la programación de los canales en los países ya mencionados, con el fin de señalar tres puntos claves del discurso televisivo, los estereotipos ideológicos y los hábitos de los seguidores de estos canales sensacionalistas. Aplicó un método de investigación mixto dividido en dos partes, la primera es un análisis cualitativo de cierta cantidad de programas seleccionados, y la segunda es un cuestionario aplicado en los televidentes en la que buscaron información sobre los hábitos de los televidentes, como resultado del primer estudio, la programación de estos canales está transmitiendo mensajes demasiados negativos, la información de lo que ocurre en la actualidad está siendo manipulada, demostrando que los temas más consumidos son sobre el amor y la familia. En los resultados, en los televidentes españoles, la preferencia entre la televisión privada y la pública no es mucha la diferencia, están entre el 43% y el 42% respectivamente. A diferencia de la audiencia italiana quienes ven más la televisión pública que la privada, 56% y 39% respectivamente. En cuando a los programas sensacionalistas seleccionados para el estudio, el porcentaje de los visionados de estos es mucho menor, tanto de la televisión pública como la privada, llegando a un 27% el máximo y un 12% el mínimo. Con respecto a esos últimos porcentajes, la autora concluye que las personas no admiten y aceptan que consumen este tipo de programa.

Mier (2015) desarrolló la tesis doctoral sobre la Creación y desarrollo de Ecuador TV en la Universidad de Santiago de Compostela, España. La investigación se centra en la comparación del inicio del canal y su actual funcionamiento, para corroborar que cumple la ley de comunicación impuestas en ese país. Además de ello, otro de sus objetivos es de saber si la programación contribuye en la integración regional. Para

esta tesis, emplea la fusión de la metodología cuantitativa con la cualitativa, al aplicarlo se esperaba encontrar los datos necesarios para comprender mejor el servicio que brinda el canal. En los resultados, demuestran la evolución de la programación a través de los años y como esta se ha adaptado a la audiencia. En la programación se muestra un desbalance entre las producciones nacionales e internacionales y dependen mucho de esta última. También, el 73% de la población puede acceder a la programación de Ecuador TV. Sin embargo, esta televisión pública debe enfrentarse a programaciones que son más llamativas para el público, ya que solo figura 2% de rating registrado en el 2013. Se concluye que la programación del canal ofrezca más diversidad y pluralidad.

Rodríguez (2012), elaboró la tesis doctoral sobre la Producción y programación de programas infantiles y educativos para televisión en la Universidad de Sevilla, España. El estudio se dirige a la realización de contenidos infantiles y educativos para televisión, en ello también evalúan la programación de Andalucía, donde sitúan la necesidad de que se realicen más programas de este tipo de contenidos; asimismo, define teorías y metodologías para elaborar producción televisiva, y además aportan términos generales sobre la televisión como servicio público. En sus conclusiones señala que los programas sean más considerados en la televisión pública, donde a pesar de la existencia de canales para un público infantil que suelen ser privados, mientras que la programación de la televisión pública tienden a incluir lo mínimo de programas infantiles en su parrilla. Por tanto, la realización de series infantiles es demasiado baja, solo el 7,4% de la parrilla es ocupada por las series animadas españolas y el horario infantil se centra en la mañana, en la población de niños de 4 a 12 años que consumen más la programación en horarios familiares.

Linares (2017), desarrolló la tesis doctoral denominada La Iglesia Católica en los medios de comunicación y su reflejo en la sociedad española. Plan de acciones comunicativas para mejorar su imagen en la Universidad Católica de Murcia, España. El propósito del estudio fue establecer un plan de comunicación para la Iglesia en España, esto implica investigar los aspectos en la gestión de comunicación que se va desarrollando. Aplicó un análisis de la gestión que llevan las entidades de carácter religioso, seguido de ello realiza una encuesta a los encargados de los medios de comunicación de las diócesis españolas para tener un punto de vista en cuanto al modelo de difusión que tienen tanto en los medios como en su mismo entorno. Por

último, realiza una encuesta a varios grupos de personas para conocer su apreciación con respecto al mensaje que llegan a recibir sobre la Iglesia en los medios de comunicación. En las conclusiones se señalan el interés del público sobre la Iglesia católica que ha ido disminuyendo. El 51% de las personas encuestadas no conocen a la Conferencia Episcopal Española ni sus actividades; a su vez, los que aseguran conocer a la institución, el 51,6% aseguran saber de ella a través de los medios de comunicación. Además de ello los medios no muestran una buena imagen sobre la Iglesia, sumándoles que no divulgan el mensaje en sí de esta institución.

Picazo (2014), elaboró la tesis doctoral denominada El discurso religioso como ideología y su reflejo en los medios de comunicación social en la Universidad de Valencia, España. La investigación se dirige a exponer el uso convincente del lenguaje de los medios de comunicación para manifestar la ideología de la Iglesia Católica. Para la metodología, realiza dos análisis, uno sobre la ideología de la Iglesia y otro sobre cómo es mostrado en los medios. Concluyó, que el discurso religioso ha ido cambiando, adaptándose a las necesidades de la sociedad. Además de ello, la presencia de la Iglesia se ha ido expandiendo a otros medios de enfrentamiento, como el cine, música, comics, etc., tratando de llegar a más personas como sea posible.

A nivel nacional, Castillo (2019), elaboró su tesis de maestría La Comunicación Integral en un canal de televisión estatal: Aplicación de un plan estratégico de comunicaciones para la División de contenidos digitales del canal IPe en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo del estudio se dirige a la elaboración un plan piloto para que los contenidos de IPe sean más promocionados en los medios digitales. Para ello evalúan varios puntos para desarrollar el plan, uno de ellos es la programación de IPe y su audiencia, quienes son un público más joven y son quienes acceden con más frecuencia a los contenidos digitales. Como conclusión, el autor establece que las áreas del canal se involucren más en la creación de los contenidos digitales, y además que estos materiales deben de adaptarse a los dispositivos digitales donde se planea emitir.

Cortavitarte (2016), realizó su tesis de maestría titulado Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tuvo como objetivo esclarecer detalladamente la influencia de la programación televisiva nacional en los

jóvenes, además de comprender la insatisfacción en los televidentes sobre los contenidos que brindan los canales peruanos más consumidos. El tipo de investigación que aplica es la no experimental y transeccional, enfocándose en el análisis de fenómenos que transcurren en un tiempo determinado. Con ello incluye encuestas para determinar el nivel de insatisfacción en la población. En los resultados, se confirma la insatisfacción con respecto a los contenidos difundidos, mediante las encuestas; y, por otro lado, menciona la influencia que tiene la televisión hacia los jóvenes, quienes en el estudio responden sobre los motivos por los cuales la televisión los atrae.

Coz (2017), elaboró la tesis de maestría sobre los efectos socioeducativos de los programas de entretenimiento televisivo en los estudiantes de Educación de la UNHEVAL: 2017 en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán de Huánuco. El objetivo fue determinar y analizar las consecuencias socioeducativas de los programas de entretenimiento que recaen en los estudiantes de educación de la UNHEVAL. El método aplicado fue el descriptivo y explicativo, indagando más a fondo sobre las preferencias y gustos por los programas de entretenimiento que son visualizados por los estudiantes. Como resultado, el 48% de los jóvenes prefieren la televisión por encima de otros medios. Además de ello, el 50% prefieren sintonizar América Televisión, sobre todo los programas realitys, talk shows, programas de espectáculo. No obstante, los estudiantes determinaron que esos programas no contribuyen a su formación profesional, y no solo eso, los denominados programas basura influyen en la familia y la educación.

Cáceres (2011), en su tesis de maestría donde trató sobre la visibilidad de una emisora de TV Local, en tiempos de globalización, el caso de la ciudad de Arequipa en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo del estudio fue indagar sobre la situación mundial y local en la televisión. La investigadora realiza un estudio cuantitativo donde se aplicaron encuestas a 1000 personas y otro cualitativo, escogiendo grupos focales para la discusión sobre el tema. También incluye un análisis sobre tres emisoras locales y entrevistas a los directores y productores de las respectivas emisoras. Como resultado, se comprueba que la televisión global crea en la comunidad una fragmentación en la audiencia. Además de ello, en la televisión local no hay suficiente dinamismo, es por ello que recurren a los materiales del extranjero.

Por lo tanto, concluye que la audiencia logra percibir y se incrementa al notar la presencia de nuevas producciones locales.

Por último, Atarama et al. (2017), desarrolló el artículo sobre la televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta, en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. La investigación trata sobre los canales de señal abierta y su desarrollo en las plataformas digitales. En el estudio, se empleó el análisis de contenido de la programación y de las redes sociales. Como resultado, señala que es muy baja la interacción de los canales con su audiencia cuando se trata de las plataformas digitales, no hay suficiente actividad para una retroalimentación entre ambos. El modelo de programación que ofrecen los canales es generalista. Dejan entendido que tres de los cinco canales seleccionados tienen mayor producción propia, y es una característica en la televisión latinoamericana el que la producción propia supere a los materiales importados. A pesar de que el canal TV PERÚ ofrece un 90% de programación propia, esta no es explotada en las redes sociales, deduciéndose que los canales no tienen una estrategia para las redes sociales.

La televisión es uno de los medios de comunicación más consumidos, a través de ella brinda a la audiencia un mensaje el cual puede ser educativo, de entretenimiento, informativo, etc. Los primeros proyectos que se acercaron a la creación del aparato más usado se realizaron en 1925, donde el ingeniero escocés John Logie Baird logró captar las primeras imágenes en un televisor de invención propia. Transmitía un programa de media hora con 25 imágenes por segundo (Vivas, 2017). Luego de la Primera Guerra Mundial, los avances electrónicos contribuyeron en la mejora de la invención del aparato, para luego ser distribuido por todo el mundo.

Si bien es cierto que la televisión tiene diversos servicios que ofrecer, Eco (1985) nos describe las eras por las que pasó y pasa la televisión. La primera es la Paleotelevisión, esta presentaba la programación inicial y el nacimiento de la televisión pública, la que fue creada con el fin de educar, informar, y que una vez en manos de los gobernantes esta era usada a su favor. La televisión pública, como mencionan Vila et al. (2012), tiene como prioridad brindar sus servicios al público, valga la redundancia, además de que ha demostrado muchos más cambios y evolución, y fue necesario porque tras la llegada de la televisión privada esta era dejada de lado.

En la primera era no había retroalimentación con el público, era más de dar, a diferencia de la Neotelevisión que fue la siguiente, en esta surge la televisión privada, la cual tiene como características la convivencia y la participación de los espectadores, además de eso ofrece contenidos más diversos, de entretenimiento, cultura, las llamadas telefónicas a los programas son la parte esencial, mantenían la unión de la televisión con la audiencia. En la actualidad se lleva a cabo la era de la Metatelevisión, según Olson (1987), es cuando la televisión llega a alcanzar la madurez, en esta era ocurre la fragmentación de la programación, la cual es explicada más adelante, la exclusividad de los canales comienza a atraer a la audiencia, canales Premium, la variedad de géneros va acorde a la rutina de los espectadores.

Es claro que estos cambios más se han realizado en base a la vida acelerada que llevan las personas, es decir, la audiencia. La Real Academia Española (s.f), la define como el número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación. D'Elia (2015), no solo considera a la audiencia como un público que recibe información, sino que también puede realizar críticas y al mismo tiempo producir contenidos televisivos, ellos prácticamente ya han tomado el control de lo que la televisión necesita mostrar para mantenerlos enganchados, es así como la televisión va cambiando y evolucionando. La medida de cuánta es la audiencia que consume televisión es llamada rating, de acuerdo a Izquierdo (2016). La unidad mínima del conteo del rating es por cada minuto. Tanto para la televisión pública como para la privada, el rating varía en su importancia; para la televisión pública su misión esencial es la de educar, informar y entretener, pero siempre innovando, nunca se detiene, con eso gana audiencia. Para la privada, el rating es negocio, busca de cualquier forma que el rating se mantenga en la cúspide, hasta puede ofrecer morbo con tal que la audiencia pague por ver ese tipo de contenido. Además, de ello cuentan con el horario estelar o también llamado Prime time, que son las horas donde la audiencia aumenta. Varía en cada país, en el caso de Perú el horario estelar va desde las 6 p.m. hasta las 00:00 a.m. según OBITEL (2013).

Durante estos tiempos de pandemia, en el Perú ha aumentado un 23% de su consumo, simplemente se estaba dejando de lado este medio siendo reemplazado por los medios digitales, pero frente a la crisis sanitaria tuvo un resurgimiento y otra

oportunidad para reforzar el lazo con la audiencia, cambiando la programación y adaptándose a la situación actual que viven los televidentes.

Si bien es cierto, el término canal religioso es usado e identifican más con ese nombre a las casas televisivas que emiten producciones con contenidos religiosos, es un término no establecido de manera legal al referirnos a este tipo de canales. De manera coloquial, se puede definir que los canales religiosos son aquellos que en su programación cuentan con una alta gama de producciones audiovisuales que giran en torno a alguna religión, puede ser católica, evangélica, musulmana, judía, etc., la mayor parte de su grilla cuentan con ese contenido, es por ellos que los identifican de esa manera. Sin embargo, la participación de estos contenidos en la televisión tiene un nombre y se le conoce como pluralismo. Básicamente, el pluralismo, según Montero et al. (2015), es un acto esencial, una presencia en los medios que es vital para el ciudadano ya que con esta ayuda a que forme su propia opinión sobre algún suceso de cualquier ámbito, político, religioso, cultural, etc. Incluso en la ley N°28278 de radio y televisión se encuentra en el artículo II que los servicios de radiodifusión respeten el pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural, y se puede encontrar en la programación de varios canales televisivos que al menos hay algún contenido sobre la religión, mas no hay un porcentaje en específico en el que esta deba acaparar en la programación.

Cuando se menciona la palabra 'religión' no es bien aceptada en la sociedad, lo consideran muy irrelevante el creer en algo y ser fiel a ello. La Real Academia Española (s.f.), la define como un conjunto de creencias acerca de la divinidad, de sentimientos de veneración y temor hacia ella, que viene consigo el seguir normas morales para la conducta individual y social. Casabuenas (2019) aclara que el cristiano es quien cree en Cristo, Jesús, como único Dios, por otra parte, el católico es quien afirma que existe un Dios y este es padre de Jesús y de la humanidad.

Teniendo los conceptos planteados, la doctrina en la que se centra el canal JN19 es la religión católica y cristiana, convirtiéndolo en un medio televisivo católico cristiano. El canal se focaliza en evangelizar, dar a conocer tanto la palabra de Dios (el antiguo testamento bíblico) y el Evangelio (nuevo testamento). En cuanto a los servicios del canal JN19, según como cuenta en su historia, firma una autorización por parte del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para transmitir una señal

con servicio de radiodifusión educativa, es así como realmente se ubica la función que realiza la casa televisora, y además de ello en su programación ronda el pluralismo religioso.

Por otro lado, en base a la ley N°28278, que los servicios de radiodifusión según su finalidad cuentan con tres. La comercial, centrada más en los contenidos de entretenimiento de la audiencia, eso sí sin dejar de lado el ámbito de la información. La educativa, tiene a la educación, la cultura y el deporte como principales pilares de este servicio, que ayudan a la formación integral de la sociedad. Por último, la comunitaria, esta se centra en fortalecer la integración de la comunidad a la que va dirigida, más que todo se proyectan en comunidades campesinas y áreas rurales.

Algo que se debe tener claro es la diferencia entre las definiciones de grilla o parrilla de programación y la programación televisiva. Izquierdo (2016 p. 9), aclara que la parrilla de programación es la catalogación de los programas a transmitirse para el día, semana y meses. Es prácticamente el resultado final de organizar los contenidos a emitirse, y esto es presentado a la audiencia, con el fin de que ellos tengan en cuenta lo que el canal tiene preparado para su transmisión. En esta podemos encontrar programas que serán transmitidos en vivo, es decir en tiempo real, con los cuales se puede realizar una interacción con la audiencia y sacar beneficio de ello para el canal. Por otro lado, también encontraremos programas enlatados, definido por la Real Academia Española (s.f.) como programas audiovisuales que han sido grabados antes de su emisión. Estos contenidos pueden ser producciones nacionales como internacionales, por ende, la Ley N° 28278 pide que al menos la grilla cuente con un treinta por ciento de producción nacional, es un detalle que es solicitado por el Estado, puede ser de cualquier género o formato, pero sirve como reflejo de la actualidad por la que pasa el país en diferentes ámbitos.

En cuanto a la variable programación televisiva, cuando hablamos de ella encontramos una variedad de definiciones, sobre todo el enfoque en que le va dirigido este término. Por un lado, Herreros (1978), la define como una unidad coherente y sistemática, es decir que tiene un lineamiento trabajado para presentar un mensaje a la audiencia, que además de eso involucran programas de diferentes géneros pero que al mismo tiempo encuentran un sentido parejo que puede llevar a este discurso

televisivo, como también lo llama el autor, a un entendimiento y atracción para la audiencia.

Requena (1999), la nombra como macrodiscurso heterogéneo, refiriéndose a la amplia gama de géneros y formatos televisivos que puede mostrar una programación, y que no tienen un límite porque esta funciona las veinticuatro horas del día. En estas últimas líneas, cabe resaltar que en un inicio no mostraban contenidos durante la madrugada, esto ha ido cambiando y dándole importancia, no solo por el hecho de que existan personas que se desvelan mirando la televisión hasta altas horas de la noche, sino que al momento en que la señal televisiva ya no solo se muestra a nivel nacional, es decir al extranjero, se toma en cuenta la diferencia de horarios y apuntan a otra audiencia.

Por otro lado, Requena y Arias (1995), lo definen como la mejor manera de convencimiento, como una demostración estratégica para atrapar a los televidentes, un medio de espectáculo sin restricciones con el fin de lograr la mayor audiencia, hace una persecución ofreciendo diferentes géneros y formatos, sin necesidad de ocultar sus verdaderas intenciones al tratar de seducir al público. De acuerdo al autor se establece que muchas de las casas televisivas van por ese lado al definir a la programación, y es que sin importarle si cumplir o no la ley que se impone a los medios toman las riendas y plantean sus propios límites al mostrar sus contenidos.

Torregrosa (2010), centrándose en la actualidad, describe a la programación como un discurso televisivo fragmentado, es decir sin una estructura sólida, y es que esta ya no solo se centra en presentar un mensaje, como líneas arriba menciona Herreros (1978), sino que en el presente ésta se adapta al receptor, ya que la vida de los televidentes se ha vuelto mucho más movida y su consumo ha cambiado. Además de ello, también apunta la programación televisiva hacia la espectacularización como principal factor para lograr un discurso llamativo.

Por otra parte, Arana (2011), tiene dos definiciones sobre la programación. La primera, refiriéndose a esta como un discurso que crea un mensaje, que busca la conexión entre el emisor y la audiencia, y que va de la mano de un gran macrodiscurso de elementos, como las cortinillas, promos, caretas, creando una continuidad; logrando proyectar a los televidentes un estilo e identidad propia de la cadena

televisiva. Y la segunda, puede ser considerada como un producto final del conjunto de trabajos audiovisuales, gestionados para su demanda, evaluando muchos ámbitos, público objetivo, competencias, promociones, etc.; aprovechado como una ventana tanto a la venta de estas producciones como al consumismo de la audiencia, todo esto englobado en el negocio audiovisual.

Herreros (1978) indica que el discurso televisivo tiene características que al unirse logran un mensaje adecuado para el televidente, son la continuidad, el ritmo, el montaje y la heterogeneidad. Las dimensiones establecidas para el presente trabajo de investigación son las siguientes:

Continuidad

Conformada por los mensajes autónomos, es decir, publicidad, propaganda y extras (Herreros, 1978). Esta característica se centra más en una estrategia empresarial, ya que esta unión forma prácticamente la imagen del canal, con estas publicidades y demás detalles que son parte de la continuidad se crea eso, y jala la atención de los televidentes. Se podría decir que básicamente la continuidad es la imagen corporativa de la casa televisiva.

Para Gonzales y Caldevilla (2010), la continuidad se compone de dos piezas y/o elementos:

- Continuidad de marca corporativa audiovisual: refiriéndose a detalles visuales que forman parte esencial de la programación, las cuales se muestran para que el televidente mantenga una imagen del canal, es básico para su identificación. Estos detalles existen tanto dentro del discurso televisivo como fuera, para la investigación nos centraremos en el primero. Enfocándonos dentro del discurso televisivo, estos detalles visuales se componen de los identificativos de cadena (mosca/ identificativo corporativo), las cortinillas de entrada y de salida, caretas de patrocinio, cralls y sobreimpresiones, calificaciones morales, spot de imagen del canal, sintonías y voz corporativa, tipografías, colores, estilo del diseño: modelación, infografía, animación.
- Continuidad de marca de producto: se enfoca en la identidad de los programas, sobre todo de los productos propios del canal. Estos se componen de cabeceras

de programas, cierre de programas: créditos y *Copyright*, avances y menús de programación, autopromociones de producto, decorados, tipología de programas, presentadores, informativos: línea editorial.

El siguiente cuadro fue elaborado por Gonzales y Caldevilla (2010), quienes muestran de forma más ordenada las piezas de la continuidad.

Tabla 1. Principales piezas de continuidad televisiva

	Continuidad de marca corporativa	Continuidad de marca de producto
Dentro del propio discurso televisivo	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificativos de cadena: (mosca/identificativo corporativo/-Bumpers) ● Cortinillas de entrada y de salida ● Caretas de patrocinio ● Cralls y Sobreimpresiones ● Calificaciones morales ● Spot de Imagen del canal ● Sintonías y voz corporativa ● Tipografías, colores ● Estilo del diseño: modelación, infografía, animación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabeceras de programas ● Cierre de programas: créditos y Copyright ● Avances y menús de programación ● Autopromociones de producto ● Tipología de programas ● Presentadores ● Informativos: línea editorial
Fuera del discurso de emisión	<ul style="list-style-type: none"> ● Aplicaciones gráfico-visual de la marca: Papelería, vehículos, <i>merchandising</i> ● Publicidad del canal en otros medios ● Web corporativa ● Arquitectura corporativa: señalética ● Eventos promocionales-sociales 	

Fuente: González Oñate y Caldevilla Domínguez. (2010)

Ritmo

Es la parte de la combinación coherente tanto de géneros televisivos y de la publicidad, con el fin de que el televidente se mantenga sintonizando la programación Herreros, (1978). El ritmo se formará según el criterio del programador, en la actualidad estos bloques de la programación, donde se arma la combinación del género televisivo y la publicidad, están siendo más fragmentados, es decir, divididos para que se pueda abordar más información, separados en segmentos, y no solo quedarse con la emisión de un programa sin ser interrumpido. El ritmo se compone por los siguientes indicadores:

- Géneros televisivos: Ryan (1988), lo tilda como regularidades ligadas al género, es decir, que a pesar de las diferencias pueden encontrar un punto en el que unidas logren comunicar algo al receptor. La selección para el funcionamiento de

estos géneros en algún canal dependerá de puntos como el criterio del programador, que aportará al programa, cuales son las características del consumidor, etc.

- Géneros publicitarios: al tener este tipo de variedad y/o género, ya que siendo de publicidad su función es lograr un interés comercial con los espectadores en un tiempo muy corto, según Izquierdo (2016), este grupo publicitario cuenta con dos formatos, convencionales y no convencionales, que son puntuales con el propósito de estos micro videos.

Montaje

Se refiere más a la estructura de la parrilla o grilla de programación, en donde se ubican los bloques de horarios, distribuidos y ordenados según el público al que va dirigido Herreros (1978). De acuerdo a la definición del montaje, se toma las características de la parrilla que menciona Izquierdo (2016 p.22), la cual considera que la grilla se construye en base a dos técnicas: vertical y horizontal.

- Técnica vertical: busca que los bloques de la programación del día (24/7) no tengan contenidos diferentes, que sean similares, para mantener la audiencia, continuando una orientación vertical.
- Técnica horizontal: busca la fidelización de la audiencia, mediante la memorización de la programación que mantenga cierto horario durante toda la semana, de esa manera el público de forma automática sintoniza la programación.

Heterogénea

La programación de vela una estructura heterogénea de programas, ya que difunde un elenco muy variado de temas y de narrativas, que confiere un ritmo de continuidad permanente a la emisión Herreros (1978). En base al autor esta definición se acerca a la descripción de los modelos de programación. Izquierdo (2016 p.17) plantea seis diferentes modelos de programación.

- Modelo público de programación: Se caracteriza por tener un equilibrio de géneros televisivos en la parrilla de programación, no hay algún género que predomina

más que otros. Justamente por su variedad de géneros es que no tiene un público exacto al que va dirigido, la programación es para todos los gustos.

- Modelo privado de programación: se centra en elaborar una programación exclusiva, mediante estrategias, que logre captar la atención de un público que esté dispuesto a pagar por ello. Sus programas van en torno al entretenimiento y al ocio.
- Modelo generalista de programación: contiene diversidad de géneros, buscando y direccionando a una audiencia masiva. Tiene un parecido a la programación de enfoque comercial, sin embargo, esta se vincula a la gratuidad. Busca también ser reconocido.
- Modelo temático de programación: se centra en un público segmentado, en base a ello genera la programación. Vinculada a la televisión multicanal, donde no solo se puede consumir en diferentes medios televisivos, sino también en canales virtuales, es por ello que tiene un discurso fragmentado, ofrece a la audiencia tanta información como sea posible para mantener su fidelidad.
- Modelo gratuito de programación: tiene una programación general, no tiene alguna estrategia y/o se centran en algún género. Muestran programas que son emitidos sin alguna condición, a diferencia de otros que buscan ingresos.
- Modelo de pago de programación: ofrece una programación más exclusiva, accediendo a ella con ciertas condiciones que impone la casa televisora, dando beneficios como una programación sin publicidad o también muestra contenidos de carácter Premium, sobre todo en el cine, fútbol, contenido infantil.

El siguiente trabajo de investigación beneficiará y aportará de manera sobre la programación televisiva, de la cual se buscó e indagó respecto al tema o casos similares a la investigación, y de estas se generó datos, se replanteó conceptos sobre la programación televisiva y sus características, los modelos empleados en la televisión actual que continúan evolucionando, la identidad corporativa de un canal que busca de muchas maneras instalarse en la programación, e incluso otros aportes

conceptuales identificados en los antecedentes de este trabajo que generan teorías actualizadas del tema y que serán considerados por futuros investigadores.

En cuanto a la metodología, tendrá un enfoque cualitativo, seguirá los parámetros establecidos por este diseño de investigación, se analizará y categorizará la programación respectiva y se utilizó para ello los instrumentos adecuados, por tanto, se siguió la forma conceptual que señala la metodología de la investigación.

Finalmente, en la práctica, el estudio no solo aportará en la profesión, también estará abierto al apoyo a los investigadores que deseen seguir desarrollando y aplicando observaciones sobre la programación televisiva y sus afines, los cuales son poco tocados en nuestro país. Además, se considera que esta contribución puede ser utilizada para una mejora en la programación televisiva del canal en referencia tal como establecen las conclusiones y sugerencias.

5.2. Formulación del problema

5.2.1. Problema general

¿Cuál es la estructura de la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020.Caso JN19?

5.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es la continuidad en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020.Caso JN19?
- ¿Cuál es el ritmo con la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020.Caso JN19?
- ¿Qué montaje existe en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020.Caso JN19?
- ¿Qué heterogeneidad existe en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020.Caso JN19?

5.3. Objetivos

5.3.1. Objetivo general

Identificar la estructura en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.

5.3.2. Objetivos específicos

- Precisar sobre la característica de continuidad en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
- Identificar el género en el ritmo de la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
- Identificar la técnica de montaje utilizada en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
- Precisar el modelo de heterogeneidad en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.

6. CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

6.1. Tipo de investigación

El tipo de estudio que se aplicará será básico. Según Carrasco (2005 p. 43), este tipo de investigación busca ampliar y profundizar los conocimientos científicos ya presentes sobre la realidad del estudio. Asimismo, el diseño corresponde al enfoque cualitativo porque se considera un caso que de acuerdo al objetivo de la investigación se va a analizar la situación referido a la programación televisiva del canal JN19, enfocándose en un determinado tiempo que vendría a ser desde el inicio de la pandemia que afectó de muchas maneras a los medios de comunicación.

6.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

En base al tipo de investigación, para lograr expandir nuestra información se opta por que la población sea tomada del grupo de personas que están involucradas con la programación televisiva, tanto dentro como fuera del canal. En este caso, el primer grupo de quienes se tomará la muestra será de los trabajadores del canal JN19 que participen directamente en la programación y está conformada por cinco personas; Rolando Silva, quién tiene el cargo de Productor General en el área de Producción; Yuli Martinez, Productora y es parte del área de Producción; José Curalla, Editor y sonidista en el área de Producción; Kevin Cáceda, Editor y camarógrafo formando parte de Producción; Jenyfer Marquez, Programadora y traficante encargada del área de Programación, videoteca y tráfico.

El segundo grupo es conformado por los televidentes del canal, y se eligió a 10 personas por medio del WhatsApp que la encargada del área de Programación maneja, en ese número de celular los televidentes son libres de preguntar por la programación del canal o dudas afines del canal. Contando del mes de mayo a junio de este año 2021 han escrito un promedio de 26 personas, de las cuales algunas están más pendientes e interesadas por la programación y con frecuencia escriben sobre ello.

Por último, el tercer grupo será de los especialistas sobre el tema, reuniendo a tres de ellos; el primer especialista fue Basilia Mateo Castillo identificada con CIE 001-1022180-1, con estudios en Marketing y actualmente desempeña el puesto de Gerente de Programación en el canal católico Televida en República Dominicana, en donde

principalmente desarrolla la grilla de la programación del canal planificando todo lo que se emitirá en el canal.

El segundo especialista fue David Castillo identificado con DPI 3018 14716 0101, especialista en Mercadotecnia y publicidad, desempeña el puesto de Programador y editor en el canal católico Jesús TV en Guatemala, él se encarga de la elaboración de la programación del canal y además forma parte de las áreas de transmisión y edición en el canal.

Finalmente, el tercer especialista fue Radamés Colón Torres identificado con ID 1842443, especialista en Filosofía en Teología de la Comunicación, labora como Productor y programador en el Canal 13 de carácter católico en Puerto Rico, elabora no solo la programación del canal sino también forma parte de los productores y además planifica eventos.

El estudio comprende también una ficha de observación del periodo de marzo y abril del 2020 de la programación televisiva de JN19, en la que se aplicará un análisis de los cambios que surgieron en la grilla.

6.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Se aplicó la técnica para la recolección de información mediante el análisis de documentos que sirvieron para la investigación. En este caso se tomaron las grillas de la programación del canal JN19 durante los meses de marzo y abril del 2020, en ambas se empleó una ficha de observación en la que se analizó a detalle la programación del canal JN19, y sobre todo los cambios que surgieron a raíz de la pandemia.

Por otra parte, los instrumentos que se atribuyeron para la recolección de datos fueron cuestionarios aplicados a cinco trabajadores del canal JN19 cuyas áreas se involucran en la programación televisiva. Además, se realizó un focus group de máximo 10 televidentes que consumieron y participaron con más frecuencia en la programación del canal. A partir de estas respuestas se conocerá a detalle los distintos puntos de vista sobre la programación del canal y sus cambios recientes tras la pandemia.

Por último, se aplicó un cuestionario a tres especialistas de la programación televisiva; Basilia Mateo Castillo identificada con CIE 001-1022180-1, desempeña el puesto de Gerente de Programación en el canal católico Televida en República Dominicana, con especialidad en Marketing; David Castillo identificado con DPI 3018 14716 0101, desempeña el puesto de Programador y editor en el canal católico Jesús TV en Guatemala, con especialidad en Mercadotecnia y publicidad; Radamés Colón Torres identificado con ID 1842443, desempeña el puesto de Productor y programador en el canal católico Canal 13 en Puerto Rico, con especialidad en Filosofía en Teología de la Comunicación.

Cabe resaltar que tanto la ficha de observación y los cuestionarios fueron validados por tres especialistas en comunicaciones; Hernán Sotomayor, Clarck Valentin y Gerardo Karbaum.

6.4. Procedimiento

Para acceder a los datos del canal que serán necesarios para la investigación, se solicitó un documento con el permiso del director de la casa televisiva o el Productor General de esta en la que permitió el acceso a los documentos solicitados. Seguido de ello se inició el análisis y la elaboración de la ficha de observación.

En cuanto a la aplicación de los cuestionarios a los trabajadores del canal, se solicitó la reunión con cada uno de ellos de acuerdo a su disponibilidad durante la hora de su trabajo. Se realizó a su vez en cada área laboral. Igualmente, en la realización se explicó las características y condiciones para desarrollar el cuestionario, para ello se consideraron las respectivas medidas de bioseguridad y en cada encuentro se llevaron a cabo todas las medidas correspondientes.

Al desarrollar los cuestionarios de manera presencial, todas las entrevistas fueron grabadas en audio. El tiempo que se llevó a cabo los cuestionarios a todos los trabajadores tomó tres días, fueron desarrollados en los momentos disponibles de cada uno.

En el focus group se empleó para un máximo de 10 televidentes. Ellos fueron seleccionados tanto de la base de datos que el área de Asociados brindó como el del número de Whatsapp que tiene el área de Programación y videoteca. Esta área de

Asociados se encarga de registrar a los colaboradores y televidentes asiduos al canal JN19. Previamente se seleccionó a las personas que fueron entrevistadas coordinando a su vez con cada una de ellas para que formen parte del focus group. De las personas que llaman al canal, aproximadamente al día lo hacen 30 personas. En cuanto a los seleccionados del número de Whatsapp, el área de Programación cuenta con un número en el que el televidente está libre de llamar o escribir por el Whatsapp para realizar sus consultas sobre la programación en general, este número no está publicado en algún sitio web o fanpage del canal, simplemente es compartido entre las personas que están atentas o interesadas en la programación del canal. El chat de ese número lo maneja la encargada del área. Aproximadamente al mes escriben 25 personas. Ya con las personas seleccionadas se formaron dos grupos de cinco y participaron de una conferencia virtual por medio de whatsapp respondiendo el cuestionario creado. Se escogió ese medio ya que era más sencillo ingresar para los televidentes. Al igual que las entrevistas a los trabajadores, estas conferencias fueron grabadas en audio.

Por último, para el cuestionario a los especialistas, se coordinó con cada uno de los seleccionados mediante Whatsapp; Basilia Mateo, David Castillo y Radamés Colón; a dos de ellos se les envió el cuestionario para que puedan responder las preguntas y uno prefirió que el cuestionario se realice mediante una llamada la cual fue realizada y grabada previa coordinación.

Finalmente, la lista de cotejo fue analizada, recogiendo características de estudio de las variables identificadas.

6.5. Aspectos éticos

La autora se ha basado en los valores y principios que rigen una investigación donde la transparencia, honestidad, respeto a los derechos de autor han sido establecidos y aplicados, por lo tanto, este trabajo es de autoría de la presente investigadora de lo que da fe. Todos los datos mencionados en la investigación han sido autorizados para el desarrollo de este estudio.

7. CAPÍTULO III. RESULTADOS

7.1 Cuestionario para especialistas

El primer cuestionario fue aplicado a tres especialistas vinculados a la programación televisiva, quienes conocen el trabajo de elaborar una programación en medios de comunicación de contenidos religiosos.

Los especialistas respectivos son:

El primer especialista fue Basilia Mateo Castillo identificada con CIE 001-1022180-1, con estudios en Marketing y actualmente desempeña el puesto de Gerente de Programación en el canal católico Televida en República Dominicana.

El segundo especialista fue David Castillo identificado con DPI 3018 14716 0101, especialista en Mercadotecnia y publicidad, desempeña el puesto de Programador y editor en el canal católico Jesús TV en Guatemala.

Finalmente, el tercer especialista fue Radamés Colón Torres identificado con ID 1842443, especialista en Filosofía en Teología de la Comunicación, labora como Productor y programador en el Canal 13 de carácter católico en Puerto Rico.

7.1.1 Preguntas y respuestas

1. *¿Existe continuidad de marca corporativa audiovisual en la televisión de corte religioso como la del canal JN19?*

- **B. Mateo:** Sí.
- **D. Castillo:** En la mayoría de canales no existe, son muy pocos los que cuentan con una continuidad de marca corporativa.
- **R. Colón:** Sí, existe al menos en nuestro canal el logo que lo usamos para todo tipo de publicidad.

2. ¿Existe continuidad de marca de producto en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?

- **B. Mateo:** Claro que sí. En este sentido, si hablamos de los productos, clientes y su publicidad puede que varíe, no necesariamente tienen que tener contenidos religiosos solo estar de acuerdo a nuestra línea que ofrecemos al televidente.
- **D. Castillo:** Son muy pocos los canales religiosos que mantienen esta continuidad.
- **R. Colón:** Sí, todos los programas deben tener su logo, su marca, sobre todo su opening y closing. Cada programa está identificado, segmentado.

3. ¿Cómo es la función de la continuidad en la programación?

- **B. Mateo:** Radica básicamente en procesos continuos de dirigir, planificar, coordinar, y organizar de manera sistemática la programación de los contenidos del canal, tales como programas, comerciales, promociones, cápsulas, otros.
- **D. Castillo:** La función que manejamos va adaptada para que se esté emitiendo al aire las 24 horas del día, variándola y dejando espacios para promocionar la imagen corporativa del canal.
- **R. Colón:** La programación del canal si o si tiene que tener mucha publicidad, para que las personas que cambian a varios canales vean que hay una programación estable, de lunes a viernes y repetirlo dentro de esas 24 horas, a base de la audiencia que se tiene.

4. ¿De qué manera se da el ritmo en el género televisivo en los canales de corte religiosos como el de JN19?

- **B. Mateo:** Realmente somos medios especializados de corte religioso, pero siempre pensando en una programación para toda la familia, en la que hay que pensar en contenidos variados relacionados a los diferentes géneros y edades.

- **D. Castillo:** Por ser canal religioso, creo que el ritmo cambia porque se maneja mucha diversidad para que el televidente no se canse de tener los mismos contenidos.
- **R. Colón:** Tiene que haber un balance, 50/50. En nuestro caso que es religioso y cultural, hay de ambos contenidos.

5. ¿De qué manera se da el ritmo en el género publicitario en los canales de corte religioso como el de JN19?

- **B. Mateo:** El ritmo publicitario en este tipo de canal es un poco limitado, esto se debe a que no toda la publicidad puede ser expuesta, debido a que hay publicidad con mensaje muy claro donde se expone la dignidad humana, y se emite también mensajes subliminales donde existe morbo.
- **D. Castillo:** En algunos casos muy continuo.
- **R. Colón:** Es necesario tener una pauta publicitaria, comerciales informativos, marcas en pantalla, mención de marca.

6. ¿Cuál es el tipo de técnica de montaje más usado en la televisión de carácter religioso como JN19? ¿Vertical u Horizontal? Explique porqué.

- **B. Mateo:** Generalmente es horizontal. Respecto a la programación se planifica segmentando las franjas horarias, tomando en cuenta el tipo de contenido, horarios, edad etc.
- **D. Castillo:** A mi criterio, el tipo de técnica utilizada es la horizontal porque nos proporciona mayor variedad de contenido y puede organizarse mejor para el televidente.
- **R. Colón:** Horizontal más que todo. De lunes a viernes una programación y sábado y domingo otra. Hace que se mantenga la fidelidad del televidente y no tenga que esperar una semana a ver nuevamente el programa. Además, si hay contenido comercial se hace un contrato en el que se establece que la prioridad en la programación es la del canal.

7. ¿Cuál es el modelo heterogéneo de programación más usado en los canales religiosos como JN19? ¿Por qué?

- **B. Mateo:** Usualmente se utiliza un modelo que en la franja este presente la segmentación, ya que tomaría en cuenta el contenido, edad, horario y duración del contenido para desarrollar la grilla.
- **D. Castillo:** A mi parecer el modelo público ya que estos canales muestran un mayor interés cultural, formativo y evangelizador al televidente muestran una preocupación por el público del que viven.
- **R. Colón:** Es variado. Nuestra licencia es privado comercial, pero sin fines de lucro.

8. ¿Cuáles son las características del modelo predominante en JN19?

- **B. Mateo:** Tomando en cuenta que somos un medio especializado, las características del modelo deben estar orientadas a nuestros ejes de producción, estas son tales como Espirituales, formativos, Familia, Apologética, cultural etc.
- **D. Castillo:** Estas pueden llegar a proyectar un bienestar para los televidentes que buscan un mensaje diferente a los canales de tv no religiosos.
- **R. Colón:** Predomina La Santa Misa, lo espiritual, que se mantenga en su horario.

9. ¿La heterogeneidad debe estar siempre presente en el canal JN19?

- **B. Mateo:** Si claro, porque aunque seamos un medio católico, la programación debe estar orientada no solo en lo religioso, contenidos diferentes para toda la familia donde esté presente los valores y atractivo.
- **D. Castillo:** Si, debido a que la audiencia que nos ve son personas que van en busca de algo agradable a su criterio y es bueno tener una variación de programas como formación, mensajes, noticias, entretenimiento, etc.

- **R. Colón:** Por supuesto, sino sería aburrida.

10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?

- **B. Mateo:** Estamos viviendo tiempos muy cambiantes y cada día con gustos muy diferentes, los jóvenes de hoy prefieren emigrar a las redes, ya no quieren ver TV, cada día los retos son más difíciles y mantener un canal como el nuestro en el aire, pues se hace cada más duro. Sabiendo que no todo contenido entra en este tipo de señal, la publicidad, aunque se hace necesario para el sostenimiento, pero no todo puede pasar.
- **D. Castillo:** Hoy en día la programación religiosa cuenta con una gran variedad de contenido para llegar a su público y se esmera para poder mejorar y satisfacer a las personas que buscan algo diferente, canal que transmita la misma información en cada uno de sus programas es poco interesante, pero uno que diversifique temas y enseñanzas atrae más la atención.
- **R. Colón:** Mantener una mezcla de fe y cultura. El católico no vive en una burbuja religiosa, nosotros tenemos que hablarle de todo, siempre digiriéndose y pensando en el perfil del televidente, estar atento a ellos. Hacer un mercadeo de tu público para saber que contenidos mejorar o cambiar. Si hay algún cambio hay que adaptarse y no mantenerse en lo que se tiene, en la pandemia comenzamos a hacer producciones que animen a los televidentes. Sobre todo, mantener una programación continua.

7.2 Cuestionario para trabajadores

El siguiente cuestionario se realizó a los trabajadores del canal JN19 que participan en la programación televisiva. Están integrados por Rolando Silva identificado con DNI 41339078, quién tiene el cargo de Productor General; Yuli Martinez identificada con DNI 10419663, Productora; José Curalla identificado con DNI 10385475, Editor y sonidista; Kevin Cáceda identificado con DNI 70384761, Editor y camarógrafo; Jenyfer Marquez identificada con DNI 09854312, Programadora y traficante. El orden de las respuestas es conforme se han mencionado a los trabajadores.

7.2.1 Preguntas y respuestas

1. ¿Existe elementos identificativos del canal (logo, cortinillas, spot de imagen del canal, estilo en el diseño de sus contenidos) en la televisión como el caso del canal JN19?

- **R. Silva:** Si existen, el logo del canal JN19 perenne en toda la transmisión, entre cada programa se envía un identificador de las señales que emitimos 19.1 - 19.2, página web, véanos (nos ven las personas). Cortinillas (música) el color que resalta del logo el azul.
- **Y. Martínez:** Los elementos que identifican al canal son: El logo, la cortinilla, identifico al canal con el padre Manuel, el véanos también.
- **J. Curalla:** Claro, está el logo del canal, la cortinilla azul donde solo aparece el logo del canal y una breve música, el spot del Véanos de cada mes en donde aparecen diferentes cantantes peruanos en donde invita a la audiencia a ver el canal en diferentes plataformas.
- **K. Cáceda:** Si, varios, por ejemplo, el logo es muy característico, los logos animados que salen en algunos programas.
- **J. Marquez:** Sí.

2. ¿Existe elementos identificativos de los programas (cabeceras, cierre de programas, avances, autopromoción, presentadores) en la televisión como el caso del canal JN19?

- **R. Silva:** Cada programa tiene su promoción y spot general. Ósea hizo algunos puntuales de cada programa. La del Padre Pablo tenía una promoción del programa y a cada invitado que se le entrevistaba se le hacía grabar un breve video para que ellos mismos también promocionen el programa.
- **Y. Martínez:** El logo de Encuentro Espiritual, la Misa de sanación, Misas especiales. Por la música identifico que misa es. Los presentadores quienes más representan al canal son el padre Manuel, el padre Carlos y el padre Pablo. Anteriormente eran otras personas, como el padre que murió de Opción V y el Noticiero.

- **J. Curalla:** Las pantallas y logos del canal. Antes había avances de los programas y películas.
- **K. Cáceda:** Como el logo de Encuentro Espiritual o La santa misa dominical, son logos distintos, son como tres o cuatro logos distintos que los diferencian de cada programa y de cada misa diaria, de la misa de sanación, que son los sábados y de las misas dominicales.
- **J. Marquez:** Sí.

3. ¿Cómo es la función de la identidad del canal en la programación JN19? (Desarrollo, características, importancia, manejo de presupuesto asignado para la continuidad del canal como en el logo, escenografía, etc.).

- **R. Silva:** Cuando llegué al canal, las escenografías eran antiguas. Poco a poco realice los cambios. Se forzó a cambiar todo, que es lo que se necesita para hacer el gasto y cosas que se puedan reutilizar para no hacer mucho gasto. Todas las pantallas se cambiaron a HD. Se cambiaron la escenografía. Al encuentro de Jesús se hizo el cambio. La escenografía de la misa también se cambió. No parecía un altar. Ahora sí se asemeja a un altar. Siempre era el tema económico para toda publicidad y cambios.
- **Y. Martinez:** El canal lamentablemente no invierte nada para mejorar su identidad, así para que la gente lo identifique más. La imagen es del Padre Manuel. Si el padre Manuel se va desaparece el canal. El canal no invierte en su infraestructura, alguna infraestructura es donada o lo que hay con acciones propias de los trabajadores.
- **J. Curalla:** Es muy poca, antes al menos había más movimiento en promociones, pero en cuanto a invertir en la mejora de los programas siempre ha sido poca.
- **K. Cáceda:** Si creo que sí, pero no tanto como en otros medios, pero si hay algunos spots sobre las promociones que hay aquí, las cosas que se venden aquí. Los accesorios religiosos, alguna que otra sustancia para la salud. Como el noni o como el forbol que siempre lo promocionan aquí a parte de los spots que se promocionan para los programas y misas. Yo creo que se debería invertir bastante en eso, deberían

enfocar más en esa parte, que es como la cara, para captar más a la gente y sintonizar un programa y engancharse.

- **J. Marquez:** La función de la identidad del canal JN19: Se desarrolla en torno al tema de la evangelización a través de una programación familiar y educativa. El programa principal es la Santa Misa en nivel de importancia continúan los eventos del Vaticano y Tierra Santa, y de otros lugares del mundo. Tenemos una programación variada en cuanto a formatos de tv como películas, conciertos, entrevistas, noticieros, documentales, series, microprogramas, predicas y programas en vivo. Sobre el manejo de un presupuesto asignado para el logo, por el momento no se ha modificado el mismo lleva ya 20 años de creación y no se piensa modificar aún.

4. *¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros televisivos (informativos, ficción y de entretenimiento) en el caso de JN19?*

- **R. Silva:** Cuando llegué al canal había más programas y no había una línea. Todo era mezclado, antes de la misa de sanación se pasaban programas que eran pagados. Había una empresa que iba a pagar, pero pasaban una mujer en bikini y se eliminó ese programa. También había programas que deberían dar un paso al costado. Programa contratado que nunca se le subía la tarifa, se le subió y se retiraron. Se comenzó hacer cosas nuevas.
- **Y. Martinez:** Creo que deberían poner qué tipo de género hay. No dice qué tipo de película es para cada persona. No han segmentado el programa, debería segmentar e identificar las películas e indicar quién lo puede ver. La película que vimos ayer fue genial debería poner esta película lo pueden ver padres e hijos por el mensaje. Hay muchas películas buenas que ha pasado el canal JN19, pero no lo han segmentado. Segmentar de que viene la película y para segmentar quien lo puede ver. y de todos los programas, mostrar una sinopsis para orientar quien lo puede ver.
- **J. Curalla:** Ahora está más direccionado a contenidos religiosos, antes había tanta variedad que no estaba mal ya que había programación para todo público, pero faltaban más contenido espiritual.

- **K. Cáceda:** Yo creo que, si van acorde al canal, van muy enfocados a la línea católica que se tiene y al pensamiento que se tiene que es evangelizar, yo creo que sí, que está muy bien enfocado para el público católico y es por eso que no es tan similar a otros medios, pues en otros medios vemos que mezclan de todo. Yo creo que por eso es uno de los canales católicos más sintonizados.

- **J. Marquez:** Se presenta como explique en la pregunta anterior como una programación familiar, educativo y evangelizador por ende la columna vertebral de la programación gira en torno a las fechas importantes dentro de la Iglesia Católica.

5. ¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros publicitarios (spot, microprogramas, publrreportaje, sobreimpresión) en el caso de JN19?

- **R. Silva:** Se califica y la condición eran que no sea programas de cervezas, cigarros y drogas, y otros programas que si pagan.

- **Y. Martinez:** Lo que pasa aquí no hay muchos géneros, son educativos y religiosos. Debería segmentarse horas de oración y horas de evangelización y de prevención. No se usa más lo educativo solo religioso. Otra evangelización con tus padres, evangelizando con amor al prójimo. Tenemos películas que te ayudan a ponerte en lugar del otro. No hay spot de contenidos. Sobre todo, clasificarlos. Géneros de oración, géneros de alabanza, predicaciones, catequesis.

- **J. Curalla:** De hecho, ha disminuido, antes había más variedad y la gente estaba mejor informada de la programación, ahora hasta las animaciones donde colocan datos del canal (sobreimpresiones) ya no se emiten.

- **K. Cáceda:** Era muy variado, enfocado a las noticias católicas y también a la información actual o coyuntural. Yo creo que, si son buenos los avances y la programación del programa, porque como te comentaba anteriormente va muy enfocado al público católico. No como en otros programas que mezclan todo, aquí si tienen una línea muy clara, yo creo que los programas tanto informativos como de ayuda social o escucha están muy bien promovido, es por eso que tienen tanta acogida, y la gente llaman mucho para poder recibir ese tipo de ayuda, yo creo que si están bien vinculados y bien dirigidos al público.

- **J. Marquez:** La imagen del canal es el padre Manuel, la identidad es un canal católico, y lo que comunicamos a través de los diferentes formatos de TV es nuestra programación desde hace más de 20 años enriquecida en los últimos 5 años con contenidos de canales católicos de Latinoamérica y Centroamérica.

6. ¿Cuál es el tipo de estructura de la programación más usado en el canal JN19?

- a. **Vertical (programación variada como eventos y/o transmisiones especiales ocurridos durante el día)**
- b. **Horizontal (programación establecida con determinada frecuencia y horario)**

Explique el por qué

- **R. Silva:** En el canal se utiliza de las dos estructuras. Una programación habitual y si se tenía que salir en vivo se hacía vertical. Se empezó a segmentar y se dejó en salir en vivo. Tenemos un área de prensa y con el tiempo nos volvimos un poco horizontal (con los programas propios del canal). En este canal varía de horizontal a vertical. En la pandemia se cortó toda la programación, porque los conductores eran adultos mayores y se tenía que cuidarlos.
- **Y. Martinez:** Usan más la horizontal, porque ya no nos enlazarnos como antes. deberíamos volver a la estructura vertical porque se estaría informando todo lo que pasa del Vaticano y otros.
- **J. Curalla:** Creo que está entre las dos. Anteriormente era más el vertical ya que había más eventos que se transmitían, pero ahora ha bajado eso.
- **K. Cáceda:** Yo creo que más a la programación horizontal porque a diario ya tenemos la programación de las misas, de los programas como el programa del padre Carlos: lunes miércoles y viernes, o del programa del padre Crosby que se emite los días martes o también los programas que se hacen los jueves que es de llamadas, donde el padre Crosby recibe llamadas y este puede dar ayuda a la gente, yo creo que va más por ahí el tipo de programación, de repente uno que otro suceso que se da durante la semana, de repente algunas declaraciones, algún evento del Papa que

pueda por ahí salirse de la rutina, pero después yo creo que las programaciones están bien estructuradas.

- **J. Marquez:** Siempre hemos tenido una programación vertical por la programación en vivo, aunque en estos tiempos de pandemia hemos disminuido en los en vivo continuamos en la misma estructura, pero con menos frecuencia.

7. *¿Cuál es el modelo variado de programación más usado en el canal JN19?*

- **Modelo público de programación (tiene variedad de géneros televisivos, no hay alguno que predomine)**
- **Modelo privado de programación (brinda programación exclusiva, sus programas van entorno al entretenimiento y al ocio)**
- **Modelo generalista de programación (diversidad de géneros televisivos pero que busca direccionarse a una audiencia masiva. Principalmente busca ser reconocido)**
- **Modelo temático de programación (en base a un público segmentado generan la programación. Brinda su programación en medios televisivos y canales virtuales)**
- **Modelo gratuito de programación (programación general, no presentan alguna estrategia de programación. Sin fines de lucro)**
- **Modelo de pago de programación (mucho más exclusiva, solo se puede acceder a la programación con ciertas condiciones. Programación con mínimo de publicidad, ofrece sobre todo contenido infantil, cine, fútbol)**

¿Por qué?

- **R. Silva:** Sería público ya que tiene variedad de género. O también a un público específico. Casi todos los programas del canal eran de contenido religioso. Se siguió por esa línea, que todo sea católico. Por eso ahora la gente dona y se pudo progresar y continuar con el canal.
- **Y. Martinez:** Modelo generalista (A un determinado segmento la evangelización.) todo enfocado a la evangelización no he visto otras cosas.

- **J. Curalla:** Puede ser el generalistas, porque tiene muchos géneros y busca a la audiencia que son católicos, y también puede ser la gratuita, porque no es una programación con alguna estrategia para competir o algo así con algún otro canal.

- **K. Cáceda:** Yo creo que el canal tiene como que la programación segmentada, creo que es para todo tipo de público desde menores hasta mayores, ya que la programación tiene diversos contenidos desde enseñanzas, muchas enseñanzas católicas hasta valores personales que uno debería cultivar, me parece que si es para toda la familia no está enfocado en un público específico como para mayores de edad sino que lo pueden ver todos sin ningún tipo de restricción y más o menos va por ahí, esta segmentado para el público católico me parece pero que al fin y acabo la programación en si puede verla cualquier persona, por ejemplo por las películas que hay o la información a través de los noticieros, los avances que se transmiten.

- **J. Marquez:** Modelo gratuito de programación. Porque nuestra licencia del ministerio de transportes y comunicaciones fue dada a un canal educativo sin fines de lucro.

8. ¿Usted cree que la diversidad de programas debe estar siempre presente en el canal JN19? Si o no ¿Por qué?

- **R. Silva:** Creo que sí, porque debe estar siempre con buen contenido, entrevista, musicales y notas que valgan la pena. Variar porque lo mismo aburre. Hacer programas con fundamento para mostrar.

- **Y. Martínez:** Ose la diversidad está bien, pero debe de tener un fondo. Un objetivo general (Encontrar diferente mensaje que les ayude a salir de sus problemas) y uno específico (encontrarse con el Dios padre).

- **J. Curalla:** Sí, así las personas no se encasillan en que solo podemos emitir misas o predicas. Como canal católico podemos unir la fe y evangelizar a través de cualquier tipo de programa.

- **K. Cáceda:** Si yo creo que sí, la diversidad siempre debe estar presente pero no yéndose a los extremos no saliéndose de la línea que tiene el canal ni tampoco del ideario que tiene, de poder seguir evangelizando a través de su contenido. A través

de los programas que tiene, yo creo que, si hay de todo, tanto cultural, musical como informativo, es muy variado en esa parte.

- **J. Marquez:** Sí, siempre y cuando sean acordes a la visión e institucionalidad del canal.

**9. ¿Usted variaría la diversidad de la programación actualmente existente en JN19?
Si o no ¿Por qué?**

- **R. Silva:** Si variaría, lo de antes traería el noticiero y presentar notas actuales del Perú. De la actual programación no cambiaría nada. Pero si invertiríamos en programación nacional.
- **Y. Martinez:** Sí habría que cambiar, renovar por ejemplo las prédicas deberíamos renovarla. Programas deberíamos tener estas películas de butaca. No tenemos programa familiar, incrementar un programa de salud. Y de salud mental dirigida por un padre, deberíamos incrementarlo.
- **J. Curalla:** Sí, pueden agregarse más programas propios del canal.
- **K. Cáceda:** Sí de repente aumentaría algunos programas más, producidos por el mismo canal, pero en si yo creo que la calidad de los programas es buena, están enfocados exactamente para el público católico y es lo que realmente la gente quiere ver, como son las misas, por ejemplo, que católico no le gusta presenciar las misas más porque no se puede asistir mucho a las iglesias. Yo creo que sí, esta buena esta variada, se variaría más de repente metiendo más temas de salud, de repente por esa parte variaría bastante porque la coyuntura de la pandemia.
- **J. Marquez:** Si se puede tener infinidad de formatos de TV, pero sin salir de la línea del canal de ser educativo y evangelizador sin fines de lucro.

10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?

- **R. Silva:** Quisiera agregar para promocionar más nuestras cosas. Los productos que vendemos.

- **Y. Martínez:** Un programa juvenil e infantil. Algo nuevo y canal debería invertir. Nosotros somos unos genios, pero necesitamos invertir.
- **J. Curalla:** Algo para los jóvenes con los padres que más llaman la atención y saben dar charlas y predicaciones, para que sea más didáctico, porque yo creo que no solo nos ven personas mayores, sino también de todas las edades, y más contenido juvenil no caería mal en la programación.
- **K. Cáceda:** De repente algún programa enfocado para los niños, de repente como saber manejar más la crianza de los niños ahora que están estudiando desde casa, yo creo que es muy importante eso, creo que por medio de un psicólogo de repente se podría dar consejos más profundos para poder manejar esa crianza que se está dando en los hogares más en la pandemia.
- **J. Marquez:** El reto actual de la programación televisiva es la producción y elección de buenos contenidos, pero sobre todo de acuerdo a la cobertura de cada medio. Ya vemos que la programación a la carta que vemos en los SMARTS y los celulares se ha diversificado y minimizado el equipamiento necesario para salir al aire, quitando efectividad a la señal abierta, porque se debe evaluar el consumo de contenidos en cuanto al tiempo que las personas ven la tv o la tienen como compañía durante sus labores.

7.3 Cuestionario para un focus group

El presente cuestionario se aplicó a 10 personas que sean televidentes del canal JN19. A partir de sus respuestas se conoció a detalle los distintos puntos de vista sobre la programación del canal y sus cambios recientes tras las pandemias.

Los participantes del focus group son Mónica Del Carpio Azálgara con DNI 09751596, Francisco Hummel Reynoso con DNI 06804078, María Elena Palomino Salcedo con DNI 09041648, Miriam Torres Chafloque con DNI 40526311, Cesar Valladares Salvador con DNI 15711303, Wendy Saavedra Durand con DNI 45986662, María Antonieta Palomino Salcedo con DNI 09050362, Casimira Salcedo Gutierrez con DNI 07155025, Zinia Mancilla Ayala con DNI 72685273, Esly Huaranca Padilla

con DNI 46189658. Previa coordinación con los participantes se realizaron las videollamadas respectivas.

7.3.1 Preguntas y respuestas

1. **¿Qué opina sobre los programas y otros videos (cortos y largos) que se emiten por el canal religioso JN19? (Es decir, si impacta y logra ser identificable como contenido exclusivo del canal JN19).**

- **M. Del Carpio:** Me quedo enganchada con las películas, son muy bonitas. Las predicaciones también, me quedaría viéndolas todo el día. Sobre todo, los programas donde haya sacerdotes donde hablen, como el del P. Carlos Mejía Tito.

- **F. Hummel:** El canal JN19 tiene programas que son de banderas, que son programas que los caracteriza, en todo caso, debieran procurar siempre tenerlos en el aire porque son excelentes programas. Si tuviera que señalar, primero con los programas, señalaría los programas del padre Javier Crosby y también la programación que se emite desde Israel, desde la Basílica de la Anunciación. Diría que fomentan la fe e incentivan la espiritualidad y además que promueven el conocimiento, más que todo el padre Crosby. En el aspecto a la emisión de la Adoración Eucarística y el Santo Rosario desde Israel, se fomenta muchísimo la espiritualidad y uno se siente francamente, estando a miles de kilómetros de distancia, parte de ese entorno en medio de ese grupo humano. Es por ello que uno puede lograr sentir cómo trabaja el Espíritu Santo en uno haciéndole entender muchas veces cosas que no son dichas en su propio idioma. Es el carisma de las personas, son sus dones, es el obrar del Espíritu Santo que logra eso. En lo que se refiere a los videos cortos, los spots, me gusta mucho los cortos que hace el padre Manuel sobre los santos del día, *3 preguntas 3 respuestas*, los videos del padre Dario Betancourt, que lo he notado captar durante la madrugada. Más que todo busco los programas de sacerdotes, en donde se trate temas de espiritualidad.

- **M.E. Palomino:** Bueno, más que todo me gusta cuando hablan sobre la familia, los consejos que dan y la parte informativa como a veces el padre Manuel habla sobre el santo del día, cuando se hizo santo, como fue beatificado.

- **M. Torres:** Muy aparte de que hay contenido religioso, algo que carece el canal son programas con tema familiares, como algunos que salían antes de la pandemia.
- **C. Valladares:** Que son buenos, sobre todo en estos tiempos que las personas necesitan un poco de consuelo y fe, estos pequeños mensajes que comparte el padre Manuel por ejemplo son necesarios que se den más a conocer.
- **W. Saavedra:** Hay programas que no son de aquí, son de otro canal que son más informativos y educativos, y también hay testimonios de conversión, son muy emotivos.
- **M.A. Palomino:** Han mejorado en los videos cortos, solo pasaban en fechas de algún santo, pero ahora con las del padre Manuel hay más mensajes y consejos.
- **C. Salcedo:** Yo veo más las misas, si tienen su estilo además de que la capilla donde lo hacen se ha vuelto fácil de identificar que es del canal.
- **Z. Mancilla:** Pasan música muy linda, me gustan sobre todo los programas musicales y también las películas. También los videos cortos del padre Manuel que son nuevos.
- **E. Huaranca:** Hay buenas predicaciones de varios padres extranjeros que estuvieron en el canal, como el padre Betancourt o el padre Ángel Espinoza, pasan buenas predicaciones de esos padres.

2. ¿Cuáles son los personajes/presentadores más representativos a su criterio que tiene el canal JN19?

- **M. Del Carpio:** El P. Manuel, después el padre Crosby. Más que todo los padres que presiden las misas.
- **F. Hummel:** Yo tendría que mencionar a dos. El padre Javier Crosby y el padre Manuel Rodríguez.
- **M.E. Palomino:** El padre Carlos, padre Jorge Vignand a parte del padre Manuel.

- **M. Torres:** El padre Manuel sin duda, el padre Crosby y la pareja de Matrimonio hoy.
 - **C. Valladares:** El padre Manuel, es que más veía en ese entonces su programa y las misas.
 - **W. Saavedra:** El padre Carlos, el padre Ángel Espinoza, el padre Betancourt, y el padre Manuel.
 - **M.A. Palomino:** Padre Manuel y el padre Carlos.
 - **C. Salcedo:** Antes eran los Tulos que son conductores del programa Matrimonio hoy, también el Padre Manuel. Ahora más identifico al padre Carlos.
 - **Z. Mancilla:** Padre Manuel Rodriguez.
 - **E. Huaranca:** Padre Crosby, padre Manuel, padre Mejia.
- 3. Uno de los detalles añadidos en la programación del canal JN19 en épocas de COVID 19 que ha gustado a los televidentes es el aumento de las emisiones de las Misas Diarias. Para usted ¿Qué otra característica positiva observó en la programación televisiva del canal en épocas de COVID 19 período Marzo – agosto 2020?**
- **M. Del Carpio:** Los microprogramas de oración del P. Dario Betancourt, me pareció muy bonita. También otra oración sobre liberación de dos jóvenes que hablaban. Las prédicas que también me pareció bonita.
 - **F. Hummel:** Es muy bueno los tres horarios de la transmisión de las misas, ya que las personas pueden unirse a esa celebración en donde nos permite unirnos a Dios que nos permitirá fomentar nuestra espiritualidad y no sentirnos alejados de nuestros templos. Otros de los detalles que pude notar que me ha gustado mucho cuando transmiten, teniendo la apariencia de publicidad, las canciones católicas, que son muy lindas, que lo usan como spot publicitario para llenar el espacio de la programación y cumplir el horario establecido, me ha gustado mucho porque de repente durante el día nuestro ánimo recae y con las canciones nos anima y nos incentiva más nuestra fe.

- **M.E. Palomino:** La verdad, cuando no llego a alcanzar el rosario en la mañana lo puedo ver al medio día. El agregar retiros virtuales en la programación también.
 - **M. Torres:** Se podría decir que las misas ahora son más personalizadas, ya que salen las fotos de las personas que hicieron sus peticiones. Ese valor agregado es muy bonito.
 - **C. Valladares:** Generalmente veo más las misas, y el que hayan añadido otro horario para verlo es muy bueno, a veces por el tiempo no puedo verlo en cierto momento del día.
 - **W. Saavedra:** Además de agregar otro horario a la misa, también había variedad de misas de diferentes países y también las misas por las intenciones particulares, donde salen las fotos de los familiares.
 - **M.A. Palomino:** Colocar las intenciones del Padre Manuel antes de rezar el Rosario.
 - **C. Salcedo:** Las películas, que, si de vez en cuando también las veía, y cuando paso lo de la pandemia de vez en cuando lo ponían en la noche o en la mañana incluso en lugar de otros programas que fueron remplazados.
 - **Z. Mancilla:** Salieron en otros horarios variados las películas, que fue cuando inició la pandemia. Antes salían programas del canal, pero supongo que por lo de la cuarentena no podían salir y en su lugar había películas o documentales también.
 - **E. Huaranca:** Hay programas de testimonios que dan más seguido. También el programa del padre Carlos donde llama la audiencia.
- 4. *Tras el confinamiento obligatorio por la pandemia, muchos de los programas que se emitían en vivo pasaron a ser programas enlatados y otros fueron reemplazados ¿Qué otra característica negativa observó en la programación televisiva en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?***

- **M. Del Carpio:** Algo negativo no, supongo que han hecho todo lo que ha estado en sus posibilidades. Al inicio si extrañábamos sobre todo la Misa de Sanación que realizaba el padre Manuel en el Paraninfo, con público. De repente, los testimonios que habían, talvez si se podría retomar, ya que son tan emocionantes, te dan la certeza de que hay personas que se están sanando y tienes que tener fe a pesar de todo lo que está pasando.

- **F. Hummel:** Una de las cosas negativas es la Misa Diaria del padre Rafael que es de Bolivia, en donde antes de la consagración del pan y vino o después le gusta hacer el don de lenguas, es un falso don de lenguas. La gravedad de este padre es que está muy renovado carismáticamente, y piensa que debe renovar la iglesia de Cristo en su Eucaristía sacándolo del centro de atención para que a él lo vean haciendo su falso don de lenguas. Otro aspecto negativo, es que los programas no tienen un horario establecido, como las Misas que pueden durar más o menos y lo que haces es adelantar o retrasar el programa que continua, cambiándolo de su horario habitual.

- **M.E. Palomino:** La Misa de Sanación que ya no se emiten, solo pasan el resumen de los sábados. Repiten los programas y se extraña ver la misa presencial.

- **M. Torres:** Los cambios se iban a realizar, no sabría mencionar si fueron negativas o no, pero es el que más se pudo conocer.

- **C. Valladares:** Por mi parte no creo que haya algo negativo, la pandemia perjudicó muchos trabajos y los cambios que se hicieron fueron por esas circunstancias.

- **W. Saavedra:** Los cambios de los horarios de las oraciones, que antes al menos daban un aviso, o también los cambios de otros programas que fueron sacados, más que todo los que eran en vivo como por ejemplo la del padre Tineo.

- **M.A. Palomino:** Aparte de que se dejaron de emitir algunos programas, también algunos spots sobre la coronilla del mes que normalmente tenía el canal también dejaron de hacerlo, el véanos de cada mes también.

- **C. Salcedo:** No tengo cosas negativas que decir.

- **Z. Mancilla:** Ya no salen los nombres de las películas, ya no lo ponen. Los títulos de las películas, antes estaban todos los días.
- **E. Huaranca:** Las misas del canal un tiempo dejaron de hacerlo, lo remplazaron con otros. También algunos cambios de horario en las oraciones habituales que salían.

5. ¿Logró notar cambios en la programación televisiva del canal JN19 durante la pandemia, Marzo – agosto 2020?

- a. Sí (continuar con la pregunta 6)**
- b. No (continuar con la pregunta 7)**

- **M. Del Carpio:** No lo sé. No estuve tan al tanto de la programación.
- **F. Hummel:** Sí y no.
- **M.E. Palomino:** No
- **M. Torres:** Sí.
- **C. Valladares:** Sí.
- **W. Saavedra:** Sí.
- **M.A. Palomino:** Sí.
- **C. Salcedo:** Sí.
- **Z. Mancilla:** No.
- **E. Huaranca:** Sí.

6. ¿Qué opina sobre los cambios que se produjeron en la programación televisiva en el canal JN19 durante la pandemia, periodo Marzo – agosto 2020?

- **M. Del Carpio:** Los horarios de los rosarios, como que a veces quiero verlo, pero no lo puedo ver.

- **F. Hummel:** Hay algunos programas que sí han empezado a respetar sus horarios establecidos. Al inicio el programa del padre Crosby que daba a las 9 de la mañana lo suplantaron con dibujos animados u otra clase de programación, pero luego volvieron a colocarlo en su horario habitual y me pareció mejor. También ver las misas anuales como las del Vaticano, desde Fátima, y sería bueno que esas se pudieran anunciar con días de anticipación.

- **M.E. Palomino:** (-)

- **M. Torres:** Después de que proclamaran la cuarentena, como mencioné los cambios se iban a realizar, fue algo en lo que los medios tuvieron que adaptarse.

- **C. Valladares:** Lo noté más en Semana Santa, como le dije sigo más las misas y en esas fechas cambian los horarios y por los eventos del Papa.

- **W. Saavedra:** Además de que ya no salen las misas como antes, la de Sanación que salía también los miércoles y último domingo de cada mes, al inicio no salían las misas de los padres que conocíamos, aparecieron misas de otros países.

- **M.A. Palomino:** Al inicio pensé que no iba a durar mucho los cambios, pero conforme pasaron las semanas si fue un poco chocante, más que todo por la Misa de Sanación.

- **C. Salcedo:** Claro, lo de la misa fue buenísimo, también agregaron charlas o predicaciones variadas, y lo de las películas, aunque eso duró poco porque luego volvieron a su horario habitual.

- **Z. Mancilla:** (-)

- **E. Huaranca:** El programa del padre Carlos para que llame la gente, ahora también está el padre Crosby con esa modalidad.

7. Alguna opinión que desee agregar sobre la programación de JN19.

- **M. Del Carpio:** Una vez vi que había una señorita con unos niñitos, sentados, y que era para la hora de las seis, y que se preparaban para la hora de dormir. Eso me conmovió, porque vi a los niños con sus peluches y rezaban, algo así podría salir para la hora del almuerzo, como bendiciendo los alimentos, sería tierno. Más que ahora los niños no están viviendo su niñez con la inocencia que deberían, así como antes. Otra cosa también, como que en algunos momentos ponen muchos microprogramas muy seguidos, como que sientes que te están bombardeando. Tal vez podrían realizar algún retiro virtual también.
- **F. Hummel:** Los programas deben ser encuadrados, deben ser ya establecidos un su tiempo de duración para que todos los programas tengan su misma hora de inicio siempre. De esa manera las películas por ejemplo se pueden partir a la mitad o en tres partes. Generar publicidad propia del canal o de los diversos programas. Y también las canciones usarlas como publicidad para rellenar ese espacio.
- **M.E. Palomino:** Consejos para la familia, para el matrimonio, para los jóvenes que actualmente se necesita por las reuniones informales que realizan.
- **M. Torres:** Ahora que ya pasaron varios meses, sería bueno una programación sin tantos cambios que hacen cada mes.
- **C. Valladares:** Sí, sobre los retiros, en video llamadas claro, ayudaría a personas que lamentablemente se sienten solas por todo esto de la pandemia y sentirse acompañados en estos momentos ayudaría a que muchos eviten caer en depresión.
- **W. Saavedra:** Por ahora solo pediría que se mantengan los programas del padre Carlos y Crosby, donde se pueden realizar llamadas, son muy buenos los padres y muy pacientes para aconsejar.
- **M.A. Palomino:** Programas para ayudar en la educación de los niños, pueden ser videos pequeños o largos.

- **C. Salcedo:** Tal vez agregar programas para la familia, musicales católicos, las predicas mantenerlas.
- **Z. Mancilla:** Hacer comerciales de las películas que se emitirán durante la semana como antes, también ponerles su nombre porque son muy buenas y a veces quiero volver a verlas y buscarlas.
- **E. Huaranca:** Por ahora no tengo en mente algo, pero sí está bien que sigan los programas de sacerdotes, ayudan a orientar a las personas en su fe, nos motiva mucho.

7.4 Ficha de observación

A través de esta ficha de observación se describió con más detalle los cambios que surgieron en la programación del canal JN19, desarrollando y explicando sobre cada punto de las dimensiones. Para ello, se aplicó esta ficha en los meses los cuales sufrieron variaciones.

7.4.1 Programación marzo 2020

Dimensión continuidad

La continuidad de la marca corporativa audiovisual del canal se centra en la mosca del canal. Este está ubicado no solo en el lado lateral superior izquierdo, sino trata de aparecer en todos los contenidos posibles que transmite la programación.



Figura 1. Mosca del canal JN19



Figura 2. Cortinilla del canal JN19



Figura 3. Ubicación de la mosca en los programas.

A pesar de que la mosca ha mantenido el nombre por varios años, muchas personas no llegan a reconocer el nombre del canal, aún conocen el canal JN19 como TELEJUAN 19 como en un inicio se llamaba, es por ello que aún buscan que la mosca aparezca lo más posible.

Los cambios que realiza la mosca solo se dan en tiempos litúrgicos de la Iglesia Católica, el mes de marzo mayormente llega a formar parte de la Cuaresma, un tiempo litúrgico donde el católico-cristiano se prepara 40 días antes de la Semana Santa. En el año 2020 no realizan cambios en la mosca, lo mantienen tal cual. Por otro lado, agregan sobreimpresiones del canal, en ella aparecen datos sobre los canales donde transmiten y redes sociales, pero con el detalle de que resalta el color morado, que es el color identificativo de la cuaresma.



Figura 4. Sobreimpresión de canales y redes sociales del canal JN19 en azul.



Figura 5. Sobreimpresión de canales y redes sociales del canal JN19, usado en Cuaresma.

También agregan cortinilla sobre el miércoles de ceniza que es el inicio de la Cuaresma, y lo alternan con la cortinilla general del canal. Mantienen el diseño de los A continuaciones, los colores que utilizan son el azul principalmente, le sigue el amarillo y blanco que solo aparecen brevemente en la animación del video y acompañado de las imágenes de los programas que se va a presentar están sobre ellas letras blancas mostrando el nombre del programa. El spot de imagen del canal es principalmente el *Véanos del mes*, donde presentan a un artista musical y este invita a los televidentes a ver el canal por las diferentes plataformas que esta presenta. Todas estas piezas se mantienen durante el mes de marzo.

La continuidad de marca de producto en el canal, mayormente no tienen cambios, varios de sus piezas se han mantenido por varios años. Por el lado de las producciones propias del canal, las cabeceras de los programas y cierres de estas no varían. En cuanto a los programas enlatados el canal no maneja los cambios de esos detalles ya que son obtenidos de diferentes productoras o canales católicos. En lo que sí el canal realiza para ambos, tanto en producciones del canal y enlatados, son los avances y autopromociones de los contenidos que se transmiten, informando sobre todo los horarios.

Hasta 15 de marzo se emitía autopromociones de los programas estelares Protagonistas y Al encuentro con Jesús. También los avances del noticiero y programas que se emitirían el fin de semana se dejan de realizar ya que desde la fecha mencionada programas que se transmitían en vivo, contando con los estelares, tomarían una pausa indeterminada. Las piezas de esta continuidad prácticamente ya

no son usadas en lo que queda del mes, a pesar de que algunas producciones del canal transmitían sus repeticiones.

Dimensión ritmo

Uno de los géneros televisivos más resaltantes en la programación del canal JN19 es el informativo, donde hay diferentes tipos de contenidos como los noticieros, avances informativos, acontecimientos inesperados, ceremonias, charlas y/o entrevistas de opinión o debate. El que le sigue es el de ficción en donde forman parte los TV MOVIE, series y serial televisivo; y por último el de entretenimiento donde se encuentran el magazine, conciertos y musicales. Los contenidos informativos aumentan por el tiempo litúrgico que se lleva a cabo, sobre todo las charlas, ya que en el tiempo de cuaresma se considera los días de reflexión en preparación a la Semana Santa, es por ello que incrementan esos contenidos. Sin embargo, el de entretenimiento desaparece de la grilla luego del anuncio del confinamiento del 15 de marzo del 2020, en su lugar es remplazado por géneros informativos y ficción.

En cuanto al género publicitario también disminuyen los spots, estos mayormente anunciaban las ventas de productos en el canal o también divulgaban información sobre los horarios de la programación, el cual en el mes de marzo a vísperas de la Semana Santa se requiere aún más anuncios sobre las próximas ceremonias litúrgicas tanto del Vaticano como de Tierra Santa, pero como no solo en el Perú ocurrió el confinamiento era incierto el futuro de los próximos eventos que normalmente se realizaban para el mes de abril. Si bien es cierto que los spots se redujeron, el aumento de los microprogramas complementó con la programación casi remplazando por completo el tiempo que normalmente era asignado a los spots, estos videos cortos presentan contenidos religiosos sobre todo tenían que estar relacionado con el tiempo litúrgico.

Dimensión montaje

El canal JN19 presenta la estructura de la grilla usando la técnica horizontal para todo un mes, segmentando programas de los géneros informativos, de entretenimiento y de ficción en ciertos horarios para los siete días de la semana, como por ejemplo los segmentos de las celebraciones litúrgicas diarias que son las misas y

oraciones diarias, también los segmentos de los programas en vivo, noticiero y charlas.

7:00	SANTA MISA				
7:30	SANTO ROSARIO				
8:00	LA VIDA DE CRISTO				
8:25	MICROPROGRAMAS DE OBREROS DE JESUS				
8:30	LA VOZ DEL PAPA	SIGUIENDO SUS HUELLAS	AUDIENCIA PAPAL	SIGUIENDO SUS HUELLAS	TERRA SANTA NEWS
8:45	MUSICALES DE CUARESMA				
9:00	UN CORAZON QUE ESCUCHE	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY
9:30	VIA CRUCIS DEL PADRE MANUEL				
10:00	EMILY Y ALEXANDER				
10:30	ARCO IRIS BIBLICO				

Figura 6: Segmento del horario matutino de la grilla de marzo 2020

Suelen tener momentos en que la técnica cambia al vertical, pero varía en caso haya alguna ceremonia especial que se deba realizar si o si alterando la programación habitual, o cuando se realizaba la ceremonia más representativa del canal, la Misa y Oración por Sanación que se transmitían en vivo el tercer miércoles de cada mes y el último domingo del mes.

Para el año 2020, luego de la cuarentena obligatoria impartida, la programación tuvo que realizar cambios, sobre todo con los programas en vivo, fueron remplazados por programas enlatados y programas repetidos. Durante todo el mes se veía la forma de remplazar los programas día a día. Por eso se podría decir que se usó la técnica vertical con más frecuencia ya que la grilla planteada para el mes de marzo ya no era de utilidad.

Dimensión heterogénea

La heterogeneidad que cumple la programación de marzo se acerca más al modelo gratuito, que especifica en sus características el tener una programación general, sin tener alguna estrategia, además de ellos que emiten programas sin fines de lucro. Aunque al ver la programación del canal se vea de cierto modo características de otros modelos, el más acertado es el modelo gratuito.

Otro de los modelos que se podría pensar que se acerca a la programación de marzo, y en las grillas anteriores, es el modelo temático, ya que menciona que se centra a un público segmentado, que en el caso del canal sería a la audiencia que son católicos-cristianos, pues más que todo hay ese contenido en el canal; y también, otra de las características que menciona este modelo es que se vincula a la televisión multicanal, ofreciendo una programación muy aparte de canales virtuales, que en el caso de JN19 se iniciaba a crear una grilla para transmitir contenidos en su fan page, el cual solo inició como proyecto mas no se continuó haciendo.

7.4.2 Programación abril 2020

Dimensión continuidad

Para el mes de abril, la continuidad del canal no cambia mucho. En los días que se hace notar las pequeñas variaciones de la continuidad de marca corporativa es los días de la Semana Santa. Un año anterior la mosca cambiaba de forma representando al tiempo litúrgico por el que celebraban los católicos-cristianos. Sin embargo, a finales del 2019 optaron por mantener la forma de la mosca, pero sí se centraron en que haya alguna sobreimpresión que representara los tiempos litúrgicos que transcurrían durante el año, en este caso como se mencionó en la sección de la programación del mes de marzo, sería la sobreimpresión de los canales y redes sociales del canal, que solo cambiaría de color. Además de la sobreimpresión, también emiten una cortinilla en el tiempo de Semana Santa. Algo que ya no se llega a elaborar para la continuidad corporativa del canal es el *Véanos del mes* que cambiaba cada mes, pero para abril ya no se es posible el elaborarlo. Sumándole a la sobreimpresión, se comienza a emitir un *crall* el cual repetían durante casi toda la programación, este contenía las noticias del día tanto nacionales como internacionales. Anteriormente el *crall* solo era usado para dar avisos de última hora como cambios en la programación sobre alguna ceremonia.

Para la continuidad de marca de producto, un año anterior se emitían avances y menús de programación sobre todo para los eventos especiales de Semana Santa. A pesar de que sí se llegaron a programas ceremonias por la celebración litúrgica del mes, la única manera de informar sobre estos eventos fueron el *crally* dentro de los programas informativos del canal. En cuanto a los programas propios del canal no

llegan a realizar algún cambio en las cabeceras de los programas, ya que varios de ellos dejan de emitirse y otros solo repetían su contenido por ese mes.

Dimensión ritmo

Géneros informativos continúan con mayor abarque en la parrilla, todos sobre contenidos religiosos. Aún se mantiene de lado el género de entretenimiento fuera de la programación. El género ficticio abunda más en la programación de Semana Santa. Luego de esos días, el 13 de abril ingresa Aprendo en casa, sobre todo en la sección donde normalmente se emitía contenidos para niños. Los contenidos propios del canal disminuyen, en un inicio se repetían los programas que anteriormente se emitían en vivo, pero estos fueron reemplazados por programas enlatados.

En cuanto al género publicitario, los spots de programación se redujeron, a cambio de eso se crea un spot el cual se centra en la divulgación del cuidado sobre el COVID-19, mantener el higiene y distanciamiento social. Agregado a ello se crea también un spot en donde se divulga el *hashtag* 'Quédate en casa con Jesús', el cual muestra videos de cada uno de los conductores del canal o sacerdotes que hayan colaborado con la casa televisora explicando la situación actual y haciendo una invitación a que permanezcan en casa.



Figura 7: Imagen principal del spot
'Quédate en casa con Jesús'



Figura 8: Estructura visual del contenido del spot
'Quédate en casa con Jesús'

También se hace anuncios en donde se pide a los televidentes ayuda con donaciones para el canal, compartiendo las cuentas bancarias donde pueden depositar. Ese tipo de anuncios ya se divulgaba e incluso eran mencionado en los programas en vivo, pero tras la pandemia se hizo a conocer más la necesidad que pasaba el canal. Además de estos spots se comienzan a ofrecer misa con intenciones

especiales, realizados por el padre Manuel Rodríguez, viendo esta oportunidad como un ingreso más para el canal. Por otro lado, los microprogramas continúan emitiéndose y musicales, llenando así el espacio vacío que dejaron los spots que se emitían antes de la pandemia.

Dimensión montaje

A pesar de que la pandemia detuvo varios eventos de Semana Santa, el cual en el 2020 fue a inicios del mes de abril, se llegaron a realizar ceremonias, por ello la técnica horizontal solo se mantuvo en los días no festivos, en Semana Santa se usa la técnica vertical.

La técnica horizontal no se mantuvo permanente en todo el mes, ya que el 13 de abril, luego de Semana Santa, entra a la grilla de programación el segmento *Aprendo en casa* del canal TV Perú. Este solo era emitido en dos horarios, en la mañana y tarde. Así, este programa se ubicaba en la sección de la grilla donde se emitía programas enlatados infantiles.

Dimensión heterogénea

La heterogeneidad en el mes de abril se mantiene en el modelo gratuito. A pesar de los cambios inesperados en la grilla a consecuencia de la pandemia, el canal no deja de emitir programas sin fines de lucro y sin alguna estrategia, permaneciendo en realizar una programación general para todo público.

8. CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN

Los cuestionarios realizados presentan los siguientes resultados. Iniciando con la dimensión continuidad, tanto los especialistas como los trabajadores del canal JN19 coinciden en varios puntos sobre los contenidos en una programación televisiva de corte religiosos. En la siguiente tabla vemos la respuesta precisa de los especialistas y los trabajadores del canal JN19 con respecto a esta dimensión:

Tabla 2: Tabla comparativa sobre Dimensión Continuidad según trabajadores y especialistas.

	ESPECIALISTAS	TRABAJADORES
DIMENSIÓN CONTINUIDAD	Existe continuidad en canales de contenidos religiosos. Tanto la marca corporativa audiovisual y la marca de producto no estarán siempre en el mismo nivel, es decir, una de ellas estará más presente que la otra en la programación televisiva.	Existe continuidad en el canal JN19. Sin embargo, esta no cuenta con una estrategia para la evolución del canal.

Fuente: Elaboración propia.

Sí bien es cierto, esta dimensión es primordial ya que de esta parte los televidentes calificarán la imagen de un canal. Teniendo en cuenta también, que los canales católicos en sí no buscan una competencia con otras casas televisivas, o intentan llamar la atención de mil maneras, esos canales tienen solo un objetivo principal que es el de evangelizar, así que conociendo este dato podemos entender por qué ambos aspectos, la marca corporativa audiovisual y la de producto, no se encuentran siempre de la mano.

Como mencionaron los especialistas, ambos puntos existen en los canales de contenidos religiosos, pero algunos prefieren darle más énfasis a uno que a otro. En el caso de JN19, se puede decir que no tiene demasiado interés en que este aspecto se refuerce, es por ello que el canal solo presenta lo básico en los programas y en la parrilla de programación. Para ellos una de las formas más directa de crear una imagen del canal es de boca en boca, y esto sale por parte del personaje principal y que representa al canal, como es el Padre Manuel Rodríguez, quien invita a todos sus

colaboradores a ver la programación del canal, y esa acción lo ha hecho desde que inició el canal hasta la actualidad.

Durante los dos meses iniciales de la pandemia, a pesar de que el canal tenía lo mínimo en cuanto los dos aspectos de la continuidad, fueron disminuyendo y siendo reemplazados por contenidos religiosos que reforzaron la fe en los cristianos-católicos. Claramente la mosca del canal no tuvo algún cambio y las promociones disminuyeron, pero la imagen principal del canal siguió siendo el Padre Manuel quien se mantuvo en interacción con el televidente, incluso en las respuestas del focus group muchos reconocen a este sacerdote como imagen principal del canal.

En cuanto a la dimensión ritmo, el hecho de que existan canales de cortes religiosos, no exige que toda la programación sea exclusivamente de contenidos religiosos. Tanto los especialistas como los trabajadores opinaron lo siguiente con respecto a esta dimensión:

Tabla 3. Tabla comparativa sobre Dimensión Ritmo según trabajadores y especialistas.

	ESPECIALISTAS	TRABAJADORES
DIMENSIÓN RITMO	<p>Los medios de corte religioso, aunque su prioridad sea el de evangelizar, no se encasillan en mostrar solo eso, o solo en dirigirse a un público, más que todo comparten una programación para toda la familia, sobre todo educativo y cultural.</p> <p>En cuanto al género publicitario, se centran en la publicidad sobre el canal mismo, ya que sobre todo evitan mostrar publicidad donde genere morbo en los televidentes.</p>	<p>El canal JN19 mostraba demasiada diversidad, no había un orden más claro para la emisión de una gran diversidad de programas. Sin embargo, tras la pandemia, eso ha cambiado y para mejor en la programación del canal.</p> <p>La prioridad en la publicidad se centra en ofrecer los contenidos de la programación.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tanto los especialistas como los trabajadores están de acuerdo en que exista una diversidad en cuanto los géneros que son emitidos, no solo encasillarse en mostrar lo mismo todos los días. Sin embargo, en el canal JN19 no existía un orden claro de qué quería mostrarse, a pesar de tener programas con contenido religioso, necesitaban hacer un cambio a la gran parte de su grilla, llevaban años con los mismos contenidos, es por ello que tras la pandemia muchos de sus programas ya no fueron renovados y

se reemplazaron con otros que a pesar de no mostrar una imagen muy bien trabajada o llamativa, el contenido llega a tener más valor para los televidentes, sobre todo si es realizado por sacerdotes que desean evangelizar.

Así, no solo programas fueron reemplazados, también la publicidad, tal vez ya no había tantos spots promocionando productos de alguna marca, pero ingresaron a la grilla microprogramas realizados por sacerdotes que comenzaron a gustar más a los televidentes por las pequeñas charlas que divulgaban a través de esos videos cortos, tal como lo mencionan en las respuestas del focus group.

Por otra parte, sobre la dimensión montaje, teniendo en cuenta que los cristianos-católicos tienen muchas fechas importantes que celebran durante el año, el montaje puede ser realizado con ambas técnicas, tanto horizontal como vertical. Los especialistas sugieren que la programación sea realizada de manera horizontal, así se mantiene la fidelidad del televidente, es decir, supongamos que ven un programa el día lunes, no esperarían a ver ese programa a la otra semana, puede que en el transcurso de la semana se olvide incluso en donde lo vio. Tal vez eso podría funcionar con programas de entrevista o magazine, pero incluso este tipo de programas funcionan bien el que se emita solo una vez a la semana, tal como son varios programas del canal JN19, en los que solo se emitían una vez a la semana y pasado los días la audiencia no disminuía.

Otra de las cosas que mencionan los especialistas sobre el montaje, es que, si bien se podría estructurar la programación con la técnica horizontal, no necesariamente es referirse a que un solo programa se de en toda la semana, sino que esta grilla semanal este segmentada en horarios, un ejemplo sería que de 6 a.m. a 8 a.m. se realice la *Mañana de oración*, en ese transcurso se emitirá contenidos religiosos; luego de esa hora seguiría el *Segmento informativo*, donde se mostraría el noticiero o contenidos informativos y no necesariamente cristianos-católicos. Entonces es por ese motivo de la sugerencia efectuada por los especialistas.

Incluso a pesar de tener ese orden, como lo había mencionado, los cristianos católicos tienen muchas celebraciones durante el año, es por ello que también surge la necesidad de realizar la programación usando la técnica vertical, tras surgir eventos y ceremonias no planificadas. Este aspecto del ritmo suele aplicarse más en los

cambios de los tiempos litúrgicos como la Semana Santa, Cuaresma, Navidad, Adviento, etc. Durante la pandemia, a pesar de la cuarentena, se llegaron a realizar estos cambios, sin dejar de lado la costumbre de los fieles seguidores al momento de celebrar cada temporada litúrgica.

Por último, la heterogeneidad es uno de los puntos en donde no hay unanimidad en la opinión porque solo alguna de las características de los modelos de programación es compatible con un canal de contenidos religiosos. Un modelo de programación para un canal de contenido religioso puede ser generalista, ya que muchas veces se direcciona a un grupo masivo de personas; también sería un modelo público, ya que no hay un solo género que predomine en la programación; y por último tendría partes de un modelo gratuito, el cual en opinión propia el canal JN19 se acerca más a este, más que todo porque no hay una condición para la emisión de los programas, no es una programación exclusiva.

Como mencionó De Casas (2016), en su tesis, la preferencia de la televisión privada y pública no es mucha la diferencia, sin embargo, un canal de contenido católico como JN19 que no muestra contenidos sensacionalistas, sino más de valores humanos y cultural, no es conocido en el país, aun siendo un canal de señal abierta. Además, en contraste al resultado sobre el discurso televisivo de los canales que analiza la tesista, el canal JN19 transmite mensajes positivos, sobre todo en el tiempo de pandemia que han incrementado contenidos de diálogo y mensaje de esperanza a los televidentes, además de contenidos diversos, sin perder la línea editorial del canal.

Por otra parte, al igual que el canal Ecuador TV, que Mier (2015) analizó en su investigación, el canal JN19 muestra un desbalance entre las producciones propias o nacionales y las internacionales que emite en su programación. Tras el inicio de la cuarentena muchos de los programas propios del canal dejaron de emitirse, y para reemplazar el espacio vacío se tuvo que colocar programas enlatados los cuales son de producciones internacionales. Sin embargo, eso solo tuvo que durar pocos meses, ya que, según la ley de radio y televisión, en la sección de Disposiciones complementarias y finales, el octavo punto menciona que los servicios de radiodifusión deberán mostrar en su programación el 30% de ella con producción nacional (Ley N° 28278, 2015). En base a ello, la programación del canal solo mantuvo algunos programas de producción propia que se repitieron hasta retomar su ritmo de trabajo.

Más que hacer programas de una hora o 30 minutos, las pocas promociones que tenía el canal fueron complementadas con videos cortos elaborados por el personaje principal del canal, el padre Manuel Rodríguez.

En cuanto a las conclusiones de la investigación de Rodríguez (2012), resalta que mayormente los canales públicos no muestran los suficientes contenidos infantiles y que si lo programan será más en el horario de la mañana. Si bien es cierto, muchos canales comparten más los programas infantiles en el horario matutino, el canal JN19 procuró que los contenidos para niños sean siempre mostrados durante la mañana y tarde, es por ello que a pesar de que durante la pandemia tenía material para programar en el segmento infantil de la grilla, optó por colocar el programa “Aprendo en casa”, uniéndose a esta cadena de transmisión de este segmento educativo para los niños. Y es que algo que siempre procura realizar el canal es mostrar materiales educativos, no solo para personas de edad avanzada, sino para todas las edades.

Por otro lado, Linares (2017), menciona que los medios de comunicación no muestran una buena imagen sobre la Iglesia, o solo lo que les conviene mostrar sobre ella. Hay diferentes puntos de vista sobre ese tema, como también sobre el cristianismo y catolicismo, sin embargo, el canal JN19 no es que quiera mostrar una imagen pulcra sobre la Iglesia, sus contenidos son religiosos y educativos, no está fijado a hablar las 24 horas de programación sobre un solo tema. A pesar de ello, muchos de los televidentes que llegaron a visualizar el canal durante el tiempo de la pandemia fue a raíz de las misas, muchos de ellos no veían el canal, pero se animaron a verlo justamente por este programa, y varios lo mencionan en el focus group realizado. Tal vez el interés sobre la Iglesia y formar parte de ella ha disminuido, pero los televidentes que aparecen de diferentes puntos del país buscan reconfortarse con el mensaje que los cristianos-católicos divulgan en un medio como el de JN19.

Este estudio concuerda con la conclusión de Picazo (2014), presentada en su tesis, donde señala que los medios han ido evolucionando la forma de compartir el discurso religioso. Más en la actualidad, los canales de contenido religioso buscan la manera no solo de llegar a personas adultas sino a todas las edades, variando sus contenidos y ritmo de programación pues el ritmo de vida que llevan las personas no es la misma y a eso hay que adaptarse.

Castillo (2019), busca una estrategia para que los contenidos de IPe sean más accesibles en los medios digitales, el cual es donde los jóvenes más acceden. A pesar de que el público principal del canal JN19 no son jóvenes, también tiene la intención de llegar a ellos. Sin embargo, este canal no tiene la intención de ser conocido, por lo cual carece de una estrategia publicitaria que le permita llegar a más personas; por lo cual, los contenidos propios del canal son mínimos sobre todo en esta etapa de pandemia, a pesar de presentar nuevos formatos en su programación. En los medios digitales en donde puede compartir sus contenidos actualizados, solo se dedican a emitir programas sobre Misas y videos cortos del padre Manuel.

A pesar de que los jóvenes ya no están tan embelesados por los contenidos televisivos, ya que muchos de ellos prefieren consumir contenido digital, aún ellos logran captar la programación de los canales que están a su alcance como lo menciona Cortavitarde (2016) en su tesis; Ahí consigna que dicha audiencia consume aún programas que influyen en gran medida en la personalidad y formación. Por tanto, en los programas que ellos eligen se dejan llevar por detalles atrayentes y principalmente este hecho se da en los canales que son más consumidos por una audiencia con predilección al morbo en lugar de la cultura, sean canales de contenido religioso u otros.

En relación a los resultados obtenidos en la investigación de Soto (2017), donde se establece que muchos jóvenes consumen los denominados programas basura tan conocidos por la población, y que generan la atención de los jóvenes y donde un canal como JN19 se centra en mostrar sus contenidos por señal abierta, tan diferentes a los medios descritos como programación basura. Es por ello, que el canal JN19 se centra más en los adultos jóvenes y adultos mayores, quienes muestran fidelidad a este medio.

Según Cáceres (2011), menciona en su estudio, que la televisión arequipeña no tiene el suficiente contenido en la programación realizada por la misma comunidad, por este hecho se debe utilizar producciones del extranjero. Es una de las dificultades por las que atraviesan el canal JN19, al no tener producción propia opta por llenar su programación con material del extranjero, pero sin perder la línea principal del canal.

Por último, Atarama et al. (2017), establece que los canales de señal abierta no cuentan con una estrategia para la divulgación de sus contenidos propios por las redes sociales. A pesar de contar con producciones nacionales, estos canales no muestran iniciativa alguna de querer llegar a los televidentes por otros medios. El canal JN19 tuvo un tiempo en el que la poca producción que emitía por señal abierta lo compartía por la fanpage oficial, sin embargo, tampoco tenía una estrategia clara para llamar la atención de los seguidores de su página de Facebook. De igual manera, a pesar de que cumplía el porcentaje mínimo de producción nacional en la grilla de programación, no poseen una estrategia de promoción tanto para la televisión como para las redes sociales.

9. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

Primera: Los resultados y la discusión de los diferentes instrumentos, evidencia que la estructura de la programación televisiva de un medio de comunicación de contenido religioso, ha sufrido cambios en el contexto de la pandemia. En el caso del canal JN19, su estructura y el orden que llevaban ya no es la misma porque los contenidos que producía el canal, muchos desarrollados de manera presencial, dejaron de emitirse, debido a las nuevas normas de confinamiento debido al COVID 19, afectando la estructura de la programación.

Un canal de contenidos religioso no va a cambiar el objetivo principal a pesar de las dificultades que se han presentado en este tiempo de pandemia. Los contenidos del canal JN19 siguen teniendo el mismo objetivo que es el de educar y evangelizar.

Segunda: La continuidad en la programación televisiva de JN19 está presente de forma básica donde se utilizan los elementos de la mosca, cortinilla, única cabecera de entrada y salida de los programas y la sobreimpresión con los datos de los medios donde se puede ver la programación del canal, porque consideran que es lo mínimo indispensable para que los televidentes puedan identificar el canal. Además de ello no tienen planeado invertir por el momento en el cambio de alguno de esos detalles.

Tercera: el ritmo, en la programación de JN19 se identifica en la grilla de los géneros informativos, de ficción y entretenimiento, producidos en los contenidos religiosos y educativos; por tanto, en la publicidad no se emiten promociones completándose esos espacios con prédicas de corta duración y anuncios de colaboración tal como se venían realizando antes de la pandemia, incluso se incrementaron estos tipos de spots y los videos musicales de corte católico cristiano, además estos mensajes invitan a continuar observando la programación en redes sociales.

Cuarta: En relación al montaje se utilizan las técnicas tanto horizontal como vertical, teniendo en cuenta en la programación las diferentes fechas en las cuales se celebran los acontecimientos cristianos católicos como celebraciones de santos y de los cambios en el calendario litúrgico, estos se llevan a cabo en sus fechas respectivas a pesar de las restricciones que se han emitido por motivos de la pandemia que

prohíben la presencialidad, adaptándose entonces la programación a contenidos transmitidos en vivo sin asistencia de público. Por tanto, la técnica horizontal puede cambiar a ser vertical en el canal JN19.

Quinta: El modelo de programación del canal JN19 es el gratuito, por cumplir todas las características que demanda y pese a los cambios experimentados en la grilla por motivos de pandemia, decidiendo brindar un servicio social de propagar información y espacios sobre el COVID 19 y también emitir el programa Aprendo en casa, este no cambió de modelo, por ello, se mantuvo debido a la aplicación de estrategias en la programación, de haberse modificado afectaría la forma legal en la cual se adquirió la licencia de funcionamiento y la cual no se ha modificado a la fecha.

10. CAPÍTULO VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a la producción elaborar más contenidos de corta o larga duración, para la formación familiar especialmente en el tema de salud mental, debido a que muchos televidentes buscan este tipo de ayuda, lo cual han solicitado durante este tiempo de pandemia.

Segunda: Se recomienda a la producción del canal que cuando se establezca el equipo de trabajo, los cuales aún mantienen alimentando la programación del canal busquen una manera de mejorar la continuidad, sobre todo de La Santa Misa, ya que es uno de los programas más visto y lo ideal sería cambiar cabecera del segmento, el logo, la escenografía, invertir en ello, es algo que no se llegó a hacer con varias producciones del canal que ya fueron retirados de la programación.

Tercera: Se recomienda a la producción junto al área de promociones retomar los spots de programación y anuncios de eventos, así la audiencia estará más enterada de lo que transmitirá el canal, además es un punto en el cual varios televidentes piden que se refuerce. Al mismo tiempo, se recomienda a la programadora que mantenga la variación de los géneros televisivos en la grilla, con producciones tanto nacionales como internacionales, así se tendrá presente y claro la pluralidad en el canal.

Cuarta: Se recomienda a la programadora del canal que pueda realizar más claras la separación de los segmentos que se presenta en la parrilla general, es decir, dividir los segmentos en informativos, religiosos, educativos, de entretenimiento, etc., de esta forma se podrá satisfacer la necesidad del televidente.

Quinta: A la encargada de la programación se le sugiere renovar el modelo de programación, para no encasillar a la tele audiencia y de esta forma incrementarla, para ello se puede considerar características de otros modelos y adaptarlos sin necesidad de perder la identidad del canal.

11. REFERENCIAS

- Altafaja Vela, S. (2017). La construcción de la imagen de la mujer y japonesa a través de los canales de televisión internacionales estatales de China, CCTV, y Japón, NHK (Tesis Doctoral) Universidad Autónoma de Barcelona.
- Arana, Edorta (2011). Estrategias de programación televisiva. Madrid: Síntesis.
- Atarama-Rojas, T., Castañeda-Purizaga, L. y Londoño-Moreno, M. (2017). Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta.
- CaceresCalderon, Z. (2011). Visibilidad de una emisora de TV Local, en tiempos de globalización. En el caso de la universidad Familia (Tesis Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Carrasco Díaz, S. (2005). Metodología de la Investigación Científica. Editorial San Marcos.
- Casasbuenas Sabio, L. (2019). La religión católica y su institucionalización: Agente político y violento de nuestra historia. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Castillo Bernal, A. (2019). La Comunicación Integral en un canal de televisión estatal: Aplicación de un plan estratégico de comunicaciones para la División de contenidos digitales del canal IPe (Tesis Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cebrián Herreros, M. (1978). Introducción al lenguaje de la televisión, una perspectiva semiótica. Madrid: Pirámide.
- Cortavitate Antich, E. (2016). Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital (Tesis Maestría) Pontificia Universidad Católica del Perú.
- D'Elia Soledad, N. (2015). Los desafíos de la audiencia televisiva como sujeto de estudio. Universidad de La Frontera, Chile.
- De Casas Moreno, P. (2016). La televisión sensacionalista en los canales públicos y privados de España e Italia: estereotipos, discurso televisivo y los hábitos de la audiencia (Tesis Doctoral) Universidad de Huelva
- Eco, U. (1985). La estrategia de la ilusión. Editorial Lumen.
- González Oñate, C. y Caldevilla Domínguez, D. (2010). La continuidad como discurso estratégico en el medio televisivo. *Sphera Pública*, (10), 179-194.

- González Requena, J. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- González Requena, J. y Martín Arias, L. (1995). 'El texto televisivo' en signos: Teoría y práctica de la educación.
http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_3/nr_36/a_580/580.html
- Izquierdo Castillo, J. (2016). *Teoría de programación de radio y televisión*.
- Ley de radio y televisión. Ley N° 28278. 26 de febrero de 2015 (Perú).
<http://www.concortv.gob.pe/normatividad/ley-28278-ley-de-radio-y-televisio/>
- Linares Aguilar, S. (2017). *La Iglesia Católica en los medios de comunicación y su reflejo en la sociedad española. Plan de acciones comunicativas para mejorar su imagen (Tesis Doctoral)*. Universidad Católica de Murcia.
- Mier Sanmartín, A. (2015). *Creación y desarrollo de Ecuador TV (Tesis Doctoral)*. Universidad de Santiago de Compostela
- Montero Sánchez, M. D., Díaz González, M. J. y Quintas Froufe, N. (2015). El pluralismo en la televisión digital terrestre en España (2010-2013). *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21, 209-229.
- Olson Scott, R. (1987). Meta-televisión: Popular Postmodernism. *Critical Studies in Mass Communication*, 4; 284-300.
- Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (2013). *Memoria social y ficción televisiva en países Iberoamericanos*. Obitel 2013.
- Picazo Tadeo, M. (2014). *Discurso religioso como ideología y su reflejo en los medios de comunicación social (Tesis Doctoral)*. Universidad de Valencia.
- Real Academia Española. (s.f.). Audiencia. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 09 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/audiencia?m=form>
- Real Academia Española. (s.f.). Enlatado. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 09 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/enlatado#FTzJbol>
- Real Academia Española. (s.f.). Religión. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado en 09 de julio de 2021, de <https://dle.rae.es/religi%C3%B3n?m=form>
- REDACCIÓN PERÚ21 (23 de noviembre de 2020). Cuatro mitos sobre el consumo de televisión en Perú: ¿los jóvenes ya no ven TV? *Perú 21*.
<https://peru21.pe/lima/ibope-media-cuatro-creencias-desmitificadas-sobre-el-consumo-de-televisio-n-en-peru-los-jovenes-ya-no-ven-tv-televisio-n-en-el-peru-noticia/?ref=p21r>

- Rodríguez García, Y. (2012). Producción y programación de programas infantiles y educativos para televisión: análisis de las estrategias para el desarrollo de una serie educativa de animación en el marco de la televisión andaluza (Tesis Doctoral). Universidad de Sevilla.
- Ryan, M.L. (1988). Hacia una teoría de la competencia genérica. En: Gallardo, G. (ed.): Teoría de los géneros literarios. Madrid: Arco/Libros.
- Soto Coz, D. (2017). Efectos socioeducativos de los programas de entretenimiento televisivo en los estudiantes de educación de la UNHEVAL: 2017 (Tesis Maestría) Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Torregrosa Carmona, J. (2010). El discurso televisivo actual. Características y tendencias. Sphera Pública, (10), 195-206.
- Vila López, N., Küster Boluda, I. y Bigné Alcañiz, E. (2012). La televisión pública versus la privada: ¿Se percibe diferencias en calidad, identidad visual y reputación corporativa? Revisas de Investigación 3 Ciencias.
- Vivas Sabroso, F. (2017). En vivo y en directo. Una historia de la televisión peruana. Fondo Editorial de la Universidad de Lima.

12. ANEXOS
Anexo n.º 1. Grilla de programación de marzo del 2020 del canal JN19.

PROGRAMACIÓN DE MARZO 2020 / 24 HORAS / 19.1 HD													
HORARIO	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	HORARIO	SABADO	DOMINGO	HORARIO				
0:00	BUTACA 19					0:00	BUTACA 19			0:00			
1:50	CATOLIC STUFF / MICROPROGRAMAS DE FRIEDA HOLLER					1:50	CATOLIC STUFF / MICROPROGRAMAS DE FRIEDA HOLLER			1:50			
2:00	JORNADAS JN19					2:00	JORNADAS JN19			2:00			
2:50	VIA CRUCIS DEL PADRE MANUEL					2:50	VIA CRUCIS CON EL PADRE MANUEL			2:50			
3:00	CORONILLA DE LA MISERICORDIA (10) / ORACION INTERGENERACIONAL (20)					3:00	MISA Y ORACION POR SANACION			3:00			
3:30	VLOGGEROS CATOLICOS	MISCELANEAS	BUTACA FAMILIAR	MISCELANEAS	VLOGGEROS CATOLICOS	3:30				PROTAGONISTAS	3:30		
3:50	MENSAJE DEL PADRE MANUEL					3:50				MENSAJE PADRE MANUEL	3:50		
4:00	VIDA MISIONERA	TRAS LAS HUELLAS DEL NAZARENO	CONOCIENDO JAPON	TRAS LAS HUELLAS DEL NAZARENO	VIDA MISIONERA	4:00				CLARET MISIONERO	4:00		
4:30	TERRA SANTA NEWS					4:30	CONSTRUYENDO FAMILIA			4:30			
4:50	NUESTRAS IGLESIAS					4:50	NUESTRAS IGLESIAS			4:50			
5:00	UN CORAZON QUE ESCUCHE	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	5:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	BUENAS NUEVAS	5:00				
6:00	MAÑANAS DE ORACION : ANGELUS TIERRA SANTA / LAUDES / CORONILLA JN19					6:00	ANGELUS CON EL PAPA FRANCISCO/ LA VIDA DE	ANGELUS DESDE TIERRA SANTA / LA VIDA DE CRISTO	6:00				
6:30	DIALOGO DE FE	JN NOTICIAS				6:30	TESTIMONIOS DE SANACION	TERRA SANTA NEWS	6:30				
7:00	SANTA MISA					7:00	MISA Y ORACION POR SANACION			7:00			
7:30	SANTO ROSARIO					7:30				MISA DOMINICAL	7:00		
8:00	LA VIDA DE CRISTO					8:00				ALMA DE CRISTO	7:50		
8:25	MICROPROGRAMAS DE OBREROS DE JESUS					8:00				ARCO IRIS	8:00		
8:30	LA VOZ DEL PAPA	SIGUIENDO SUS HUELLAS	AUDIENCIA PAPAL	SIGUIENDO SUS HUELLAS	TERRA SANTA NEWS	8:30	BUENAS NOCHES TEO		8:30				
8:45	MUSICALES DE CUARESMA					8:50	MICRO OBREROS			8:50			
9:00	UN CORAZON QUE ESCUCHE	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	9:00	¿ PARA DÓNDE VAMOS?			9:00			
9:30	VIA CRUCIS DEL PADRE MANUEL					9:30	GUERREROS DE DIOS			9:30			
9:50	EMILY Y ALEXANDER					9:50	VIA CRUCIS CON EL PADRE MANUEL			9:50			
10:00	ARCO IRIS BIBLICO					10:00	SIGUIENDO SUS HUELLAS	SIGUIENDO SUS HUELLAS	10:00				
10:30	MICROPROGRAMA DE ETIQUETA CON FRIEDA HOLLER					10:30	TOP FIVE	CONOCIENDO JAPON	10:30				
10:50	I BELIEVE CON PEPE					10:48	MICROPROGRAMA FRIEDA HOLLER			10:48			
11:00	CONSTRUYENDO FAMILIAS	DESCUBRE TU FE	CLARET MISIONERO	BUENAS NUEVAS	11:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	NOTA UNIVERSITARIA	11:00					
11:30	NAVA	TOP FIVE	BUTACA FAMILIAR	CAFÉ CON CRISTO	11:30				11:30				
11:50	ENSEÑANZAS DEL PAPA FRANCISCO / VIDEO DEL PAPA					11:55	ENSEÑANZA O VIDEO DEL PAPA FRANCISCO			11:55			
12:00	ASOCIADOS / ANGELUS					12:00	ASOCIADOS / ANGELUS			12:00			
12:05	ORACION EN LINEA EN VIVO					12:05	CONSTRUYENDO FAMILIA			12:05			
12:15	VLOGGEROS CATOLICOS	MISCELANEAS	ENTRE PROFESIONALES	MISCELANEAS	VLOGGEROS CATOLICOS	12:05	LUCHO Y SUS ESTRELLAS		12:05				
12:30	CAMBIO DE AGUJAS	EN FUEGO	CONOCIENDO JAPON	VIDA MISIONERA	TESTIGOS DE ESPERANZA	12:30	CAFÉ CON CRISTO		12:30				
13:00	TALLER DEL ORFEBRE: ISRAEL PELLANE					13:00	MISCELANEAS		VLOGGEROS CATOLICOS	13:00			
13:30	MICROPROGRAMA DE ETIQUETA CON FRIEDA HOLLER					13:30	ENTRE PROFESIONALES		TESTIGOS DE ESPERANZA	13:30			
13:55	SANTO ROSARIO DE JN19					13:55	MICROPROGRAMA DE FRIEDA HOLLER			13:55			
14:00	ORACION INTERGENERACIONAL					14:00	ADORACION DESDE LA CASITA	SANTO ROSARIO DESDE LA CASITA DE MARIA EN NAZARET	14:00				
14:40	VIA CRUCIS DEL PADRE MANUEL Y LA VIA DOLOROSA					14:40	DE MARIA EN NAZARET		14:40				
14:55	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA					14:55	VIA CRUCIS CON EL PADRE MANUEL			14:55			
15:00	BUTACA 19					15:00	BUTACA 19			15:00			
15:15	BUTACA 19					15:00	BUTACA 19			15:15			
16:00	BUTACA 19					16:00	BUTACA 19			16:00			
16:55	MUSICALES DE CUARESMA / NUESTRAS IGLESIAS					16:55	MUSICALES CUARESMA / NUESTRAS IGLESIAS			16:55			
17:00	ARCO IRIS	BUENAS NUEVAS	ARCO IRIS	DESCUBRE TU FE PARA NIÑOS	ARCO IRIS	17:00	DESCUBRE TU FE PARA NIÑOS	I BELIEVE CON PEPE NAVA	17:00				
17:30	AVANCE INFORMATIVO					17:30				17:30			
17:55	ASOCIADOS / ANGELUS					18:00	ASOCIADOS / ANGELUS			18:00			
18:00	LA SANTA MISA					18:00	MISA Y			18:00			
18:05	ORACION EN LINEA (REPETICIONES)					18:05	ORACION		MISA DOMINICAL	18:05			
18:45	I BELIEVE CON PEPE	¿PARA DONDE VAMOS?	CLARET MISIONERO	GUERREROS DE DIOS	UN CORAZON QUE ESCUCHE	19:00	ORACION		19:00				
19:00	NAVA	CONSTRUYENDO FAMILIA	GUERREROS DE DIOS	UN CORAZON QUE ESCUCHE	19:30	POR SANACION		PROTAGONISTAS	19:00				
19:50	MICRO FRIEDA HOLLER					19:50	MICROPROGRAMA DE OBREROS			19:50			
20:00	JN NOTICIAS					20:00	DIALOGO DE FE			20:00			
20:30	TOP FIVE	TRAS LAS HUELLAS DEL NAZARENO	CONOCIENDO JAPON	TRAS LAS HUELLAS DEL NAZARENO	CAFÉ CON CRISTO	20:30	SIGUIENDO SUS HUELLAS	LA VOZ DEL PAPA	20:30				
20:50	BUENAS NOCHES CON MARIA BELEN / ANDREA ANDREA					20:45	MICROPROGRAMA CON FRIEDA HOLLER			20:45			
21:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	AL ENCUENTRO CON JESUS	21:00	BUTACA 19		21:00				
21:55	MICROPROGRAMAS DE OBREROS DE JESUS					21:00			BUTACA 19		21:00		
22:00	RADIO VATICANO					22:00					BUTACA 19		22:00
22:30	CAMBIO DE AGUJAS	MISCELANEAS	BUTACA FAMILIAR	MISCELANEAS	TESTIGOS DE ESPERANZA	22:00							BUTACA 19
22:58	BENDICION CON EL SANTISIMO					22:58	BUTACA 19						
23:00	VLOGGEROS CATOLICOS	EN FUEGO	ENTRE PROFESIONALES	VIDA MISIONERA	VLOGGEROS CATOLICOS	23:00			BUTACA 19				
23:30	TALLER DEL ORFEBRE: ISRAEL PELLANE					23:30					BUTACA 19		
23:30	¿ PARA DÓNDE VAMOS?					23:30							BUTACA 19
23:30	¿ PARA DÓNDE VAMOS?					23:30	BUTACA 19						
23:30	¿ PARA DÓNDE VAMOS?					23:30			BUTACA 19				
PROGRAMACION DE MADRUGADA													
TERCER MIERCOLES DEL MES					ÚLTIMO DOMINGO DEL MES								
15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA (CANTADA)					15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA (CANTADA)				15:00		
15:30	TESTIMONIOS DE SANACION					15:30	TESTIMONIOS DE SANACION			15:30			
16:00	MISA Y ORACION POR SANACION					16:00	MISA Y ORACION POR SANACION			16:00			
18:05	ARCO IRIS					18:05	I BELIEVE CON PEPE NAVA			18:05			
18:30						18:30				18:30			

Anexo n.º 2. Grilla de programación de abril del 2020 del canal JN19.

PROGRAMACIÓN DE ABRIL 2020 / 24 HORAS / 19.1 HD												
HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	HORARIO	SABADO	DOMINGO	HORARIO			
0:00	BUTACA 19					0:00	BUTACA 19					0:00
1:50	CATHOLIC STUFF / MICROPROGRAMAS DE FRIEDA HOLLER					1:50	MICROPROGRAMAS DE FRIEDA HOLLER					1:50
2:00	JORNADAS JN19					2:00	JORNADAS JN19					2:00
2:50	MUSICALES DE PLAYING FOR THE CHANGE Y DE PASCUA DE RESURRECCION					2:50	VIAJERO DE ASIS Y MONSEÑOR ROMERO					2:50
3:00	CORONILLA DE LA MISERICORDIA (10) / ORACION INTERGENERACIONAL (20)					3:00	MISA Y ORACION					3:00
3:30	CAMBIO DE AGUJAS	MISCELANEAS	TESTIGOS DE ESPERANZA	MISCELANEAS	VLOGGEROS CATHOLICOS	3:30	PROTAGONISTAS	MISA Y ORACION POR SANACION				
3:50	MENSAJE DEL PADRE MANUEL					3:50	MENSAJE PADRE MANUEL					
4:00	EN FUEGO	AÑOS MARAVILLOSOS	CONOCIENDO JAPON	AÑOS MARAVILLOSOS	VIDA MISIONERA	4:00	CLARET MISIONERO					
4:30	TERRA SANTA NEWS	RADIO VATICANO				4:30	CONSTRUYENDO FAMILIA					
4:50	NUESTRAS IGLESIAS					4:50	NUESTRAS IGLESIAS					4:50
5:00	UN CORAZON QUE ESCUCHE	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	5:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	BUENAS NUEVAS				
6:00	MAÑANAS DE ORACION : ANGELUS TIERRA SANTA / LAUDES / CORONILLA JN19					6:00	ANGELUS CON EL PAPA FRANCISCO / LA VIDA DE CRISTO	ANGELUS DESDE TIERRA SANTA / LA VIDA DE CRISTO				
6:30	DIALOGO DE FE	JN NOTICIAS				6:30	TESTIMONIOS DE SANACION	TERRA SANTA NEWS				
7:00	SANTA MISA					7:00	MISA Y ORACION POR					7:00
7:30	SANTO ROSARIO					7:30	MISA DOMINICAL					7:30
8:00	LA VIDA DE CRISTO					8:00	ALMA DE CRISTO					8:00
8:25	MICROPROGRAMAS DE OBREROS DE JESUS					8:00	ARCO IRIS					8:00
8:30	LA VOZ DEL PAPA	SIGUIENDO SUS HUELLAS	AUDIENCIA PAPAL	SIGUIENDO SUS HUELLAS	TERRA SANTA NEWS	8:30	SANACION					8:30
8:45	MUSICALES DE PLAYING FOR THE CHANGE Y DE PASCUA DE RESURRECCION					8:30	BUENAS NOCHES TEO					8:30
9:00	UN CORAZON QUE ESCUCHE	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	9:00	¿ PARA DÓNDE VAMOS?	GUERREROS DE DIOS				
9:30	MICROPROGRAMAS DE SACERDOTES					9:30	MICRO OBREROS					9:30
9:50	ARCO IRIS: CON EMILY Y ALEXANDER					9:50	MUSICALES DE PLAYING FOR THE CHANGE Y DE PASCUA					9:50
10:00	SHABUM					10:00	SHABUM	SIGUIENDO SUS HUELLAS				
10:30	VIAJERO DE ASIS Y MONSEÑOR ROMERO					10:30	TOP FIVE	CONOCIENDO JAPON				
10:48	VIAJERO DE ASIS Y MONSEÑOR ROMERO					10:48	VIAJERO DE ASIS Y MONS. ROMERO					10:48
11:00	I BELIEVE CON PEPE	CONSTRUYENDO FAMILIAS	DESCUBRE TU FE	CLARET MISIONERO	BUENAS NUEVAS	11:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	NOTA UNIVERSITARIA				
11:30	NAVA	TOP FIVE	CAFÉ CON CRISTO			11:30						
11:50	ENSEÑANZAS DEL PAPA FRANCISCO / VIDEO DEL PAPA ASOCIADOS / ANGELUS					11:50	ENSEÑANZA O VIDEO DEL PAPA FRANCISCO ASOCIADOS / ANGELUS					11:50
12:00	SANTA MISA EN VIVO					12:00	LA SANTA MISA					12:00
12:30	ORACION EN LINEA EN VIVO					12:05	LA SANTA MISA					12:05
12:50	AVANCE INFORMATIVO EN VIVO					12:50	ORACION EN LINEA					12:50
13:00	TALLER DEL ORFEBRE: ISRAEL PELLANE					13:00	MISCELANEAS					13:00
13:30	RADIO VATICANO					13:30	AÑOS MARAVILLOSOS					13:30
13:55	INFORMATIVO					13:55	MICROPROGRAMA DE FRIEDA HOLLER					13:55
14:00	SANTO ROSARIO DE JN19					14:00	ADORACION DESDE LA CASITA DE SANTO ROSARIO DESDE LA					14:00
14:40	ORACION INTERGENERACIONAL					14:40	MARIA EN NAZARET	CASITA DE MARIA EN NAZARET				
14:55	VIAJERO DE ASIS Y MONSEÑOR ROMERO					14:55	VIAJERO DE ASIS Y MONSEÑOR ROMERO					14:55
15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA					15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA					15:00
15:15	BUTACA 19					15:00	BUTACA 19					15:15
16:00	MUSICALES DE PLAYING FOR THE CHANGE Y DE PASCUA DE RESURRECCION					16:00	MUSICALES DE PLAYING FOR THE CHANGE Y DE PASCUA					16:00
16:55	ARCO IRIS	BUENAS NUEVAS	ARCO IRIS	DESCUBRE TU FE	ARCO IRIS	16:55	DESCUBRE TU FE	I BELIEVE CON PEPE NAVA				
17:00	SHABUM		SHABUM	PARA NIÑOS	SHABUM	17:00						
17:30	AVANCE INFORMATIVO ASOCIADOS / ANGELUS					17:30	ASOCIADOS / ANGELUS					17:30
18:00	LA SANTA MISA					18:00	MISA Y ORACION					18:00
18:05	ORACION EN LINEA (REPETICIONES)					18:05	MISA DOMINICAL					18:05
18:45						18:45						18:45
19:00	I BELIEVE CON PEPE	¿PARA DONDE VAMOS?	CLARET MISIONERO	GUERREROS DE DIOS	UN CORAZON QUE ESCUCHE	19:00	PROTAGONISTAS					19:00
19:30	NAVA		CONSTRUYENDO FAMILIA			19:30	POR SANACION					19:30
19:50	MICRO FRIEDA HOLLER					19:50	MICROPROGRAMA DE OBREROS					19:50
20:00	JN NOTICIAS					20:00	DIALOGO DE FE	TERRA SANTA NEWS/ LA VOZ DEL PAPA				
20:30	TOP FIVE	AÑOS MARAVILLOSOS	CONOCIENDO JAPON	AÑOS MARAVILLOSOS	CAFÉ CON CRISTO	20:30	AÑOS MARAVILLOSOS	AÑOS MARAVILLOSOS				
20:50	BUENAS NOCHES ANDREA ANDREA Y VIAJERO DE ASIS					20:45	MICROPROGRAMA CON FRIEDA HOLLER					20:45
21:00	AL ENCUENTRO CON JESUS	PROTAGONISTAS	AL ENCUENTRO CON JESUS	MATRIMONIO HOY	AL ENCUENTRO CON JESUS	21:00	BUTACA 19					21:00
21:55	MICROPROGRAMAS DE OBREROS DE JESUS					21:00	BUTACA 19					21:00
22:00	RADIO VATICANO					22:00						22:00
22:30	CAMBIO DE AGUJAS	MISCELANEAS	BUTACA FAMILIAR	MISCELANEAS	TESTIGOS DE ESPERANZA	22:00						22:00
22:58	BENDICION CON EL SANTISIMO					22:58	BENDICION CON EL SANTISIMO					22:58
23:00	VLOGGEROS CATHOLICOS	EN FUEGO	ENTRE PROFESIONALES	VIDA MISIONERA	VLOGGEROS CATHOLICOS	23:00	¿ PARA DÓNDE VAMOS?	GUERREROS DE DIOS				
23:30	TALLER DEL ORFEBRE: ISRAEL PELLANE					23:30	¿ PARA DÓNDE VAMOS?	GUERREROS DE DIOS				
PROGRAMACION DE MADRUGADA												
TERCER MIERCOLES DEL MES						ÚLTIMO DOMINGO DEL MES						
15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA (CANTADA)					15:00	CORONILLA DE LA DIVINA MISERICORDIA (CANTADA)					15:00
15:30	TESTIMONIOS DE SANACION					15:30	TESTIMONIOS DE SANACION					15:30
16:00	MISA Y ORACION POR SANACION					16:00	MISA Y ORACION POR SANACION					16:00
18:05	ARCO IRIS					18:05	I BELIEVE CON PEPE NAVA					18:05
18:30						18:30						18:30

Anexo n.º 3. Validación de instrumentos de investigación (4) – juicio de experto 1

VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos del evaluador

Nombre	CLARCK STEVE VALENTIN TORRES			DNI	70051057
Cargo en UPN	Docente a tiempo parcial	x	Docente a tiempo completo	Coordinador de carrera	
Carrera	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES				
E-mail	clarck.valentin@upn.pe			Celular	922378050

Datos de la investigación

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Carrera	Comunicación Audiovisual en Medios Digitales
Tipo de investigación	Cualitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionario para especialistas 2. Cuestionario para trabajadores 3. Cuestionario para un focus group. 4. Ficha de observación

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) cumple totalmente con el criterio; (2) cumple con la mitad o más de la mitad del criterio; (3) cumple con menos de la mitad del criterio; (4) no cumple con el criterio.

Criterio	n.º	Comentario (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada.	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	


Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Los instrumentos son suficientes para alcanzar
los objetivos.

1	
---	--

Declaro que el firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha

Firma 

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para especialistas

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta¹.



Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existe continuidad de marca corporativa audiovisual en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
2. ¿Existe continuidad de marca de producto en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la continuidad en la programación?	1	
4. ¿De qué manera se da el ritmo en el género televisivo en los canales de corte religiosos como el de JN19?	1	
5. ¿De qué manera se da el ritmo en el género publicitario en los canales de corte religiosos?	1	

¹ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

como el de JN19?		
6. ¿Cuál es el tipo de técnica de montaje más usado en la televisión de carácter religioso como JN19? a. Vertical b. Horizontal Explique el por qué.	1	
7. ¿Cuál es el modelo heterogéneo de programación más usado en los canales religiosos como JN19? ¿Por qué?	1	
8. ¿Cuáles son las características del modelo predominante en JN19?	1	
9. ¿La heterogeneidad debe estar siempre presente en el canal JN19?	1	
10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para trabajadores

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta².



Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existen elementos identificativos del canal (logo, cortinillas, apoyos de imagen del canal, estilo en el diseño de sus contenidos) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
2. ¿Existen elementos identificativos de los programas (cabeceras y cierre de programas, avances, autopromoción, presentadores) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la identidad del canal en la programación JN19? (Desarrollo, características, importancia, manejo de presupuesto asignado para la continuidad del canal como en el logo, escenografías, etc.)	1	
4. ¿Cómo califica y describe la combinación y cohesión de los géneros televisivos	1	

² Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

(informativos, ficción y de entretenimiento) en el caso de JN19?		
5. ¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros publicitarios (spot, microprogramas, publicivortaje, sobreimpresión) en el caso de JN19?	1	
6. ¿Cuál es el tipo de estructura de la programación más usado en el canal JN19? a. Vertical (programación variada como eventos y/o transmisiones especiales ocurridos durante el día) b. Horizontal (programación establecida con determinada frecuencia y horario) Explique el por qué	1	
7. ¿Cuál es el modelo variado de programación más usado en el canal JN19? - Modelo público de programación (tiene variedad de géneros televisivos, no hay alguno que predomine) - Modelo privado de programación (brinda programación exclusiva, sus programas van entorno al entretenimiento y al ocio) - Modelo generalista de programación (diversidad de géneros televisivos pero que busca direccionarse a una audiencia masiva. Principalmente busca ser reconocido) - Modelo temático de programación (en base a un público segmentado generan la programación. Brinda su programación en medios televisivos y canales virtuales) - Modelo gratuito de programación	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

<p><i>(programación general, no presentan alguna estrategia de programación. Sin fines de lucro)</i></p> <p>- Modelo de pago de programación <i>(mucho más exclusiva, solo se puede acceder a la programación con ciertas condiciones. Programación con mínimo de publicidad, ofrece sobre todo contenido infantil, cine, fútbol)</i></p> <p>¿Por qué?</p>		
<p>8. ¿Usted cree que la diversidad de programas debe estar siempre presente en el canal JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>9. ¿Usted variaría la diversidad de la programación actualmente existente en JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?</p>	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para un foocus group

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta².

Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Qué opina sobre los programas y otros videos (cortos y largos) que se emiten por el canal religioso JN19? (Es decir, si impacta y logra ser identificable como contenido exclusivo del canal JN19).	1	
2. ¿Cuáles son los personajes/ presentadores más representativos a su criterio que tiene el canal JN19?	1	
3. Uno de los detalles añadidos en la programación del canal JN19 en épocas de COVID 19 que ha gustado a los televidentes es el aumento de las emisiones de las Misas Diarias. Para usted ¿Qué otra característica positiva observó en la programación televisiva del canal en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?	1	
4. Tras el confinamiento obligatorio por la pandemia, muchos de los programas que se emitían en vivo pasaron a ser programas enlatados y otros fueron	1	

² Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

reemplazados ¿Qué otras características negativas observó en la programación televisiva en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?		
5. ¿Logró notar cambios en la programación televisiva del canal JN19 durante la pandemia, Marzo – agosto 2020? a. Si (continuar con la pregunta 6) b. No (continuar con la pregunta 7)	1	
6. ¿Qué opina sobre los cambios que se produjeron en la programación televisiva en el canal JN19 durante la pandemia, periodo Marzo – agosto 2020?	1	
7. Alguna opinión que desee agregar sobre la programación de JN19.	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Ficha de observación

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta⁴.

Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. Dimensión Continuidad		
Indicador: Continuidad de marca corporativa audiovisual	1	
Indicador: Continuidad de marca de producto	1	
2. Dimensión Ritmo		
Indicador: Géneros televisivos	1	
Indicador: Géneros publicitarios	1	
3. Dimensión Montaje		
Indicador: Técnica vertical	1	
Indicador: Técnica horizontal	1	
4. Dimensión Heterogénea		

⁴ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

Indicador: Modelo público de programación	1	
Indicador: Modelo privado de programación	1	
Indicador: Modelo generalista de programación	1	
Indicador: Modelo temático de programación	1	
Indicador: Modelo gratuito de programación	1	
Indicador: Modelo de pago de programación	1	

Declaro que el firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha 13 de mayo de 2021

Firma



Nombre completo CLARK STEVE VALENTIN TORRES

DNI 70051057

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Anexo n.º4. Validación de instrumentos de investigación (4) – juicio de experto 2

VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos del evaluador

Nombre	GERARDO KARBAUM PADILLA			DNI	10085676
Cargo en UPN	Docente a tiempo parcial	X	Docente a tiempo completo	Coordinador de carrera	
Carrera	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES				
E-mail	Karbaum7@gmail.com			Celular	951714566

Datos de la investigación

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Carrera	Comunicación Audiovisual en Medios Digitales
Tipo de investigación	Cualitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionario para especialistas 2. Cuestionario para trabajadores 3. Cuestionario para un focus group 4. Ficha de observación

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) cumple totalmente con el criterio; (2) cumple con la mitad o más de la mitad del criterio; (3) cumple con menos de la mitad del criterio; (4) no cumple con el criterio.


Criterio	n.º	Comentario (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada.	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Los instrumentos son suficientes para alcanzar
los objetivos.

--	--

Declaro que el firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha	12 de mayo de 2021	Firma	
-------	--------------------	-------	---

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para especialistas

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta³.

Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existe continuidad de marca corporativa audiovisual en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
2. ¿Existe continuidad de marca de producto en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la continuidad en la programación?	1	
4. ¿De qué manera se da el ritmo en el género televisivo en los canales de corte religiosos como el de JN19?	1	
5. ¿De qué manera se da el ritmo en el género publicitario en los canales de corte religiosos?	1	

³ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

como el de JN19?		
6. ¿Cuál es el tipo de técnica de montaje más usado en la televisión de carácter religioso como JN19? a. Vertical b. Horizontal Explique el por qué.	1	
7. ¿Cuál es el modelo heterogéneo de programación más usado en los canales religiosos como JN19? ¿Por qué?	1	
8. ¿Cuáles son las características del modelo predominante en JN19?	1	
9. ¿La heterogeneidad debe estar siempre presente en el canal JN19?	1	
10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para trabajadores

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta².

Ítem / pregunta	n. ²	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existen elementos identificativos del canal (logo, cortinillas, spot de imagen del canal, estilo en el diseño de sus contenidos) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
2. ¿Existen elementos identificativos de los programas (cabeceras y cierre de programas, avances, autopromoción, presentadores) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la identidad del canal en la programación JN19? (Desarrollo, características, importancia, manejo de presupuesto asignado para la continuidad del canal como en el logo, escenografías, etc.)	1	
4. ¿Cómo califica y describe la combinación y cohesión de los géneros televisivos	1	

² Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

(informativos, ficción y de entretenimiento) en el caso de JN19?		
5. ¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros publicitarios (spot, microprogramas, publicreportaje, sobreimpresión) en el caso de JN19?	1	
6. ¿Cuál es el tipo de estructura de la programación más usado en el canal JN19? a. Vertical (programación variada como eventos y/o transmisiones especiales ocurridos durante el día) b. Horizontal (programación establecida con determinada frecuencia y horario) Explique el por qué	1	
7. ¿Cuál es el modelo variado de programación más usado en el canal JN19? - Modelo público de programación (tiene variedad de géneros televisivos, no hay alguno que predomine) - Modelo privado de programación (brinda programación exclusiva, sus programas van entorno al entretenimiento y al ocio) - Modelo generalista de programación (diversidad de géneros televisivos pero que busca direccionarse a una audiencia masiva. Principalmente busca ser reconocido) - Modelo temático de programación (en base a un público segmentado generan la programación. Brinda su programación en medios televisivos y canales virtuales) - Modelo gratuito de programación	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

<p><i>(programación general, no presentar alguna estrategia de programación. Sin fines de lucro)</i></p> <p>- Modelo de pago de programación <i>(mucho más exclusiva, solo se puede acceder a la programación con ciertas condiciones. Programación con mínimo de publicidad, ofrece sobre todo contenido infantil, cine, fútbol)</i></p> <p>¿Por qué?</p>		
<p>8. ¿Usted cree que la diversidad de programas debe estar siempre presente en el canal JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>9. ¿Usted variaría la diversidad de la programación actualmente existente en JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?</p>	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para un focus group

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta².



Ítem / pregunta	n. ²	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Qué opina sobre los programas y otros videos (cortos y largos) que se emiten por el canal religioso JN19? (Es decir, si impacta y logra ser identificable como contenido exclusivo del canal JN19).	1	
2. ¿Cuáles son los personajes/ presentadores más representativos a su criterio que tiene el canal JN19?	1	
3. Uno de los detalles añadidos en la programación del canal JN19 en épocas de COVID 19 que ha gustado a los televidentes es el aumento de las emisiones de las Minas Diarias. Para usted ¿Qué otra característica positiva observó en la programación televisiva del canal en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?	1	
4. Tras el confinamiento obligatorio por la pandemia, muchos de los programas que se emitían en vivo pasaron a ser programas enlatados y otros fueron	1	

² Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

reemplazados ¿Qué otras características negativas observó en la programación televisiva en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?		
5. ¿Logró notar cambios en la programación televisiva del canal JN19 durante la pandemia, Marzo – agosto 2020? a. Sí (continuar con la pregunta 6) b. No (continuar con la pregunta 7)	1	
6. ¿Qué opina sobre los cambios que se produjeron en la programación televisiva en el canal JN19 durante la pandemia, periodo Marzo – agosto 2020?	1	
7. Alguna opinión que desee agregar sobre la programación de JN19.	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Ficha de observación

Escribe un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta⁴.

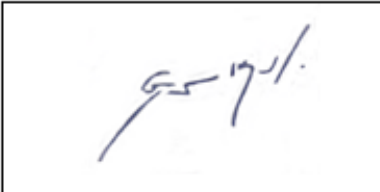
Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. Dimensión Continuidad		
Indicador: Continuidad de marca corporativa audiovisual	1	
Indicador: Continuidad de marca de producto	1	
2. Dimensión Ritmo		
Indicador: Géneros televisivos	1	
Indicador: Géneros publicitarios	1	
3. Dimensión Montaje		
Indicador: Técnica vertical	1	
Indicador: Técnica horizontal	1	
4. Dimensión Heterogénea		

⁴ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

Indicador: Modelo público de programación	1	
Indicador: Modelo privado de programación	1	
Indicador: Modelo generalista de programación	1	
Indicador: Modelo temático de programación	1	
Indicador: Modelo gratuito de programación	1	
Indicador: Modelo de pago de programación	1	

Declaro que el firmante he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar este ficho con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

+

Fecha 15 de mayo de 2021 Firma 

Nombre completo Gerardo Kerbaum Pedilla

DNI 10085676

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Anexo n.º 5. Validación de instrumentos de investigación (4) – juicio de experto 3

VALIDACIÓN GENERAL DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos del evaluador

Nombre	HERNÁN GUSTAVO SOTOMAYOR VELÁSQUEZ			DNI	40937134
Cargo en UPN	Docente a tiempo parcial		Docente a tiempo completo	Coordinador de carrera	X
Carrera	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MEDIOS DIGITALES				
E-mail	herman.sotomayor@upn.edu.pe			Celular	950873592

Datos de la investigación

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Carrera	Comunicación Audiovisual en Medios Digitales
Tipo de investigación	Cualitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionario para especialistas 2. Cuestionario para trabajadores 3. Cuestionario para un focus group 4. Ficha de observación

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) cumple totalmente con el criterio; (2) cumple con la mitad o más de la mitad del criterio; (3) cumple con menos de la mitad del criterio; (4) no cumple con el criterio.


Criterio	n.º	Comentario (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada.	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Los instrumentos son suficientes para alcanzar
los objetivos.

1	
---	--

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha	12 de mayo de 2021	Firma	
-------	--------------------	-------	---

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para especialistas

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta¹.

Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existe continuidad de marca corporativa audiovisual en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
2. ¿Existe continuidad de marca de producto en la televisión de corte religiosos como la del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la continuidad en la programación?	1	
4. ¿De qué manera se da el ritmo en el género televisivo en los canales de corte religiosos como el de JN19?	1	
5. ¿De qué manera se da el ritmo en el género publicitario en los canales de corte religiosos?	1	

¹ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

como el de JN19?		
6. ¿Cuál es el tipo de técnica de montaje más usado en la televisión de carácter religioso como JN19? a. Vertical b. Horizontal Explique el por qué.	1	
7. ¿Cuál es el modelo heterogéneo de programación más usado en los canales religiosos como JN19? ¿Por qué?	1	
8. ¿Cuáles son las características del modelo predominante en JN19?	1	
9. ¿La heterogeneidad debe estar siempre presente en el canal JN19?	1	
10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para trabajadores

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta².

Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Existen elementos identificativos del canal (logo, cortinillas, spot de imagen del canal, estilo en el diseño de sus contenidos) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
2. ¿Existen elementos identificativos de los programas (cabeceras y cierre de programas, avances, autopromoción, presentadores) en la televisión como el caso del canal JN19?	1	
3. ¿Cómo es la función de la identidad del canal en la programación JN19? (Desarrollo, características, importancia, manejo de presupuesto asignado para la continuidad del canal como en el logo, escenografías, etc.)	1	
4. ¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros televisivos	1	

² Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

<i>(informativos, ficción y de entretenimiento)</i> en el caso de JN19?		
5. ¿Cómo califica y describe la combinación y conexión de los géneros publicitarios (<i>spot, microprogramas, publitreportaje, sobreimpresión</i>) en el caso de JN19?	1	
6. ¿Cuál es el tipo de estructura de la programación más usado en el canal JN19? a. Vertical (<i>programación variada como eventos y/o transmisiones especiales ocurridos durante el día</i>) b. Horizontal (<i>programación establecida con determinada frecuencia y horario</i>) Explique el por qué	1	
7. ¿Cuál es el modelo variado de programación más usado en el canal JN19? - Modelo público de programación (<i>tiene variedad de géneros televisivos, no hay alguno que predomine</i>) - Modelo privado de programación (<i>brinda programación exclusiva, sus programas van entorno al entretenimiento y al ocio</i>) - Modelo generalista de programación (<i>diversidad de géneros televisivos pero que busca direccionarse a una audiencia masiva. Principalmente busca ser reconocido</i>) - Modelo temático de programación (<i>en base a un público segmentado generan la programación. Brinda su programación en medios televisivos y canales virtuales</i>) - Modelo gratuito de programación	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

<p><i>(programación general, no presentan alguna estrategia de programación. Sin fines de lucro)</i></p> <p>- Modelo de pago de programación <i>(mucho más exclusiva, solo se puede acceder a la programación con ciertas condiciones. Programación con mínimo de publicidad, ofrece sobre todo contenido infantil, cine, fútbol)</i></p> <p>¿Por qué?</p>		
<p>8. ¿Usted cree que la diversidad de programas debe estar siempre presente en el canal JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>9. ¿Usted variaría la diversidad de la programación actualmente existente en JN19? Si o no ¿Por qué?</p>	1	
<p>10. ¿Algo más que desee agregar sobre la programación televisiva?</p>	1	

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Cuestionario para un focus group

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta⁴.

Ítem / pregunta	n. ^o	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Qué opina sobre los programas y otros videos (cortos y largos) que se emiten por el canal religioso JN19? (Es decir, si impacta y logra ser identificable como contenido exclusivo del canal JN19).	1	
2. ¿Cuáles son los personajes/ presentadores más representativos a su criterio que tiene el canal JN19?	1	
3. Uno de los detalles añadidos en la programación del canal JN19 en épocas de COVID 19 que ha gustado a los televidentes es el aumento de las emisiones de las Misas Diarias. Para usted ¿Qué otra característica positiva observó en la programación televisiva del canal en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?	1	
4. Tras el confinamiento obligatorio por la pandemia, muchos de los programas que se emitían en vivo pasaron a ser programas enlatados y otros fueron	1	

³ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

reemplazados ¿Qué otras características negativas observó en la programación televisiva en épocas de COVID 19 periodo Marzo – agosto 2020?		
5. ¿Logró notar cambios en la programación televisiva del canal JN19 durante la pandemia, Marzo – agosto 2020? a. Sí (continuar con la pregunta 6) b. No (continuar con la pregunta 7)	1	
6. ¿Qué opina sobre los cambios que se produjeron en la programación televisiva en el canal JN19 durante la pandemia, periodo Marzo – agosto 2020?	1	
7. alguna opinión que desee agregar sobre la programación de JN19.	1	

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

VALIDACIÓN ESPECÍFICA DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título de la investigación	Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19
Nombre de (de los) estudiante (s)	Zoila Catherin Santamaria Palomino
Instrumento evaluado	Ficha de observación

Escriba un número de acuerdo a la siguiente escala: (1) totalmente de acuerdo con el ítem o pregunta; (2) de acuerdo con la mitad o más de la mitad del ítem o pregunta; (3) de acuerdo con menos de la mitad del ítem o pregunta; (4) en desacuerdo con el ítem o pregunta⁴.


Ítem / pregunta	n.º	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. Dimensión Continuidad		
Indicador: Continuidad de marca corporativa audiovisual	1	
Indicador: Continuidad de marca de producto	1	
2. Dimensión Ritmo		
Indicador: Géneros televisivos	1	
Indicador: Géneros publicitarios	1	
3. Dimensión Montaje		
Indicador: Técnica vertical	1	
Indicador: Técnica horizontal	1	
4. Dimensión Heterogénea		

⁴ Puede estar de acuerdo o no con un ítem o pregunta por la manera cómo ha sido redactada, porque aporte o no información relevante para la investigación, porque su redacción en esta ficha no coincida con la del instrumento u otro aspecto que considere pertinente.

Indicador: Modelo público de programación	1	
Indicador: Modelo privado de programación	1	
Indicador: Modelo generalista de programación	1	
Indicador: Modelo temático de programación	1	
Indicador: Modelo gratuito de programación	1	
Indicador: Modelo de pago de programación	1	

Declaro que al firmar he leído totalmente y con detalle la matriz de consistencia y los instrumentos entregados por el (los) estudiante (s), además de llenar esta ficha con el cuidado respectivo, teniendo en cuenta que será usada como aval para realizar la investigación empírica de su tesis.

Fecha 12 de mayo de 2021

Firma 

Nombre completo HERNÁN GUSTAVO SOTOMAYOR VELÁSQUEZ

DNI 40937134

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto

Anexo n.º 6. Validación de la Matriz de consistencia

Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.

MATRIZ DE CONSISTENCIA




PROBLEMAS	OBJETIVOS	DEFINICION CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DEFINICION OPERACIONAL			TIPO DE ESTUDIO Y DISEÑO	Población: Grupo de personas que están involucrados con la programación televisiva. Muestra: Trabajadores canal JN19 que participe de la mano con la programación, televidentes del canal y especialistas sobre el tema.
			VARIABLE/ CATEGORIA	DIMENSIONES/ SUB CATEGORIAS	ASPECTOS A INTERPRETAR		
¿Cuál es la estructura de la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso: JN19?	Identificar la estructura en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.	La programación televisiva se define como una unidad coherente y sistemática, es decir que tiene un lineamiento trabajo para presentar un mensaje a la audiencia, que además de eso involucran programas de diferente género pero que al mismo tiempo encierran un sentido parejo que pueda llevar a este discurso televisivo, como también lo llama Herrerros, a un entendimiento y atracción para la audiencia (Herrerros, 1978)	Programación televisiva	Continuidad	<ul style="list-style-type: none"> Continuidad de marca corporativa audiovisual Continuidad de marca de producto 	<p>Tipo de estudio: Básico</p> <p>Diseño: Estudio del caso. Descriptivo con enfoque cualitativo.</p>	<p>En esta investigación se considera realizar cuestionario a cinco trabajadores del canal JN19 que intervengan en la programación televisiva. También se hará un focus group de máximo 10 televidentes que consuman con más frecuencia el canal. A partir de estas respuestas se conocerá a detalle los distintos puntos de vista sobre la programación del canal y sus cambios recientes tras la pandemia. Por otra parte, se elaborará cuestionario a tres especialistas de la programación televisiva. Por último, se aplicará una ficha de observación en la que se analizará a detalle la programación del canal JN19.</p>
	OE 1: Precisar sobre la característica de continuidad en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en		Heterogénea	<ul style="list-style-type: none"> Géneros televisivos Géneros publicitarios 	<ul style="list-style-type: none"> Técnica vertical Técnica horizontal 		
				<ul style="list-style-type: none"> Modelo público de programación Modelo privado de programación Modelo generalista de programación Modelo temático de programación Modelo gratuito de 			

Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso JN19.

<p>San Miguel 2020. Caso: JN19.</p> <p>OE 2: Identificar el género en el ritmo de la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso: JN19</p> <p>OE 3: Identificar la técnica de montaje utilizada en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso: JN19.</p> <p>OE 4: Precisar el modelo de heterogeneidad en la programación televisiva en medios de comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia en San Miguel 2020. Caso: JN19.</p>	<p>programación</p> <p>Modelo de pago de programación</p>			
---	---	--	--	--


Programación televisiva en Medios de Comunicación de contenidos religiosos en tiempos de pandemia
en San Miguel 2020. Caso JN19.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

 Firma Nombres y Apellidos: Carlos Valentín Torres DNI: 70051057	 Firma Nombres y Apellidos: Hernán Gustavo Sotomayor Velásquez DNI: 40937134	 Firma Nombres y Apellidos: Gerardo Karbaum Padilla DNI: 10085676
--	--	--

Anexo n.º7. Carta de autorización de empresa con formato de la Universidad Privada del Norte

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA



Yo, Rolando Silva Moreno, identificado con DNI N° 41339078, en mi calidad de Productor General del área de Producción del canal JN19 de la empresa/institución Asociación "Las Manos de Dios" con R.U.C. N° 20305368513, ubicada en la ciudad de Lima, Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita Zoila Catherin Santamaria Palomino, identificada con DNI N° 72715700, egresada de la Carrera profesional de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales para que utilice la siguiente información de la empresa: todos los datos relacionados al canal JN19; con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Maestro, Doctor o Título Profesional.


Recuerda que para el trámite deberás adjuntar también, el siguiente requisito según tipo de empresa:

- Vigencia de Poder. *(para el caso de empresas privadas).*
- ROF / MOF / Resolución de designación, u otro documento que evidencie que el firmante está facultado para autorizar el uso de la información de la organización. *(para el caso de empresas públicas)*
- Copia del DNI del Representante Legal o Representante del área para validar su firma en el formato.


Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una "X" la opción seleccionada.

Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

Mencionar el nombre de la empresa.


Firma y sello del Representante Legal o Representante del área
 DNI: 41339078

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis o autenticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Egresado
 DNI: 72715700

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05_04	NÚMERO VERSIÓN	07	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	21/09/2020				

Anexo n.º8. Carta de autorización del canal JN19.



Lima, 27 de Abril del 2021

CARTA DE CONSENTIMIENTO

Por medio de la presente, yo, Rolando Silva Moreno, identificado con **DNI N° 41339078**, otorgo la presente carta de consentimiento a Zoila Santamaria Palomino con **DNI N° 72715700**, para que tenga permitido usar datos e información relacionados al canal JN19.

El único fin del uso de los datos es para que sea aplicado en la investigación que realiza la solicitante para obtener el título de licenciatura.

Todos los datos que fueron vertidos a través del estudio tendrán mi consentimiento para ser usados únicamente a partir de la fecha de la presente carta y con vigencia al término de la investigación.

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada a la presente carta.

Reciba un cordial saludo.

Atentamente.

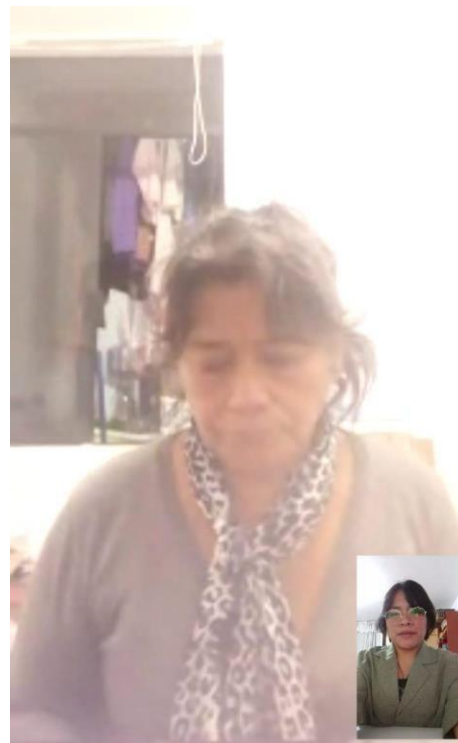
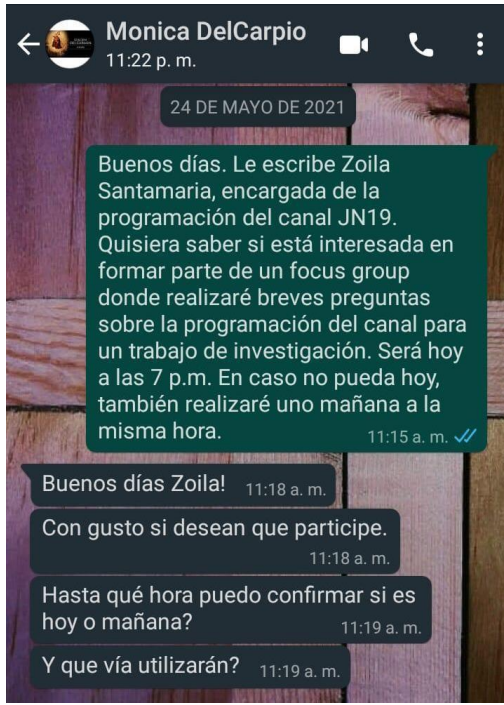

Rolando Silva Moreno
Productor General Canal JN19

Av. De los Precusores N°. 551 Maranga - San Miguel - Lima
Central.: 319-1030 / www.jn19television.com

Anexo n.º9. DNI del Productor general del canal JN19.



Anexo n.º10. Desarrollo del focus group: mensaje enviado a uno de los participantes
e imágenes de algunas de las reuniones.



Anexo n.º11. Especialistas.



Basilia Mateo Castillo, Gerente de Programación en el canal
católico Televida en República Dominicana



Radamés Colón Torres, Productor y programador en el canal
católico Canal 13 en Puerto Rico.



David Castillo, Programador y editor en el canal católico Jesús
TV en Guatemala.

Acta de autorización para sustentación de tesis o trabajo de suficiencia profesional.

ACTA DE CONFORMIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O
TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL



El Asesor completa las líneas puntuadas, marca con una "X" en los paréntesis "(")" según corresponda. El Asesor MICHAEL ADOLFO, HELFER MANCILLA, docente de la (X)carrera o (...)programa de COMUNICACIONES de LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de anti plagio del (...)Trabajo de Investigación, (X) Tesis o (...) Trabajo de Suficiencia Profesional de:

. Zoila Catherin Santamaria Palomino

Por cuanto, **CONSIDERA** que el (...)Trabajo de Investigación, (X)Tesis o el (...) Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

·PROGRAMACION TELEVISIVA EN MEDIOS DE COMUNICACION DE
CONTENIDOS RELIGIOSOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA EN SAN MIGUEL
2020. CASO: JN19 para aspirar al Grado Académico o Título Profesional de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN MEDIOS DIGITALES por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA**, al o los interesados para su presentación/sustentación.

Con respecto al uso de la información de la empresa, el Asesor declara, según los criterios definidos por la universidad, lo siguiente:

- Este trabajo Requiere la autorización de uso de información de la empresa.
 Este trabajo No requiere autorización de uso de información de la empresa.

Lima 27 / 07 /21



Mg. Michael Helfer Mancilla
Asesor

CÓDIGO DE DOCUMENTO	F-P11-COD2-0002.01	NÚMERO	01	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	12/05/2020	VERSIÓN			