



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
HOTELERÍA

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

INNOVACIÓN DEL CONTENIDO TELESIVO DEL CANAL JN19

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado
en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Rodriguez Villafuerte, José Luis

ASESORES

Lic. Luis Flores Cebrián

Lic. Mariella Sánchez Effio

Lima-Perú

Noviembre 2019

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres, que hicieron el esfuerzo de apoyarme en mi sueños y metas, en un futuro todo ese cariño, amor que me brindaron yo se los voy a compensar por un millón.



AGRADECIMIENTOS

Mi infinito agradecimiento a mis padres por todo el amor, apoyo incondicional que me brindan, en todo momento siempre han estado a mi lado alentándome a lograr mis metas y ser un profesional a carta cabal.

Gran parte de mis logros son gracias a ellos, gracias a mi tía Mary Villafuerte, por escucharme y darme siempre sus mejores consejos para nunca rendirme, abuelo José, que es segundo padre a quien admiro con todo mi alma, corazón y vida, que siempre está conmigo en los mejores y peores momento y me ayuda a sobrellevar las cosas.

Además, quiero agradecer a mis asesores Mariella Sanchez y Luis Flores por las indicaciones, el apoyo brindado para que este trabajo salga a la luz.

Gracias Totales.



RESUMEN

El presente informe, tiene como tema principal la innovación del contenido televisivo del canal JN19.

En la actualidad, "la religión ha tenido un mayor alcance gracias a los medios de comunicación masivos, sobre todo la televisión". En este informe exploraremos cómo un medio de comunicación es capaz de lograr tal hazaña.

Lo que se quiere investigar en este informe es la razón de por qué un canal de televisión con más de 21 años de trayectoria televisiva, con distintos programas que son emitidos en señal abierta a nivel nacional, no se arriesga a innovar con propuestas nuevas, frescas y que lleguen a un mayor alcance del que ya están.

Dicho trabajo de investigación demuestra qué es lo que existe dentro un medio de comunicación, las partes fundamentales que requiere un medio para salir adelante, cómo es posible cambiar una propuesta antigua de producción a una más creativa y de mayor alcance hacía sus televidentes.

Finalmente, el motivo de este trabajo es brindar una propuesta innovadora al canal de televisión para que puedan observar que es necesario un cambio radical dentro de su programación, no quedarse en su zona de confort y darles la oportunidad de que un cambio siempre es bueno ya sea en la vida y en el ambiente laboral; sin embargo, este proceso es a largo plazo lo que se requiere sería avanzar poco a poco con las propuestas obtenidas y así con el tiempo mejorar un cambio dentro del canal.

Palabras clave: televisión, comunicación, programas televisivos, producción, religión

ABSTRACT AND KEYWORDS

The main theme of this report is the innovation of the television content of channel JN19.

Today, "religion has had a greater reach thanks to the mass media, especially television. In this report we will explore how a media outlet is capable of achieving such a feat.

What we want to find by doing this paper is the reason why a television channel that last more than 21 years' worth of trajectory, with a large extent of programs nationally broadcasted does not risk itself with finding a new and fresh proposals in order to bring more people.

This investigation looks forward to demonstrate what is within a mass media, the fundamental parts that requires to keep itself going, how is it possible to change old ideas to new ones with a more creative point of view in order to reach more viewers.

We want to bring an innovative proposal to this television channel to make them see that is necessary a radical change within its shows. We strongly recommend not to stay in their comfort zone and give them the opportunity to see that it can also improve their work environment.

Nevertheless, this is a long process, which requires taking it slow with the recommendations and the channel will be better.

Keywords: television, communication, television programs, production, religion

ÍNDICE

Tabla de contenido	
RESUMEN	4
ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS	8
INTRODUCCIÓN	ix
CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	10
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN	10
1.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA	11
1.1.2 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO	12
MISIÓN Y VISIÓN:	13
1.1.2 ORGANIZACIÓN – ORGANIGRAMA	14
1.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	15
1.2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESEMPEÑADA	16
1.2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS	16
1.2.3 PRODUCTO O PROCESO QUE ES OBJETO DE INFORME	16
1.2.4 RESULTADOS	17
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1 Teoría y práctica en el desempeño profesional	18
2.1.1 La televisión en el Perú y su diversidad cultural	18
2.1.2 Programas televisivos en el Perú y su contenido	19
2.1.3 La religión en la televisión	20
2.1.4 Televisión peruana, producción y antecedentes	26
fundamentación del tema elegido	31
1.2 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL	31
2.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS	33
CAPÍTULO III: APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS	34
3.1. Aportes:	34

3.1.1 Desarrollo de experiencias	44
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	60



ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Gráfico 1: Ubicación del canal de televisión.....	11
Gráfico 2: Organigrama de la empresa.....	14
Gráfico 3: Logo del Canal JN19.....	22
3.1: Logo del programa Bethel	22
3.2: Logo del programa Pax Tv.....	22
3.3: Logo del programa Bethel	22
3.4: Logo cadena de radio la Luz.....	22
3.5 Logo ANQA TV	22
Gráfica 4: Grafica estadística sobre la religión que profesa el Perú.....	24
Gráfica 5: Grafica estadística sobre la religión que profesa el Perú 2017.....	25
Gráfica 6: Porcentaje de personas que ven Televisión y radio.....	27
Gráfica 7: Porcentaje de personas que ven televisión y radio en provincia	28
Gráfica 8: “peruanos multimedios”.....	28

INTRODUCCIÓN

El presente informe de investigación tiene como objetivo central problematizar la innovación del contenido televisivo en el canal JN19 con motivo para optar el grado de licenciatura.

Hoy en día, los canales de televisión son los medios masivos por los cuales se transmiten diferentes tipos de información y su mercado laboral es muy demandado por los estudiantes de comunicaciones que aspiran a poder trabajar en estos. La mayoría de estas empresas recurren a personas que tengan un mínimo de experiencia ya sea en producción, dirección o manejo de cámara profesional; sin embargo, no suelen brindar oportunidades a estudiantes recién egresados o que están cursando la carrera y pueden ser muy eficientes para los canales.

El presente informe fue realizado con el fin de poder brindar información relevante sobre el por qué un canal de televisión, que está en sintonía por más de 20 años, no realizó ningún cambio en los programas que emite a nivel nacional. No existe un trabajo previo que brinde un contenido elaborado, que presente aportes importantes para la mejora del canal con miras a futuro, y que genere mejor contenido audiovisual para sus televidentes.

El trabajo se divide en tres capítulos, en estos se hablará sobre las partes fundamentales de la empresa y qué brinda al público. Luego sobre el marco teórico, en donde se brindará información relacionada con las palabras claves que se han mencionado párrafos antes y muy cercanas al tema elegido. Así mismo, se abordará el tema sobre la experiencia trabajada en el canal JN19 y los procedimientos que se aplicaron desde la teoría a la práctica.

En el capítulo final, se explicará cuales fueron o serán los aportes que se brindaron a la empresa donde se labora, y la experiencia obtenida a lo largo del tiempo que se lleva trabajando ahí.

CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

En la década de los noventa, un grupo de laicos empresarios quisieron hacer uso de los medios de comunicación para promover la educación a través del evangelio. Por ello, el 3 de mayo de 1996 se fundó la asociación civil sin fines de lucro Las Manos de Dios, con la finalidad de promover la creación de un canal de televisión de orientación educativa, TELEJUAN 19, hoy conocido como JN19.

El 16 de octubre de 1996, la Asociación Las Manos de Dios obtuvo del Ministerio de Transportes y Comunicaciones la autorización respectiva para establecer una estación de radiodifusión por televisión educativa en la frecuencia UHF 19, y que ahora se transmite mediante nuestra señal digital por el 19.1/HD y 19.2/SD, lo cual representa un gran esfuerzo económico y de infraestructura.

En esta obra ha estado siempre activo el Padre Manuel Rodríguez Rodríguez, misionero Claretiano, promotor y guía espiritual, quien, con su trabajo diario e indomable, constituye un ejemplo de tesón y esperanza para todos los que trabajamos en favor de esta obra.

Este esfuerzo ha rendido frutos plenamente, pues el proyecto de evangelizar a través de la televisión es hoy, para todo el pueblo católico peruano, una hermosa realidad.

El 17 de enero de 1997 se colocó la primera piedra en el Morro Solar, ubicado en el distrito de Chorrillos (construcción de la planta transmisora). El 13 de octubre de 1998 nuestro canal de televisión en la frecuencia UHF 19 empezó a transmitir por primera vez su programación en señal de prueba.

En enero de 1999, personal asignado por el Ministerio de Transportes, Comunicaciones, Vivienda y Construcción; realizó la inspección técnica de todos los equipos y revisó las instalaciones de la planta transmisora en Chorrillos (Morro Solar) así como de los estudios ubicados transitoriamente en las instalaciones de la parroquia San Miguel Arcángel de Maranga.

1.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA:

El canal JN19 (Canal del Padre Manuel Rodríguez Rodríguez), Misionero Claretiano, se encuentra ubicado en Av. Los Precursores 551 – Maranga (2.66 km) / Lima 32 San Miguel, Lima – Perú. (plano, croquis)

Gráfico 1



Fuente: Google Maps

1.1.2 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO

El canal JN19 es un canal de televisión que transmite todo tipo de programas evangélicos, caricaturas orientadas a temas religiosos, misas dominicales, cobertura de eventos fuera del área de trabajo sobre el Arzobispado de Lima, conferencias religiosas, misas, etc. Se emite a nivel nacional por el 570 de Movistar y 19.1 – 19.2 de señal abierta.

Los programas más vistos que emite el canal JN19 en el horario de lunes a viernes son los siguientes:

- Al Encuentro con Jesús.
- Misas dominicales (Graba con diferentes padres).
- “Protagonistas” – Con el padre Pablo.
- Noticiero JN19 (Conducción Ysmael Soto).
- Matrimonio Hoy.
- Misa de sanación.
- Buenas Nuevas (Padre José Luis Tineo).
- Oración en Línea.



MISIÓN Y VISIÓN:

MISIÓN:

Contribuir a la formación de la fe y los valores cristianos en los televidentes a través de programas que sean fácilmente acogidos, mediante un lenguaje sencillo y dinámico. Promover una cultura humano-cristiana comunicando la Buena Nueva en todos los ámbitos de la sociedad, para transformarla desde adentro y, con ello, renovar a la humanidad.

VISIÓN:

JN19 Televisión tiene como visión llegar con nuestra señal a todo el Perú y mundo entero, actualmente llegamos a todo el Perú a través de nuestra señal digital 19.1/HD y 19.2/SD en Lima y en provincias a través de casi 68 empresas operadoras de cable y en 7 provincias a través de la señal de Movistar.

VALORES:

- Lograr que la sintonía de JN19 abarque no sólo el ámbito nacional sino también el internacional. Ya llegamos al mundo entero a través de www.jn19television.com, y desde el año 2009 hemos ingresado al sistema satelital, a través del cual hoy llegamos a más de 63 localidades en la costa, sierra y selva peruana.
- Dicha migración representa una fuerte inversión, por un monto que asciende a más de US \$ 500,000 dólares, habiendo cubierto a la fecha sólo el 30% de lo requerido.

1.1.2 ORGANIZACIÓN – ORGANIGRAMA

Gráfica 2



Fuente: Duckduckgo

1.2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA

La principal función que se desempeñó fue la de Asistente de Producción, sin embargo, se realizaron las funciones de grabación de los programas que emite el canal JN19 televisión a nivel nacional, sumado de las comisiones que el canal realiza, organización de eventos internos del canal, grabación de spots publicitarios, misas dominicales, participación de trabajos comunitarios, voluntariado en diferentes albergues, casas hogares, etc.

Actualmente, se participa en diferentes proyectos dentro del canal como:

- **Construyendo Familia:** Es un programa familiar conducido por la Lic. María del Carmen Palacios Donayre (psicóloga positiva), la función principal que se realiza es la grabación de diferentes segmentos en donde se busca que las familias se integren a través de acciones positivas, psicológicas, etc., con el objetivo de que logren su cometido de vivir en armonía.
- **Acción Caritativa:** Se participa en la planificación de actividades voluntarias como ir a casas hogares para llevar alimentos, ropa, objetos que le sirva en su vida diaria a madres solteras jóvenes, niños huérfanos, adultos mayores, etc. Esto se hace una vez al mes.
- **Bingo de los 100 premios:** La principal función a realizar es de asistente de producción, organización del evento, así como la grabación del bingo. De los cien premios que el canal sorteaba, el boleto número cien se ganaba un viaje de peregrinación junto con el padre Manuel Rodríguez a la ciudad de México.

1.2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESEMPEÑADA

Actualmente la función principal que ejerce es en el área de producción televisiva, pero la labor dentro de la empresa es el puesto de camarógrafo de todos los programas que el canal JN19 televisión emite a nivel Nacional.

1.2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS

Es cubrir como asistente de producción, y también como camarógrafo, todos los programas que emite el canal JN19 televisión. Cobertura de eventos como misas dominicales, encuentro episcopal, reuniones de sacerdotes, audiencias del Papa en Lima, etc.

El reto es hacerlo de manera profesional, para que en un futuro pueda ingresar a un canal de televisión de mayor audiencia como el canal 4 (América Televisión), 9 (ATV) o el 2 (Latina) y formar parte del medio televisivo que en la actualidad tiene una gran cobertura a nivel nacional.

También desempeño las funciones de asistente de producción, dirección de arte (manejo de escenografía de los diferentes programas que emite el canal), locución de evangelios, prensa, fotografía, edición de video, manejo de un programa radial que se emite desde el Vaticano y eventualmente dirección de cámara

1.2.3 PRODUCTO O PROCESO QUE ES OBJETO DE INFORME

La producción televisiva del canal JN19 televisión.

En vista de que este es un canal tradicional que cuenta con la misma programación, producción, hora, hace más de 21 años; lo que se busca es generar un nuevo contenido mucho más amigable y didáctico sin dejar de lado su propósito principal que es brindar contenido religioso a los televidentes y generar mayor alcance con la nueva programación.

1.2.4 RESULTADOS

Con respecto a los resultados que se obtendrán a futuro, han de ser positivos. Los cambios que se realizarán dentro de la organización son con miras al mejoramiento y rendimiento que obtendrá el canal de televisión JN19 al mejorar los programas, segmentos, escenografía, trabajadores, etc. Brindará una nueva imagen que mostrar a los televidentes que permanecen siempre en sintonía desde sus hogares, y se hará notar el cambio y nuevas propuestas para mejorar los contenidos que cada segmento televisivo emite, entre ellos los programas “Matrimonio Hoy”, “Lucho y sus estrellas”. “Al encuentro con Jesús” y “Misa de Sanación”.

Dicho proceso tomará un poco de tiempo porque se tienen que emitir diferentes informes de cambio al área principal de producción, al gerente, además, ver el tema de presupuesto, etc. Sin embargo, la iniciativa de poder realizar un cambio con mejorar a futuro y que sea beneficioso para el lugar de trabajo queda demostrada.



CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Teoría y práctica en el desempeño profesional

2.1.1 La televisión en el Perú y su diversidad cultural

Cáceres (2018), consejero del CONCORTV, comunicador, menciona sobre la diversidad cultural en la televisión peruana que programas excepcionales han reflejado diversos puntos de vista y han representado a distintos actores de la sociedad.

No obstante, la televisión brinda información, noticias, sección cultural, deportes, etc. En donde el televidente tiene carta libre de poder elegir que ver, tiene como objetivo brindar distintos puntos de vista desde la perspectiva de la verdad, y deja al libre albedrío a los televidentes para que saquen sus propias conclusiones en base a lo que ven, a eso se le conoce como libertad de expresión.

Sin embargo, Yaranga (2013) da a conocer que, en los últimos años, la televisión mundial ha experimentado un fenómeno sin precedentes: la aparición y apogeo de la programación de tipo formato.

Lo que se da a conocer a lo largo del tiempo, cada canal de televisión saca nuevos formatos televisivos, segmentos de entretenimiento, noticias, información, etc. Dando nuevas oportunidades a productores para que haya nuevos programas al aire, previa investigación de mercado sobre qué es lo que el público quiere consumir, ya que ellos tienen la potestad de ver o no el programa que recién se ha estrenado, son los que juzgan a la televisora de que su segmento siga en el aire, o no.

Montero (2017), comenta que el trabajo del director es lo que el público televidente va a ver y el juicio de éste sólo se basará en lo que vea en pantalla de su televisor. El público no sabe de atrasos o deficiencias en la producción, no conoce de retrasos en el calendario de trabajo, de falta de presupuesto, de fallas, del incumplimiento del equipo técnico o de producción. El televidente únicamente juzga lo que ve en su pantalla; de ahí la importancia del director del programa de televisión, añade.

El director es ojos y oídos del público porque si él añade un programa que no es del agrado del público, este es rechazado por todos. Tiene que haber una investigación de mercado antes de lanzar un programa al aire, no se puede realizar esto sin previa coordinación, encuestas, entrevistas, etc. El público no conoce lo que hay detrás de una producción televisiva, ellos solo conocen el material ya terminado para su disfrute personal.

Y si, el formato de televisión es elegido por el director previa investigación, no necesariamente tiene que ser un programa sangriento, donde haya mucha acción, peleas, engaños, etc. El programa ideal es el que el público ve natural y con un toque de comedia, es por eso que muchos productores no

arriesgan en eso y no se atreven a invertir en algo más atrevido, creyendo que el público no lo va aceptar y se olvida que existen diferentes tipos de personas.

Los estilos de vida son los siguiente: Los sofisticados, progresistas, madres modernas, los formales, adaptados, conservadoras y austeros.

Cada persona es distinta y tiene un modo diferente de ver las cosas. Si en la televisión añadimos un programa en el horario donde las madres se quedan en casa esperando a los niños que regresen del colegio, no se puede emitir un programa de acción, no tendría mucha afinidad con el estilo de vida de la señora. Es cuestión de elegir bien el formato televisivo, el programa, la hora en la que será transmitida y elegir bien a tu público objetivo al cual va dirigido el programa.

También hay programas en donde el televidente puede participar, ya sea canales de cocina, de salud, talk show, deportes, preguntas sobre cultura general, dibujos, etc. El mismo televidente tiene la opción de acercarse al canal, inscribirse y participar de las distintas actividades que brinda el programa, en donde puede ganar premios en comida, objetos materiales y dinero en efectivo. Hay muchas formas de llegar al público.

2.1.2 Programas televisivos en el Perú y su contenido

Borea (2008) relaciona el contenido televisivo y el mito de que la televisión educa, menciona que, por el lado de la producción, a muchos y muy buenos realizadores de programas les da miedo admitir que sus programas son o pueden ser educativos.

Existen diferentes tipos de programas que generan contenidos educativos, entretenimiento, violencia, etc. Algunas personas creen que la televisión es un medio para educar a los niños, lo cual ha sido un debate por muchos años. La televisión es un medio para divertir a las personas, brindar información, noticias, avances de tecnología, pero nunca se ha dicho que es para educar a las personas, para eso existen los colegios, libros, etc.

Cassano (2008) hace hincapié sobre “La televisión como reconocimiento de la diversidad”, y propone que la televisión empieza a delimitarse como un escenario donde las mediaciones sociales son factibles, escenario que va desde las prácticas de producción, las narrativas múltiples de sus relatos, hasta las distintas formas rituales de consumo.

2.1.3 La religión en la televisión

Arias (2007), comenta específicamente que mientras haya pobreza en distintas zonas del mundo y miseria, la religión seguirá existiendo como pretendida solución a dichos problemas.

Si lo relacionamos con los medios de Comunicación, la religión es una vía de escape para las personas que tienen problemas y pretenden solucionar todos los conflictos que existen a través de la palabra de “Dios” o el “Evangelio”. Pasan la mayor parte de su tiempo asistiendo a templos, misas, conferencias religiosas rezando, que, resolviendo sus propios problemas, buscando una solución para ese inconveniente que tiene, sienten que pueden solucionarlo solo con rezar.

Sin embargo, Rojas (2019) tiene un punto de vista totalmente distinto. Ella menciona que las escuelas públicas no deben impartir una educación religiosa y el medio por el cual se transmiten los contenidos audiovisuales de radio y televisión abierta no debe utilizarse para promover credo alguno.

Rojas mantiene firme su opinión de que la religión no debería ser transmitida por medios audiovisuales, porque fomentan algún credo y obligan a las personas a elegir su religión y hacen creer que otras creencias son pecado o están mal.

Cada persona tiene que tener su propio libre albedrío, eso quiere decir que debe tener una libre potestad para elegir a quien seguir, que religión le parece la adecuada en base a lo que estas ofrecen, mas no imponer alguna ideología o creencia.

Un ejemplo claro son los canales religiosos en Estados Unidos, la mayoría exigen a su audiencia mantenerse con ellos porque las demás creencias como la religión musulmana, ortodoxos, testigos de jehová, mormones, etc., son cosas del diablo e incitan a sus seguidores a realizar excesivas donaciones, dinero, objetos materiales, trabajo gratis todo por la iglesia, lo cual constituye una verdadera estafa y los sacerdotes se ven beneficiados de estas.

Similar acá en Perú, utilizan en la mayoría de los casos la religión como medio de generar dinero a través de sus seguidores, haciéndoles creer la curación divina, exorcismos, milagros, etc. El público que cree en eso son personas que ya forman parte del grupo y llaman a otras personas para que se unan a la causa, es una cadena al fin y al cabo.

Existen canales de televisión que se emiten en señal abierta en el Perú y son:



Gráfica 3



Gráfica 4



Gráfica 5



Gráfica 6



Gráfica 7

Fuente: Duckduckgo

- Jn19 se emite en señal abierta de Movistar 570 de 3:00 p.m. a 11:00 p.m.
- PAXTV se emite en Lima y Callao en el canal 17 (HD) y 575 de Movistar.
- Bethel TV se emite canal 89 de televisión por cable, 181 de Claro TV.
- La Luz se emite en el canal 49 en todo Lima y Callao.
- Anqa TV se emite canal 45 de señal abierta todo Lima.

Además, JN19 brinda los siguientes servicios:

- 1) **Campaña Navideña:** Colabore con los niños pobres de Manchay con juguetes, víveres, ropa y dulces, a través del Canal Católico JN19.
- 2) **Colabora con la tómbola:** Los sábados después de la Misa por los enfermos en el patio del canal.
- 3) **Servicio de curación por reflexoterapia, podología, fisioterapia y oración:** Según el método de la religiosa suiza hermana Juana Cattin: de lunes a sábado de 8:00 a.m. a 01:00 p.m. y también los miércoles y viernes de 2:00 a 6:00 p.m.
- 4) **Servicio de material religioso y productos naturales:** Libros para pedir sanación, biblias, catecismo, espiritualidad, láminas, estampas, rosarios, cruces, medallas, etc.
- 5) **Servicio de oración en línea:** A cargo del Sr. Juvenal Rubiños.
- 6) **Servicios de mensajes por teléfono.**
- 7) **Servicio de oración de sanación a domicilio:** Está a cargo del Padre Manuel Rodríguez.
- 8) **Oficina de empleo:** A cargo de la Srta, María Luisa.
- 9) **Colaboración con la acción caritativa:** Cada mes ayudando a los pobres.

Arroyo (2018), Sacerdote y Doctor en filosofía, nos explica que según los datos estadísticos del censo 2017, todas las carencias, limitaciones y presiones de carácter ideológico que tuvo arroja un dato que ya conocíamos: el Perú es un país profundamente religioso. En efecto, el 95 % reconoce tener una religión y sólo el 5.1 declara no tener ninguna.

Los peruanos se caracterizan por ser humildes, creativos y lo más importante por ser creyentes. La religión al pasar de los años ha abarcado diferentes lugares de lima, cada provincia, departamento fuera de Lima tienen sus propias creencias, ya sea en distintas vírgenes que hicieron milagros en sus pueblos, sacerdotes y los veneran cada cierto tiempo con alguna reunión en el pueblo, fiesta patronal, etc. La mayoría de los peruanos creemos en la religión, magia, milagros, porque sin eso, no podríamos sobrevivir, ya que por naturaleza debemos de aferrarnos alguna entidad suprema para mantener nuestra fe intacta o en crecimiento.

La última medición oficial del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2017), sobre religión en el Perú data de 2007. Ahí, la población católica alcanzaba al 81.3% de peruanos.

Eso quiere decir que la religión ha alcanzado un declive masivo con respecto a sus seguidores, sin embargo, aún existen una gran cantidad de seguidores que mantienen su legado, son fieles a la religión y no se les hace cambiar de opinión por nada del mundo, ellos mismos incitan a que otras personas se unan a este movimiento.

Gráfica 8

RELIGIÓN QUE PROFESA				
	2007	2017	Dif. Bruta	Dif. Prop.
Católica	81.3%	76.0%	-5.3%	-6.5%
Evangélica/Cristiana	12.5%	15.7%	3.2%	25.8%
Otra	3.3%	3.2%	-0.1%	-2.8%
Ninguna	2.9%	5.1%	2.2%	74.4%

Fuente: INEI

Sin embargo, el Latinobarómetro de 2014 ya advertía una notable disminución de la población católica en Latinoamérica y también en el Perú, pues ese año se registró un 76% de peruanos católicos.

Dichos porcentajes siempre varían al pasar de los años, algunos aumentan y otros disminuyen dependiendo las programaciones que se estrenan o salen al aire. El televidente tiene la opción de cambiar el programa que antes veía, ya sea porque se aburría, no le parece interesante, la trama de la historia no le gusta, entre otras cosas.

Ellos tienen el poder para decidir qué ver y qué no en la televisión y el productor tiene que saber qué cosas le gusta a su público para que no lo pierda y el programa no salga del aire por falta de audiencia, en algunos programas de televisión, el público tiene la opción de enviar una carta, en donde detalla algunas recomendaciones para mejorar el segmento, cosas que no le parecen y que deberían sacar, etc. En ese aspecto, la mayoría son personas que se preocupan por que el programa cambie, siga al aire porque les han agarrado un cariño especial, en varias ocasiones es por el tiempo que tienen en el aire, la nostalgia y cariño puede lograr muchas cosas a una persona.

RELIGIÓN QUE PROFESA 2017 - por grupo etáreo				
	De 10 a 29	De 30 a 49	De 50 a 64	De 65 a más
Católica	73.3%	76.7%	78.7%	79.6%
Evangélica/Cristiana	16.2%	15.5%	15.4%	15.1%
Otra	3.1%	3.0%	3.3%	3.6%
Ninguna	7.4%	4.7%	2.6%	1.7%
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*El mayor porcentaje de "Ninguna" está en el quintil de 20 a 24 años (8.5%)

Fuente INEI:

En el año 2017, siendo la mayor cantidad de personas que profesan la religión católica, con un 79.6% son los adultos mayores, de los 65 años a más, hombres y mujeres que asisten a misas, retiros espirituales, apoyan a la iglesia en sus eventos que realiza, entre otras cosas.

El rango de 50 a 64 años de edad, con un 78.7% no muy alejado de los adultos mayores están en la misma situación. Como tienen tiempo libre y ya han hecho su vida, estas personas están en la libertad de hacer lo que quieran con su tiempo y lo invierten en la iglesia. A diferencia de los adultos de 30 a 49 años, con un porcentaje de 76.7%, ellos normalmente frecuentan la iglesia en familia los domingos en la mañana, pocas veces apoyan en las organizaciones de la iglesia porque están trabajando o realizando otras actividades.

Cabe resaltar que la mayoría de personas desde los 10 años hasta los 65 a más, profesan la religión católica, por herencia de los abuelos o bisabuelos y por tradición peruana, el bautizo, primera comunión, confirmación (si se quieren casar a futuro), etc. Son tradiciones que el peruano adopta y viene de generación en generación. Este porcentaje de católicas es más alto que los evangélicos/cristianos con un porcentaje que no pasa del 16.2% de la población que profetiza esta religión, en la cola está los ortodoxos, mormones, testigos de jehová, entre otras que no tienen mucha cabida en Perú.

Si nos referimos al extranjero, Sánchez (2017), director del programa evangélico TVE, menciona que “los programas religiosos cumplen una función pública que el Estado debe proveer”, también hace mención a que, además de cumplir una función de asistencia religiosa, los programas de las minorías evangélica, judía y musulmana desarrollan una labor pedagógica en una nación caracterizada por el analfabetismo religioso.

Después de siglos de intolerancia religiosa y pensamiento único, el estado debe invertir en tolerancia y convivencia, lo cual solo es posible con una información objetiva y no manipulada donde los mismos fieles de cada confesión puedan expresarse libremente. RTVE es el ente público que mayor

inversión está haciendo en la construcción de una sociedad abierta y respetuosa con las minorías.
Debe avanzar en ese camino, añade José Pablo Sánchez.



2.1.4 Televisión peruana, producción y antecedentes

Rojas (2017) nos comenta que al hablar de la televisión y su relación con el entorno digital es necesario atender por lo menos a tres fenómenos básicos: la multiplicación de las pantallas por las que se puede ofrecer los contenidos audiovisuales, la generación de contenido complementario propio del entorno digital que acompaña a los programas de TV y el cambio en los hábitos de la audiencia que exige interacción y un rol activo en relación a los contenidos que se le ofrecen.

Gráfica 10



Fuente: ConcorTV

Si hablamos de porcentaje con respecto a la producción televisiva y nos enfocamos en el porcentaje de audiencia que ve televisión, se divide en un 43% de personas que ven noticias, ya sea en la mañana o en la noche desde sus hogares, luego se obtiene un 41% que ven programas de entretenimiento como caricaturas, segmentos de reality shows, entre otras cosas.

Con un 31%, los programas infantiles para los niños(as) ocupan el tercer lugar y, finalizando, el 29% de las personas ven en sus casas películas desde su televisor, entre ellas también están la plataforma Netflix donde obtienen gran bagaje de películas de todo tipo de género.

Y si comparamos con la Radio, se divide en Musicales con un 75% de personas que escuchan, entre ellas emisoras que transmiten música como Studio92, Onda Cero, Oxígeno, etc. Otra gran parte de la población también está metida en el segmento de noticias, porque le interesa qué es lo que pasa cada día, y con un 10%, no muchas personas están pendientes de los segmentos de salud para el hogar, familia, etc.

Gráfica 11

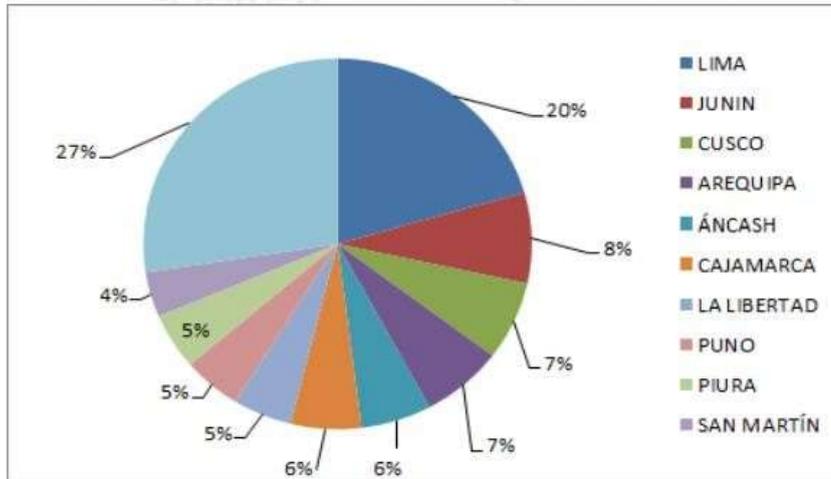


Figura 2. Regiones con más titulares de TV. Adaptado de “Estadísticas de la Radio y Televisión en el Perú 2012”, por CONCORTV, 2012. Recuperado de <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/estudios/2012/concortv-estadisticas-rtv-2012.pdf>

Hemos identificado una afinidad general al internet y al cine, especialmente, entre los Millennials y los miembros de la Generación Z, y lo que es muy interesante, la televisión abierta muestra gran acogida a través de todas las generaciones”, comentó Francisco Carvajal, Managing Director de Kantar IBOPE Media Perú.

Gráfica 12



Fuente: Estudio TGI Perú 2016-2017 – Lima y 6 Ciudades (Piura, Chiclayo, Trujillo, Huancayo, Cusco y Arequipa).

En general, los peruanos afirmaron confiar en los medios de comunicación para mantenerse informados. Se destacan la televisión (61%) y los periódicos (52%), le siguen internet y radio, con 45% y 44% respectivamente. Entretenimiento, relajación y actualización rápida fueron otras necesidades frecuentemente mencionadas por los peruanos a la hora de consumir medios (fuente TGI).

Exactamente, en la actualidad 2019, la mayoría de personas que manejan más las redes sociales, internet, Facebook, ven más televisión, juegos de video, son los niños y jóvenes. Ellos son de la generación que nacieron con la tecnología al alcance de sus manos, aprender rápido y puedes manejar la tecnología a su antojo, de manera rápida y hasta ellos mismos les enseñan a sus padres. Eso ha

incrementado mucho el porcentaje de jóvenes que usan tecnología, ven televisión, todos están actualizados.

Sin embargo, aún existe una pequeña cantidad de adultos – adultos mayores que aún mantienen los modales de la vieja escuela, como comprar periódico todos los domingos en la mañana y tarde, escuchar su emisora de radio favorita porque transmiten canciones que les traen recuerdos, es un público fiel a sus costumbres y es muy difícil hacerles cambiar de hábitos.

Gestión (2012), realizó una investigación de cuanto es el porcentaje de niños que ven televisión, y Luego de estudiar, la principal actividad de los niños y adolescentes peruanos es ver TV (97%), aunque lo más triste es que los días que no tienen colegio, como los sábados, prefieren ver TV (95%) a jugar con sus amigos (66%). Ven televisión aproximadamente 40 minutos.

Quiere decir que el mayor porcentaje de niños y adolescentes que ven televisión, son los días sábados y domingos, es donde pasan mayor tiempo en casa con sus amigos jugando algún videojuego, viendo películas por señal abierta o por netflix, etc. Son los días donde más utilizan la tecnología, muy aparte de los días que salen del colegio y llegan a casa.

También debemos expandir nuestras fronteras, contratar personajes extranjeros para que participen de nuestras producciones televisión, cine, teatro etc. Así, le daría un plus al contenido que se genere y podría ser visto en distintos países, además de generar un mayor alcance y expandirnos más. Actualmente contamos con más de 24 productoras en el Perú que ya tienen un lugar conocido en el medio; sin embargo, existen productoras, producciones independientes que poco a poco van a ir saliendo y emergiendo para ser conocidas por todos.

Tv Perú, una de las casas televisivas más antiguas en nuestro país, a pesar de no ser uno de los programas número uno a nivel nacional, tiene la siguiente consigna: “El rating no es la base de nuestra labor. Nosotros no competimos con la televisión comercial, nos enfocamos en las necesidades del público, y en ser una alternativa para que el televidente peruano pueda informarse y tener un sano esparcimiento”, expresó Coya, a la Agencia Andina (2017).

Del Solar (2017), haciendo referencia a lo que comentó la Agencia Andina, menciono con mucho orgullo lo siguiente: “Se nota que es una televisión -y una radio- volcada a todos los peruanos, y espero que esto marque la tendencia de nuestra televisión privada también, porque nuestra radio y televisión han marcado la pauta en la historia del Perú”,

Esto nos hace pensar que la televisión peruana si avanza con respecto a la cultura que brinda en las pantallas, que, si tiene apoyo, lo único que falta es la difusión para que todas las personas sepan de su existencia y que se genere más conciencia sobre los programas, formatos, producciones televisivas

que se emiten hoy en día. No importa el tiempo que se demoren en poder crear un programa, formato, segmento, piloto para que salga en televisión nacional, lo importante es planificarlo con calma, orden. Pensar bien lo que el público quiere es importante para que, al momento de llevar un programa a la pantalla, obtenga los resultados esperados de los productores y tenga una buena acogida por el público televidente, más vale planear bien algo que hacerlo de manera apurada.

Iglesias (2014), nos cuenta cómo es la labor del productor dentro de las cadenas de televisión. Menciona que, debido a su obligatoria inversión por la ley del cine, tienen un músculo financiero importante a la hora de sacar adelante una producción.

También nos brinda un dato importante referido a los distintos tipos de financiamiento a las que el productor tiene a su alcance para que lo que tenga en mente se haga realidad y son:

- Ayudas al desarrollo de proyectos, que sirven como empujón financiero para arrancar y conseguir más apoyo económico. Que otras marcas, empresas, agencias, puedan brindarle un apoyo económico al proyecto a cambio de publicidad de su marca, o hasta algún tipo de canje
- Ayuda en la preparación de la producción para el rodaje ya sea de la película, comercial, publicidad, etc.

Lorite (2018), nos dice cuál es el secreto de una buena producción audiovisual, y menciona que en toda producción es fundamental elaborar un plan de trabajo. Dentro de esta planificación, es necesario delimitar claramente los siguientes puntos: qué se grabará, quién estará presente en la grabación, dónde tendrá lugar, cuándo se hará y cómo se realizará.

Tiene mucha razón, el productor tiene que elegir qué cosa va a ir a la pantalla, previa investigación de lo que quiere mostrar. Si es un segmento para madres de familia, entonces hablará con las mamás de diferentes distritos a los cuales quiere llegar, en el caso de segmentos deportivos conversará con personas que hacen diferentes tipos de deportes. Así se delimita el público objetivo: adolescentes, músicos, actores, profesores, etc. Cada segmento televisivo va para una persona en específica.

Aparte, se maneja un presupuesto específicamente exacto para gastos de producción, pasajes, escenografía, paga de actores, locación, equipos, aparte de un calendario donde se indican todas las fechas mencionadas para que no exista un cruce de horarios o algún inconveniente a futuro. Todo tiene que estar calculado y respetando las indicaciones del productor o director.

Un rodaje que no tiene nada de lo anteriormente mencionado, nunca va a llegar a nada, no importa que tanta experiencia tiene manejando cámara, grabando o editando, si no tienes en orden los papeles de grabación, tu equipo de trabajo será un completo caos y tendrías problemas con el cliente que te

contrato o si es algún trabajo independiente, será sumamente tedioso porque no te has organizado bien para la preparación de tu material audiovisual.

En internet existen plantillas audiovisuales para organizar tus días de grabación, materiales que se requiere en escenografía, manejar el presupuesto que se utilizará para las distintas cosas que se tiene que comprar, la paga de los actores, el texto que dirán, entre otras cosas.

}



FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

1.2 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

Con respecto a lo aprendido en la Universidad, existen diferentes métodos que a lo largo de la carrera uno va aprendiendo, leyendo y poco a poco entrando a la práctica, pero cuando toca salir al mundo laboral, la cosa es distinta.

Uno de los aspectos teórico/prácticos aprendidos en la Universidad es la creación de un programa de televisión (producción televisiva). Si bien es cierto que en las aulas se enseña cómo es el proceso para crear un formato de televisión en base a un contenido previo, ya sea sobre deportes, cultura, animación, entretenimiento, noticias, shows de baile, canto, etc.

Si hacemos una relación de ese punto exactamente en comparación con el ambiente laboral verdadero, es similar, pero con algunas variantes importantes, por ejemplo

- El formato televisivo ya está compuesto, armado y solo tienes que adaptarte al programa.
- Los movimientos de cámara, planos, etc., son iguales, sin embargo, hay nuevas propuestas que el camarógrafo o la directora de switcher proponen para innovar.
- La dirección de arte, producción, el sonidista, el encargado de luces, son puestos únicos y nadie de otra área tiene que intervenir en su trabajo, a diferencia de la universidad que entre todos se apoyaban para que el programa salga a flote.

Las diferencias son escasas, sin embargo, siempre hay detalles que resaltan más en la práctica que en la teoría. Algo que en la Universidad no se hizo y que en el ambiente laboral se hace mucho, es la organización de eventos dentro y fuera del canal de televisión.

Existen distintos tipos de eventos en el que la mayoría de trabajadores de diferentes áreas participan, como labores sociales en diferentes zonas de Lima, llevando comida, agua, ropa, etc. Llevar estas provisiones a distintas casas hogares de niños huérfanos, madres jóvenes solteras, asilo de ancianos y grabar, hacer una nota de prensa para que salga en el canal como ayuda social para que las personas vean que el programa también se preocupa mucho por las personas.

Por otro lado, existen los eventos dentro del canal que son coordinaciones para los programas que se graban en el set: programar la hora en la que vendrán los invitados, armar la escenografía que se

utilizará, coordinación con la productora por si existe algún tipo de inconveniente en pleno programa en vivo, entre otras cosas.

Otra cosa que se aprendió fuera del lugar de estudio, es el manejo de programas profesionales que utilizan los directores de switcher para la conducción de programas de noticias, avances informativos, que es el manejo de VIMIX. Este programa permite cargar las noticias y lanzarlas previa coordinación para que salgan al aire en plena transmisión de televisión al igual que las cuñas, logos, banners, etc.

Sin embargo, ese tipo de programas no se usaba en la universidad al momento de realizar los cursos de Producción Audiovisual, mas solo lo conectábamos a una laptop e imaginábamos que estábamos al aire.

La forma de trabajo dentro de un canal de televisión es de manera rápida y sin cortes, todo tiene que hacerse inmediatamente, hay mucha presión con respecto a cada programa, la productora tiene que ordenar todo y hay que asistirle para que todos estén listos y empezar.

Esto se diferencia de una clase de universidad, en la que todo es pausado, todos se apoyan entre sí, a veces la coordinación es lenta, peleas entre quien tomará el mando al momento de dirigir el programa, etc.

Si se tuviese que hablar el salto en el aprendizaje de lo estudiantil a lo laboral, resaltaría la confianza que uno alcanza para lograr los objetivos dentro de la organización, cada meta obtenida dentro del trabajo es en conjunto, la felicidad es de todos porque cada trabajador puso de su parte para lograr los objetivos, las metas, visiones y misiones que tiene la organización. Sin embargo, la satisfacción de lograr algo es inmensa porque de ese logro, la empresa en ocasiones te compensa, felicitan o te dan algún reconocimiento por el mérito obtenido y eso suma mucho al currículo.

2.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS

En el ambiente laboral, una de las maneras de ser más eficaz, rápido y eficiente dentro del trabajo es adelantarse a los hechos. Si en el trabajo tienen una rutina ya establecida, uno no espera a última hora para poder realizarla, se adelanta a la situación y deja todo ordenado para que al momento de realizar su trabajo lo haga de manera más rápida y pueda terminar pronto.

Uno de los métodos que se utiliza en el canal de televisión es proyectarse siempre un par de horas para armar cada programa que corresponde. Así nos organizamos para cada segmento y tenemos tiempo libre para ir avanzando otras labores, como locución, redacción y edición de próximos pendientes de las siguientes semanas.

Si bien es cierto, hay algunas veces que el sistema de trabajo ya está establecido y hay momentos en los que no puedes adelantarte y avanzar parte del trabajo de los siguientes días porque se tiene que pedir autorización y eso es un pequeño trámite. Sin embargo, hay momentos en los que sí se puede avanzar con otras cosas sin necesitar la autorización por escrita, basta solo hablada.

Los problemas que se afronta más que todo son en las comisiones en exteriores, siempre existen algunas dificultades al momento de cubrir un evento, ya es habilidad del camarógrafo o productor buscar resolver rápido el problema que se presente, buscar soluciones al instante para que eso no perjudique el trabajo realizado. En la mayoría de los casos sucede cuando falla algún entrevistador, no funcionan bien los equipos, la locación, entre otras cosas.

Son situaciones que uno afronta día a día dentro y fuera del trabajo, la mejor manera en la que se soluciona es pensando rápido y si uno necesita ayuda, preguntar a algún superior que te pueda dar una mano.

Se realizó una pequeña entrevista a algunos trabajadores del canal acerca de su opinión sobre cómo mejorar los programas y estas fueron sus respuestas.

CAPÍTULO III: APORTES Y DESARROLLO DE EXPERIENCIAS

3.1. Aportes:

Como egresado de la Carrera de Ciencias de la Comunicaciones, una de las principales metas es poder laborar en un canal de televisión, es ahí donde se gana la mayor experiencia posible porque gracias a todo lo aprendido en la Universidad, uno va con una base sólida al mundo real, que sería un ambiente de trabajo profesional.

El rol que se desempeña en la empresa es el puesto de asistente de producción; sin embargo, no es la principal función en la que se trabaja, también está el puesto de locución radial, camarógrafo de todos los programas que emite el canal JN19 televisión, asistente de escenografía, edición de video y radio de un programa que emite el mismo vaticano para la página web del canal, entre otras cosas.

Si hacemos hincapié en los conocimientos que se adquieren dentro de las áreas de estudio, es algo que varía cada ciclo académico, si se hace un recuento de los 10 ciclos en los que uno estudia comunicaciones, hay diversos factores, enseñanzas, metodologías de trabajo, consejos, apoyo con las prácticas pre-profesionales, etc.

Del 1ero al 5to ciclo: Son los primeros ciclos en donde los cursos que imparte la universidad son “Generales” como historia, matemática, y poco se toca el tema de comunicación, solo lo que significa, las ventajas, partes, etc.

También se toca un poco el tema de manejo de cámara mano, se enseña los diferentes planos de cámara, los movimientos que uno hace cuando se usa un trípode, se practica en el estudio de televisión la creación de un programa en vivo al que se le llama Producción Audiovisual, en un grupo de 7 alumnos tienen que crear un segmento de un programa, ya sea deportivo, de animación, cine, un noticiero informativo, cultural, entre otros. No obstante, entre todos elegimos qué persona irá en cada puesto y ese se queda permanente hasta el final del curso.

En ese curso solo se brinda información y práctica de lo básico, un programa sin mucha escenografía. Los alumnos pueden equivocarse las veces que sea necesario con tal que aprendan y los movimientos de cámara no son muy complicados. Ya que recién se empieza a abordar temas de la carrera, es entendible.

Del 5to al 10mo ciclo: En esos ciclos se tratan más cursos de la carrera, uno empieza a realizar más prácticas profesionales en cualquier ambiente laboral y si no se encuentra uno, la universidad puede brindarte apoyo para conseguirlo. Los trabajos en clase son más estrictos porque te enseñan cosas un poco más profesionales que te servirán fuera de las aulas.

Por ejemplo, un curso que sí me sirvió dentro y fuera de las aulas son los cursos de “Producción Audiovisual”, “Tecnología Audiovisual”; “Producción de noticiero para televisión”.

En estos ciclos superiores, se trabajó mucho la implementación y creación de un noticiero con notas periodísticas originales y redactadas, grabación de la nota, entrevistas a personas en base al tema elegido de cada noticia, transmisiones en vivo, etc. Eso nos ayudó mucho porque los estudiantes que quieran trabajar dentro de un canal de televisión, ese curso es lo más cercano a un programa real que se emite en señal abierta a nivel nacional.

El otro curso que también contribuyó mucho al desempeño de los estudiantes es el de “Producción Audiovisual”, a diferencia de los primeros ciclos, en este nivel era mucho más avanzado, cada alumno ya sabe a lo que quiere dedicarse y cuál sería su puesto al momento de trabajar en equipo, la implementación de un programa es completa, porque se ve segmento de noticias, sea de temática política, religiosa, etc.; segmento cultural, se habla acerca de obras de teatro, cine, bailes, canto, entre otras; sobre deportes, y por último el segmento de noticias internacionales.

A diferencia de los primeros ciclos, ahora se trabajó mucho más el tema de escenografía. Los estudiantes mismos compraron los materiales que utilizaron para cada segmento, lo armaron y desarmaron para cada ocasión. Cada estudiante tiene su puesto y no tiene que moverse de este, la directora de switcher, camarógrafos, director de piso, asistentes de escenografía, los que apoyaban a los camarógrafos al hacer algún movimiento que el director pedía, claqueta, etc. Todo el equipo debía crear un programa entero que dure aproximadamente 1 hora.

Todo eso, muy aparte de los otros cursos en donde enseñaban cómo es el proceso de comunicación dentro de una organización, las partes de la comunicación interna/externa, como trabajar en equipo, qué hacer frente a una situación de crisis, cursos de fotografía, edición de video, grabación, redacción de notas de prensa (para el área de periodismo), Se manejaba programas como Photoshop, Premiere Pro, 3dmax (para edición en 3d), InDesing, animación. Todo suma al CV del comunicador, pero siempre algunas partes son un más importantes que otras porque en la universidad enseñan lo general; no obstante, uno decide a qué rama de las comunicaciones quiere dedicarse y especializarse a futuro.

Ahora bien, los conocimientos adquiridos dentro del ambiente estudiantil, que con el tiempo se ha ido adquiriendo dentro del trabajo son los siguientes:

1er trabajo: Se desempeñaron las prácticas pre-profesionales en el área de Marketing, Prensa y Comunicaciones en la UIGV. Las principales funciones que ejercía eran:

- Fotografía publicitaria
- Redacción de notas de prensa
- Edición de fotografía

- Grabación - edición video
- Periodismo (Reportero, prensa)
- Community Manager
- Proyectos Innovadores

Esos fueron los trabajos que se realizaban en el área de Marketing, Prensa y Comunicaciones. Si se hace una comparación entre lo estudiado en clase y la práctica en el ambiente laboral, tiene mucho que ver.

Una de las cosas que sí ayudó bastante es ir con una base sólida de lo que significa que al momento que te dejaban un trabajo, ya sea ir de comisión, fotografía, edición de video, redacción, uno ya sabe cómo es la dinámica y lo podía plantear rápidamente.

Otro de los aspectos más resaltantes es el conocimiento adquirido en el aula que se aplica directamente en el ambiente laboral, por ejemplo, la solución de problemas de forma inmediata. Las empresas buscan personas capaces de resolver situaciones complicadas de manera rápida y eficaz, tener un plan “A”, “B” y hasta “C”, en base a un problema o crisis que la empresa esté pasando. Uno como trabajador tiene la potestad y capacidad de poder opinar al respecto siempre y cuando su respuesta o planteamiento sea el adecuado para resolver dicha crisis.

Enfocándonos en la actualidad, establecemos como lugar de trabajo el canal JN19 televisión, la principal función que se ejerce es la de asistente de producción, sin embargo, también se realizan labores en otras áreas como locución radial, edición de video, camarógrafo, asistente de dirección de arte y reportero.

El canal JN19 lleva al aire 21 años recién cumplidos en el mes de octubre 2019, a lo largo del tiempo han ido incrementando los programas que emiten a señal abierta para el público en general, de temáticas como cultura religiosa, dibujos católicos para niños(as), noticiero informativo que habla acerca de lo que pasa alrededor del mundo con la religión, vida de parejas que llevan más de 15 años de matrimonio y cómo la religión los ha ayudado a superarse, además, programas concurso donde se presentan cantantes y muestran su talento, entre otros.

Sin embargo, en los últimos quince años, los programas que emite el canal JN19 siguen siendo los mismos, el mismo formato televisivo que utilizaron para emitir el programa por primera vez, lo siguen usando quince años después, los ritmos de los programas son lineales, la escenografía sigue siendo la misma, nunca cambia. El contenido sigue igual, no se logra invertir en producción para mejorar la calidad del programa, los conductores son las mismas personas que empezaron el programa hace muchos años, etc.

Los programas que se mencionan son: “Matrimonio hoy”, “Lucho y sus estrellas”, “Al encuentro con Jesús” y “Protagonistas”. Entre otros que no tienen mucha cabida.

Se hizo una encuesta a los trabajadores del canal, pero la Sra. Sonia Nelly Rodríguez suscita más la atención por ser la recepcionista del canal que se encarga de recibir las llamadas del público preguntando por los programas que emite JN19. Ella nos menciona los cinco programas más vistos y los demás que casi nadie ve o pregunta por ellos:

1. Etiqueta y protocolo con Frieda Holler
2. Al encuentro con Jesús (Padre Manuel Rodríguez)
3. Misa de Sanación
4. Protagonistas
5. Un corazón que escuche
6. Buenas Nuevas
7. Oración en Línea
8. Matrimonio Hoy
9. Lucho y sus estrellas
10. Taller de orfebres

Los programas números 2,3, 8, y 9 tienen la misma dinámica, escenografía, contenido, entrevistados, conductores, hace más de 15 años no cambian el contenido de sus programas, habiendo material hoy en día para hacer un mejor programa, modificar el segmento, cambiar el modo de entrevistas, conductores, etc.

Cabe mencionar que el canal JN19 tiene un público objetivo conformado por personas de 30 años en adelante, por el contenido religioso que brinda, las misas que ofrece, entre otras cosas.

Al encuentro con Jesús:

Hace un par de semanas recién se innovó en la escenografía del segmento del Padre Manuel, sin embargo, el contenido sigue siendo el mismo de hace años: solo entrevistas a personas del clero, padres, curas, cantantes, y luego se mencionan algunas noticias del extranjero y acaba el programa.

Una propuesta que se podría implementar para que este segmento sea más dinámico y no tan lineal como siempre ha sido, es que el padre pueda no solo entrevistar a personas del clero religioso, si no a artistas de teatro que forman parte de la religión, cantantes tanto hombres como mujeres, que presente segmentos musicales, etc.

Otra propuesta sería que al padre le hagan preguntas religiosas personas en general, cosas relacionadas con la biblia, mandamientos, ya sea adultos quienes pregunten o niños, dudas sobre la religión que tengan, y algo similar que se podría añadir sería que se haga sorteos en vivo, que el mismo padre haga preguntas con alternativas y la persona que llama al canal pueda responder de manera correcta y se le puede brindar algún premio, como algún material religioso, biblias, folletos, posters, entre otras cosas.

Las transmisiones en vivo son lo que mueve hoy en día los programas en las redes y sería ideal que también se hiciera con personas dentro del clero religioso pero que estén en otro país, y cuenten cómo es la situación donde viven, acerca de las iglesias, monasterios que dirige, jornadas religiosas, etc.

Matrimonio Hoy:

Como su mismo nombre lo dice: “Matrimonio Hoy”, en los últimos años, el programa se enfocaba más en presentar a parejas que tienen más de 11 años de casados a través de un video promocional contando su experiencia, luego citaban a la pareja al canal haciéndoles las mismas preguntas que en el video, y terminaba el segmento.

Más allá de la propuesta, que es interesante, uno con el paso del tiempo debe ir mejorando, cambiando el contenido y más si se enfoca en un programa de televisión; sin embargo, este segmento no ha cambiado absolutamente nada en los últimos años, los conductores son la misma pareja de esposos que cuando iniciaron el programa hace veinte años. La escenografía no ha cambiado, y lo más importante que es el contenido del programa sigue igual.

Contenido:

Un aporte sería modificar por completo el contenido del segmento “Matrimonio Hoy”, que no solo se base en entrevistar a la pareja de casados y contar un poco su experiencia frente a un psicólogo de parejas que explique qué es el amor en una relación a largo plazo.

Sería más que todo que inviten a parejas jóvenes y cuenten su experiencia de cómo es la vida de casados en los primeros años, cómo es la convivencia en los primeros años de relación, que el video presentado no solo sea grabado en una casa, cambiar de locación quizás en el primer lugar donde se conocieron o algún sitio que les traen recuerdos memorables de su vida de pareja, involucrar a los hijos en las entrevistas, etc.

También poder añadir algo tipo un Talk Show, preguntas a la pareja qué tanto se conocen, a través de una ruleta con preguntas sobre una relación, color favorito, comida, primera cita, y hacerlo más dinámico para que no se vea lineal el segmento.

Que las personas llamen al programa y hagan preguntas al profesional invitado sobre asuntos de parejas, el amor, consultas personales que tiene cada uno. Sería una buena iniciativa para que el invitado y el segmento tenga más movimiento, apego con el público y a su vez resolver las dudas que tengan.

Invitar a bandas religiosas que canten sobre el amor, enfocarnos algunas veces en el segmento musical, ya que en la actualidad existen muchas bandas, cantautores, solistas, religiosos que hablan del amor en familia, pareja, todo relacionado a Dios, sería algo innovador y entretenido poder generar un cambio en el programa.

Que, al finalizar el programa, el esposo tenga una sorpresa para su esposa, ya sea un ramo de flores, chocolates, o algo innovador que se pueda plantear previa coordinación, y cierren el programa diciendo cada uno cosas románticas el uno al otro.

Escenografía:

Con respecto a la escenografía, esta utiliza bakin de colores que, a lo largo del tiempo se fue deteriorando, hasta rompiendo, muebles rotos, alfombra roja, una pequeña estatua de plástico de la virgen maría y un corazón de cartón decolorado enorme.

En primer lugar, como estamos en el mundo digital, y tienen la implementación del croma, se puede jugar mucho con las imágenes en 2D para un programa en vivo, cambiar la escenografía empezando desde el nombre del programa, algo similar a un Talk-Show, utilizando los colores representativos del amor, renovar los muebles por unos en mejor estado o añadir una mesa donde se encuentren los conductores y sillas para los entrevistados que sería la pareja.

La importancia de la escenografía ya sea en cine o televisión es sumamente alta, siempre y cuando se siga las pautas principales del Diseño de Producción y Dirección de Arte, entre ellos se debe seleccionar atrezzo, tapicería de ambiente, crear decoración enfocada al tema principal del segmento, en este caso sería el amor, matrimonio, dios, etc. No solo se trata de llenar los espacios de manera

deliberada con cualquier instrumento que se tenga a la mano, cada objeto dentro del escenario, detalle, hasta lo más mínimo es por algo específico y tiene un porqué.

Conductores:

Los conductores son una pareja de esposos con más de 50 años de casados que dirigen el programa, este empezó hace aproximadamente 15 años atrás con ellos mismos a la cabeza.

Si se quiere innovar con algo más fresco, nuevo y creativo, en una primera instancia, se debería hacer un cambio de conductores del programa, contratar a personas un poco más jóvenes entre la edad de 30-40 años, no más porque su público objetivo son parejas entre la edad de 40 hacía adelante. Contratar gente joven no está mal, anima el momento de presentar a las parejas, las conversaciones serían más fluidas y le daría un poco de color al programa.

Dentro del tema de conductores nuevos, se incluiría una nueva vestimenta para cada ocasión y no la misma ropa, también el tema del maquillaje, en caso de la conductora todo suma, el peinado que utiliza cada vez que el programa salga en vivo, la ropa que usará, accesorios si es el caso, como aretes, pulseras, anillos, etc. En el caso del conductor, sería qué terno usar, o alguna camisa, zapatos, pantalón de vestir, reloj, todo eso es observado por el público desde su televisor y puede influir en su opinión.

Se realizaron unas preguntas a personas que trabajan dentro del canal de televisión y opinaron acerca de lo mismo, la vestimenta de los conductores es la misma, hacen siempre el mismo segmento cada semana, no hay innovación, deberían cambiar los conductores, las entrevistas, invitar a distintas personas y no solo enfocarse en psicólogo de pareja (hombre), entre otras cosas.

Misa de sanación del Padre Manuel

En base a preguntas realizadas a varios trabajadores del canal, estos informaron que en recepción las personas llaman a preguntar más por la misa de sanación que brinda el Padre Manuel Rodriguez los sábados de 7:00 a.m a 9:00 a.m.

Al día entran entre 20 a 25 llamadas de personas adultas entre la edad de 50 a 70 años preguntando por la misa de sanación, a qué hora se emitirá por televisión, cuándo hay alguna repetición, y para ir a presenciarlo en vivo.

Este es el programa más visto por las personas y que todo el mundo conoce, sin embargo, también cae en la monotonía por el transcurso de los años que se ha mantenido así, además porque les

funciona y quizás tengan temor de innovar o añadirle cosas por temor a que a la gente no le agrade, entre otras cosas.

Un aporte sería invitar a bandas religiosas, ya que el coro que siempre se presenta está conformado por señoras de la tercera edad que cantan y un señor adulto mayor que toca la guitarra. Invitar a cantar autores, bandas de personas jóvenes que puedan aportar a la misa de sanación con nuevas canciones religiosas o mejoradas en algún aspecto, apoyando al Padre Manuel con su misa.

Otra propuesta sería invitar a personajes del clero a sus misas, como obispos, arzobispos, sacerdotes, monjes, monjas, que puedan compartir la misa de sanación con el padre, ya que él tiene contactos dentro de ese medio y conoce a muchas personas.

Con respecto a todo lo demás el canal invierte mucho más en dicha misa, el último sorteo realizado fue “La rifa de los 100 premios” cuyo premio número cien incluída un viaje todo pagado por una semana junto al Padre Manuel a México, que incluía recorridos a las iglesias de la zona, y viaje a otros países que es lo que dura su peregrinación. Invierten mucho en su público ya que ese es el sustento del canal, por lo demás lo tienen un poco dejado de lado.

Lucho y sus estrellas:

El programa de lucho y sus estrellas es una copia no tan exacta del programa “Trampolín a la fama” del carismático Augusto Ferrando, el conductor conocido como Lucho ha formado parte del elenco de Trampolín allá en los años ochenta. Y ahora en la actualidad es conductor del programa que se emite en JN19.

El programa desde el inicio quería tomar el formato del famoso Augusto Ferrando, sin embargo, con el pasar del tiempo, este no tuvo mucho protagonismo para el público, el conductor en ese entonces “Lucho”, sigue siendo el mismo después de quince años de haber fundado el programa “Lucho y sus estrellas” pero ahora es un adulto mayor.

El contenido del programa trata de mostrar a varios artistas (solamente cantantes), que recién empiezan, o que lo hacen por hobby, niños, adultos mayores, algunos extranjeros, que tienen sus propias canciones o hacen covers.

El único inconveniente es que no existe un filtro al momento de cada presentación, solo entran al escenario quien llega primero, sin previa coordinación, incluso algunas veces llegan tarde. Los que se presentan la mayoría de las veces no saben cantar, solo quieren un momento de protagonismo frente a una pantalla.

El formato se ha mantenido así por quince años consecutivos, incluyendo la escenografía, conductor, auspiciadores y el contenido del programa.

Formato:

Lo que pretende el formato de “Lucho y sus estrellas” es ser el más movido y entretenido de todo el canal JN19. Lo que deberían hacer para mejorar sería no solo invitar a cantantes, sino abrir sus horizontes, transformar el formato a uno concurso, que asistan diferentes tipos de artistas, magos, cantantes, bandas, imitadores, pequeños formatos de clown, humoristas aficionados, teatro, personas con algún talento especial, eso daría variedad al programa, dar a conocer a diferentes artistas independientes que quieran mostrar su arte al mundo y eso llamaría más la atención.

También invertir en un jurado, si es un concurso con diferentes artistas, se puede tener un jurado y hacerlo por eliminatorias con un premio al final, eso motivaría a los participantes a sacar lo mejor de sí para mostrarlo frente a televisión nacional.

Si bien es cierto que el programa está inspirado en el esquema de “Trampolín a la fama”, otra de las cosas que se podría añadir sería el brindar regalos al público, cada semana dentro del canal entra una cantidad de personas (como público), que solo observa el programa, pero se podría añadir regalar víveres o artefactos a las personas, a cambio de que hagan algo ya sea que canten, bailen, o imiten a alguien. Eso ayudaría a que el programa tenga más dinámicas.

Otra cosa ideal sería el recibir llamadas telefónicas del exterior al programa y que le conductor pueda hacer preguntas de cultura general y si responden de manera correcta puedan llevarse algunos premios pequeños.

Conductor:

La persona que da vida al formato debe ser entretenida con sus intervenciones, comentarios elocuentes y de esa manera presentar a los invitados y artistas. Su estilo debe reflejar esa personalidad y que esta tenga relación con la imagen que el productor general quiera transmitir a sus televidentes.

Existen diferentes tipos de conductores, algunos cuentan chistes u cosas serias para llegar al público, depende el formato de televisión que se maneja. No obstante, “Lucho y sus estrellas” es un programa de entretenimiento para toda la familia.

El conductor, más conocido como “Luchito”, entro al canal JN19 desde su fundación, que son 21 años y propuso el programa con el formato similar al de Augusto Ferrando ya que ellos habían trabajado antes, pero con el pasar de los años ese segmento siguió siendo el mismo y no se ha

actualizado. Ahora el conductor tiene aproximadamente 70 años y sigue conduciendo el programa, pero ya no lo hace con la misma dinámica que hace años, hay momentos en los que se pierde o se olvida de lo que tiene que decir, y los productores lo ayudan, hay veces en los que falta porque está un poco mal, entre otras cosas.

Un aporte sería el cambio de conductor para darle un aire fresco al esquema televisivo que presentan, un conductor entre la edad de 30 a 40 años, más enérgico y que pueda relacionarse con los participantes de manera rápida y elocuente, que tenga un carisma único que llegue a las personas, algo similar a lo que hacía Augusto Ferrando, él conocía a las personas con las que trabajaba y tenía mucha afinidad, apego con el público, por eso todo el mundo lo quería y eso es lo que se puede buscar para este tipo de programas lo cual hace que el contenido sea muchísimo mejor y que tenga más dinamismo.

Escenografía:

La escenografía con que cuenta el programa son 3 gigantografías de color naranja que dice “Lucho y sus estrellas” colgadas y pequeños banners de los auspiciadores.

En la actualidad, el arte para este tipo de programas concursos son más coloridos y llamativos, se puede utilizar gigantografías en algunas partes del escenario, con un presupuesto no tan elevado se puede hacer muchas cosas.

Una propuesta para mejorar el esquema sería cambiar completamente el diseño del nombre, logo, del programa, podría mandarse hacer en gigantografías, paneles pequeños, modificar la paleta de colores, buscar unos más llamativos para este tipo de programas, algo similar a lo de Trampolín a la Fama, con esa esencia sin copiarlo.

Audiovisual:

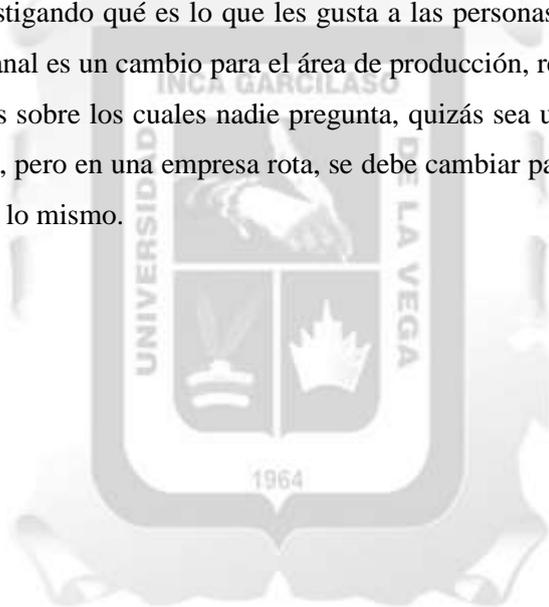
A diferencia de los contenidos de los programas que emite el canal JN19 televisión que hay muchas cosas que mejorar, cambiar innovar; algo que, sí es bueno y que está en constante cambio para bien, es el contenido audiovisual.

La publicidad, videos, grabaciones, comerciales, locuciones de audio, entrevistas, cortometrajes, son lo que mejor vende el canal de manera que es lo que más resalta dentro del mismo. Será porque la mayoría de estas puestas está compuesta por jóvenes, estudiantes universitarios con ideas frescas que innovan el contenido televisivo, chicos, que acaban de egresar y entran a formar parte del canal con propuestas innovadoras, pero solo referido al tema audiovisual.

Sin embargo, el área de producción televisiva se encarga de ver qué segmento va en cada programa que emite el canal, el contenido que brinda al público, y este lo manejan personas adultas que llevan años haciendo lo mismo y no se arriesgan en cambiar el formato. Eso puede ser algo en contraproducente porque si se trabaja en un canal de televisión todo debe rotar, cambiar, porque la afinidad, gustos del público varía cada día y uno tiene que estar actualizado para que tu público objetivo se quede contigo y sea lo primero que tenga en su mente.

Una de las razones, desde el punto de vista objetivo, es el temor al cambio de una persona que lleva haciendo algo por muchos años a veces es algo complicado, porque cambiar algo que te ha funcionado un par de años es difícil, y querer cambiarlo después de tanto tiempo puede generar inseguridad porque está la creencia de que a las personas no les gustará lo que ven.

Salir de la zona de confort abre puertas a diferentes opciones nunca antes vistas y propuestas innovadoras para mejorar el trabajo. Hay que estudiar estos cambios con algunas referencias de otras producciones afines, investigando qué es lo que les gusta a las personas y en base a eso proponer algo. Lo que necesita el canal es un cambio para el área de producción, renovar el personal que está a cargo de esos programas sobre los cuales nadie pregunta, quizás sea un gran riesgo para los que llevan trabajando años ahí, pero en una empresa rota, se debe cambiar para mejorar y si no se hace, se quedarán estancados en lo mismo.



3.1.1 Desarrollo de experiencias

Respecto a las prácticas preprofesionales realizadas en la Universidad Garcilaso, fue una experiencia gratificante, ya que fue la primera vez que pude trabajar en el área de la carrera profesional, con el tiempo se va ganando experiencia, se cometía errores, pero se iba aprendiendo de ellos. El jefe que estaba a cargo enseñaba todo lo que sabía, brindaba asesorías de los trabajos a realizar, cómo se hacía, de qué manera se puede hacer las cosas para ser más eficiente, etc.

Cuando se realiza un trabajo por primera vez siempre hay nervios, temor de hacerlo mal o también se puede adoptar una actitud positiva de querer hacer cosas nuevas, no defraudar a nadie. Por primera vez querer entrar al mundo laboral verdadero, en donde la universidad te prepara para ir con un

conocimiento básico y en el mismo trabajo te formas como profesional con el paso del tiempo, y eso fue lo que pasó en el proceso.

Trabajar en el área de marketing cuando se cursaba el 7mo ciclo de la carrera de Comunicaciones, gracias a la bolsa laboral que brindaba la universidad. Sin embargo, se tuvo que pasar varias entrevistas y evaluaciones ya que se entraría a trabajar a un sector educativo privado y no cualquier persona puede entrar sin antes tener un período de evaluación que dura algunos meses. Al entrar se pudo observar más allá de cómo funciona la universidad, la experiencia también abarcó todo lo que se trabaja en las áreas de marketing, publicidad, comunicaciones y prensa.

En la universidad brindaban información teórica en los primeros ciclos, y en los finales se entraba en la práctica mediante el manejo de equipos, cámaras DLS, redacción, infografías, fotografía, edición fotográfica y de video, edición 3d, grabación, cubrir eventos importantes que la universidad brindaba dentro de la facultad, entre otras cosas. Dentro del trabajo se veía lo mismo, pero los eventos que se debía cubrir no solamente eran dentro de la facultad, eran comisiones en exteriores, distintas facultades de diferentes carreras, eventos deportivos, culturales, reuniones con el rector, ferias de ciencias, gastronomía, etc. Como fue el primer trabajo, siempre uno lleva una grata experiencia y con lo que viene a futuro uno recuerda las problemáticas y las logra resolver de manera más eficiente. Te ayuda a evaluar a qué te quieres dedicar o si quieres cambiar de aires.

El segundo trabajo fue aún más formal. Entrar a trabajar a un canal de televisión es el sueño de todo comunicador audiovisual, y es algo mucho más profesional, se logró entrar acabando la universidad, al principio da algo de miedo porque es un ambiente totalmente distinto al primer trabajo y todo el mundo ve tu trabajo porque se emite en señal abierta a todo el mundo.

La universidad prepara a los alumnos para afrontar la vida laboral verdadera, esas experiencias que están fuera de las aulas. Aprendes cómo es el ambiente laboral, qué hacer cuando tienes que resolver un problema, qué posibles soluciones puedes proponer, cómo ser una persona competente, eficiente, eficaz, etc. Sin embargo, dentro de un trabajo todo eso se vuelve real, los comentarios que te brindaron los profesores se vuelven reales. El trabajo bajo presión ya no es simple advertencia que te dicen verbalmente, ahora es real y tienes que regirte bajo las reglas del lugar donde laboras, el horario, cómo es la jerarquía dentro, quiénes son tus supervisores, con qué personas vas a trabajar y relacionarte día a día, entre otras cosas.

Te enseñan cómo es cada área de trabajo, si tienes algún problema a quién acudir. Todos esos cambios uno los acepta al paso del tiempo que labora en una empresa, desde el primer día uno forma parte de un equipo de trabajo y tiene que sentirse identificado con la empresa, en mi caso no fue así desde el principio.

Entrar a JN19 fue una experiencia gratificante porque por fin pude ver cómo se mueve realmente el mundo de las comunicaciones. Todos dicen que entrar a un canal de televisión es lo más maravilloso que hay porque aprendes de todo y son los primeros pasos para tu vida profesional, y sí que lo fue.

Las primeras semanas, los que están a cargo empiezan a enseñar cuáles son las áreas de trabajo, en las que te vas a desempeñar y apoyar, como uno empieza siempre desde abajo, las tareas que se realizaban eran pequeñas, como manejo de cámaras si hay algún evento previa supervisión, grabaciones de programas por si se comete algún error, acompañar a los que llevan más tiempo ahí a las comisiones y observar cómo lo hacen porque en algún momento puede tocar hacer lo mismo, también editar los programas radiales que se emite desde el mismo Vaticano, etc.

Se sentía bien al principio porque aún se iba aprendiendo sobre lo que hacían, de una manera tranquila y paciente. No obstante, a las tres semanas, la presión por aprender rápido las cosas iba incrementando mucho más, ya que el lugar de trabajo se mueve demasiado rápido y exigían que uno aprenda rápido el manejo de la cámara profesional para cada programa, aprender los movimientos de cámara, tomas, planos, secuencias, las comisiones en exteriores, eventos dentro del canal, veía los programas pasados de diferentes años para darme una idea de cómo era cada segmento. El horario se modificaba cada semana, no existía una hora fija de entrar y esta cuestión, a algunos trabajadores, los incomodaba, pero tenían que aceptarlo porque al inicio de la entrevista con el jefe, él mismo había dicho: “Los horarios son rotativos”, pero uno no piensa que cambian todos los días, eso incomodaba un poco a las personas con las que se trabaja.

Las dificultades existieron en ese momento, la teoría que en la universidad se aplicaba, esta vez se tenía que llevar a la práctica. Cada movimiento malo que se hacía, se reportaba con una reunión de todo el equipo y se hacía un feedback de qué cosas se puede mejorar, otras veces se redactaba un memo, no importaba si eras nuevo o llevabas años de trabajo, la ley aplicaba para todos.

El tema del horario de trabajo también se dificultó un poco, existían días en los que se iba a trabajar a las 6:00 a.m y se salía a las 10:00 p.m como otros días que trabajabas unas cuantas horas y al otro te quedabas todo un día entero. A esto se refería el concepto de horarios rotativos. Fue un problema acostumbrarse a ese tipo de cambio cuando en un primer trabajo solo se laboraba de 9:00 a.m a 3:00 p.m de lunes a viernes y en el canal de televisión se trabaja de lunes a sábado, y cada último domingo del mes también.

Algo que hasta ahora es un inconveniente, es que todo en el canal es monótono, los programas que se emite son los mismos que hace quince años, nada ha cambiado en absoluto, tienen los mismos trabajadores a cargo desde que se fundó el canal. También el mismo método de trabajo, por eso no fue difícil aprenderse todo en un par de meses, porque el día a día es lo mismo y para un comunicador audiovisual que entra con ideas frescas porque recién egreso de la universidad es algo cuadrado

realizar siempre la misma rutina de todos los días, aprendes lo que ya estaba y solo se mejora lo que te enseñan.

Lo único que sí causa sorpresa es que el área audiovisual está conformada por jóvenes entre los 18 y los 28 años de edad, por el contrario, el área de producción sí está conformada por adultos mayores y quizás eso es lo que frena el avance del canal. Las ideas frescas, innovadoras por parte de los jóvenes son buenas porque les dan otro ritmo al canal, pero los que mandan ahí son las productoras, ellas llevan años haciendo un mismo formato y ya se han acostumbrado a eso y se les hace difícil salir de su zona de confort, o cambiar.

El mundo de la televisión es un constante cambio, un día puedes tener mucha audiencia porque tu segmento es innovador, sin embargo, al día siguiente puedes hacer algo mal, algo repetitivo que a tu público le puede parecer aburrido o monótono y pueden alejarse del programa y ya no verlo. Así funcionan la televisión y los medios, ellos invierten en la publicidad por televisión, videos, anuncios por la página web, etc. De qué sirve tener un gran comercial de televisión, muy innovador, con buenas ideas que te deja con ganas de ver más, si tu programa no tiene lo mismo que ofreciste al principio, eso es algo que se quiere cambiar, pero con la nueva directiva resulta muy complicado.

Cabe resaltar que el programa JN19 no utiliza el formato de rating para medir su audiencia, y tampoco tiene competencia directa, solo se mide a través de las personas que asisten a los programas en vivo, hacen llamadas telefónicas preguntando por las programaciones del día a día, etc.

Dichas propuestas son para el mejoramiento del canal y para poder hacer un cambio. La productora viene haciendo lo mismo por más de 15 años y eso debería parar e innovar nuevamente, varios trabajadores lo mencionan, pero al final el que tiene la última palabra es el Gerente General de la empresa Asociación manos de Dios JN19.

Estas ideas podrían cambiar por completo el aspecto de los programas con más baja audiencia, a través de entrevistas, comentarios de las personas que trabajan dentro del canal, opiniones de jefes, etc. De tomarse en cuenta estas sugerencias, considero que a futuro algunas deficiencias actuales que existen podrían verse superadas en base a lo que se ha propuesto. Los resultados esperados podrían ser los siguientes para cada segmento:

Al encuentro con Jesús:

Con las propuestas hechas y que se podrían llevar a cabo, la dinámica del segmento que conduce el padre Manuel Rodríguez Rodríguez sería más rápida, tendría más contacto con personas del exterior el cual podría responder a las preguntas que ellos les hacen, el segmento no solo sería para adultos, sino también para niños, ya que en alguna parte del programa ellos tienen dudas acerca de la biblia, pasajes religiosos y el padre puede responder a eso.

Habría más acercamiento con el público, los televidentes pueden llamar al programa y conversar con el padre sobre las dudas que tengan acerca de la religión, y no solo se quedaría en un segmento similar al de un noticiero.

Habría variedad en los invitados que asisten al programa, las entrevistas que generaría harían que el programa sea más innovador porque se entrevistaría a diferentes tipos de personas. Habría mayor información para los televidentes que son inexpertos en el tema evangélico y la posibilidad de que cada día existan diferentes personas a quienes entrevistar.

Con la aplicación móvil JN19 móvil, es más fácil acceder a la programación desde tu celular, cada invitado que asiste tiene la aplicación instalada en su celular, eso hace que a través de la app haya más suscriptores y puedan ver los diferentes canales en especial “Al encuentro con Jesús”, que es el programa que se emite de manera diaria con mayor cantidad de invitados, pero con la propuesta serían muchísimos más.

Las transmisiones en vivo con invitados del extranjero hacen que personas fuera del país puedan ver la programación, en especial el programa, se le dice cadena de televidentes porque si se entrevista a alguien importante, sus familiares lo verán y así se pasarán la voz para ver la entrevista, eso generará más audiencia y que más personas vean el segmento no solo en el Perú, si no fuera de él.

El cambio de escenografía ayuda mucho al área de producción, camarógrafos en especial, porque ellos tienen la total libertad de poder jugar con los movimientos de cámara, planos que deban utilizar para hacer el programa más dinámico, más interesante y encontrar la toma indicada para utilizarla.

Matrimonio Hoy:

El programa tiene como público objetivo a parejas que llevan más de 7 años de casados y que solo pertenecen a una comunidad religiosa, no invitan a nadie que no esté dentro de otra comunidad religiosa.

En dichas comunidades, las parejas tienen como objetivo brindar un retiro espiritual para parejas, enamorados, casados, etc. Para fortalecer su unión matrimonial con el fin de llevar un amor con Dios en su relación, sin embargo, este retiro solo es para personas que estén dentro de una comunidad y que tengan ya sea enamorados unos 5 años para arriba o casados 7 o más, ese es su público objetivo principal y cada semana se van a grabar los testimonios de las parejas de cómo fue el amor que se tienen a lo largo de estos años. Luego se muestran en pantalla.

Con las propuestas hechas, el público objetivo que tiene este programa se podría incrementar de manera considerable, no solo se enfocarían a personas de 60 años hacia adelante, también tendrían opiniones de los jóvenes, entrevistas de cómo es la vida de casados de una pareja joven, convivencia, Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería

problemas y soluciones a dichos inconvenientes, entre otras cosas. Eso haría que el público objetivo esté entre el rango de 30 a 40 años de edad, jóvenes adultos y más personas de ese rango de edad puedan ver el programa, los familiares, amigos, de la pareja.

Otro aspecto sería la escenografía, un cambio ayudaría mucho al movimiento del programa, hacerlo más didáctico y mucho más interactivo, no solo para el público sino también para los invitados. No cambian la escenografía hace más de quince años y ya es momento de hacer un cambio, ya que la escenografía es una de las piezas fundamentales de tu programa, es lo que le da color y vida al segmento y el público que ve el programa desde sus hogares, puedan observar que de verdad uno pone empeño no solo en el contenido del programa, sino también en la forma de cómo lo muestran al público. Eso dice mucho del productor.

Cambiar el contenido ayudaría mucho al público objetivo, si se hace más similar a un talk show de parejas sin desviarte de la premisa de que es un programa religioso, la audiencia podría aumentar y más personas estarían interesados en participar del programa. Las parejas podrían participar enviando su testimonio y que así se les pueda brindar una oportunidad para estar dentro del programa, eso ayudaría mucho al contenido y que cada semana varíen las parejas, concursantes, contenido, segmento de preguntas acerca de tu pareja, recuerdos, anécdotas y sería entretenido para el público mencionar cómo el estar relacionado con dios puede mejorar tu relación con tu conyugue, etc.

Las entrevistas con expertos en el área religiosa, de amor, pareja, casados, etc., ayudaría mucho a responder dudas de los televidentes que se pongan en contacto con el programa en vivo. Esto incentiva a resolver preguntas, interrogantes que tienen las personas sobre la vida con su pareja, es algo similar de lo que hizo el Dr. Tomás Ángulo con la psicología, lo llevo al área de la comedia sin desviarse de la rama que ejerce, lo hizo de una forma didáctica, práctica y para que las personas entiendan de manera fácil y concreta. Eso sería una referencia de lo que se busca ahora, que las personas puedan entender de manera fácil lo que el experto quiere decir. Esto ayudaría mucho a tener una relación más cercana con la audiencia que ve el programa y que se posicione en la mente del consumidor, saber que en ese pequeño periodo de tiempo que se emite el programa, se ayude a las personas, que no solo es un segmento para entretener o brindar información, sino también para resolver algunas dudas y ayudar de cierta manera. Es recomendable no abandonar al público y estar en contacto con ellos.

Con respecto al tema de invitar a bandas religiosas, sería una muy buena iniciativa para descubrir nuevos talentos dentro del área religiosa. Existen muchas personas en la actualidad que no solo cantan canciones de iglesia, últimamente están saliendo nuevos singles sobre rock cristiano, religioso, alabanzas a los sacerdotes enfocada en diferentes géneros, como salsa, rock, cumbia, todo relacionado a Dios o a la Biblia.

Eso podría incrementar la audiencia, ya que el público que canta este tipo de temas son jóvenes que quieren emprender en la música, se les daría cabida y reconocimiento para que puedan empezar su carrera artística y eso se podría utilizar al final de cada programa, no todos los días, pero si cada dos semanas, una banda, solista, etc.

Y una de las partes importantes del programa, porque sin ellas no se podría realizar un cambio, sería el reemplazo de conductores del programa, esto le daría más dinámica y movimiento al programa, estar en sintonía con el público y pensar rápido en las formas de entretenimiento, darle más vida al programa, todo sumaría para la mejora del segmento “Matrimonio Hoy”.

Misa de Sanación:

Siendo el programa más visto por todas las personas ya sea en vivo o por sus televisiones, los únicos cambios que se mencionaron y se podrían ver buenos resultados a futuro, son:

El cambiar el coro: esto es algo opcional pero que si se logra cambiar podría escucharse mucho mejor, actualmente está conformado por personas de la tercera edad que no cantan bien, pero le ponen empeño. Sin embargo, el que puedan traer a bandas religiosas, jóvenes que apoyen las misas con canticos religiosos, ayudaría mucho al dinamismo que lleva la misa, darle más energía ya que la mayoría de personas que asisten son adultos mayores entre los 50 y los 85 años de edad y en el peor de los casos algunos se quedan dormidos en plena sanación, quizás por el cansancio, la edad, entre otras cosas. No obstante, cuando hay canciones religiosas ellos tienen mayor participación, sobre todo en ese momento de la misa.

Otra propuesta realizada que podría tener mayores efectos a futuro, es la invitación de personajes del clero a las misas de sanación. Se sabe que invitar a personas de diferentes países genera un gasto extra por el viaje, hospedaje que se le brinda al invitado, etc. Pero si se hace un esfuerzo para traer no solo a personas fuera del país, sino también a sacerdotes, curas, monaguillos dentro de Lima, las misas de sanación tendrían aun mayor audiencia no solo en vivo, si no vistas por televisión.

El padre Manuel tiene muchos conocidos en el área religiosa, ya que lleva haciendo esto hace más de 25 años, tiene su público ya establecido que lo acompaña a las misas, personas que trabajan, apoyan, brindan su servicio dentro del canal para cualquier evento, tómbola, comisión que se realiza y están junto al padre Manuel. Lo único que él no puede hacer, es ponerse en contacto con todos sus conocidos, eso lo hace su productora del programa que él dirige. Si se logra hacer esta propuesta, el rumbo de la misa sería distinta y mucho más emocionante para el público que asiste.

Lucho y sus estrellas:

Este debería ser el programa más entretenido, dinámico, emocionante de todo el canal JN19, sin embargo, en los últimos 15 años esto ha ido cayendo, no solo en audiencia sino en contenido.

El cambio que se realizaría y que tendría un gran efecto a lo largo de los meses, serían los siguientes:

La escenografía podría cambiarse, como se mencionó antes, acerca del cambio que sea similar, mas no igual, a la escenografía de trampolín a la fama, ya que el conductor basó su programa en el formato de Augusto Ferrando en honor a su memoria y porque de jóvenes trabajaron juntos.

A lo largo del tiempo, distintos programas de televisión intentaron copiar, imitar la escenografía en tributo a Augusto Ferrando para sus programas concursos, shows, muestra de talentos, entre otras cosas, no siendo completamente igual, pero optaron por una forma casi similar al momento de armar la escenografía, y les ha funcionado bien. Como el segmento del programa de Aldo Miyashiro en su programa Enemigos Públicos, Fábrica de Sueños, La Super Movida, etc.

Si el programa Lucho y sus Estrellas es un tributo a Trampolín a la Fama, la escenografía tendría que ser lo más acertada posible o similar al programa, no obstante, solo hay banners y pequeñas impresiones de los auspiciadores. Si se va a cambiar todo el arte dentro del escenario, tiene que ser para bien, se podría añadir una pequeña tarima para que se presenten los artistas invitados, algunos reflectores caseros para darle más luz y así los camarógrafos tendrían oportunidad de presentar nuevas propuestas en sus planos, movimiento de cámara, etc.

Porque existen invitados en pleno programa y tienen que ver que hay esfuerzo de la producción y arte para hacer mejor las cosas. Esto ayudaría mucho a que el programa se vea mucho mejor y que el conductor pueda movilizarse libremente dentro del escenario y no quedarse estático en un solo lugar mirando a las cámaras.

El contenido del programa es una de las partes fundamentales como ya se explicó antes, si se logra hacer el cambio con las propuestas mencionadas anteriormente, este generaría una mayor cantidad de audiencia en vivo y por televisión. También es importante que distintos artistas puedan ir al programa y mostrar su talento, ya que últimamente solo van 3, hasta 4 cantantes a la semana y con el paso del tiempo va disminuyendo, esto incrementaría las puestas en escena y le daría mayor dinámica al programa.

Otro de los aportes que se mencionó es el poder invitar a personas expertas en la rama musical, actuar, imitación, que hagan de jurados para las presentaciones de los artistas, eso le daría un poco de competencia sana al programa, algo similar al programa “Yo Soy”, al ver que existe un jurado que dictamine quien se queda o se va, los artistas que se presentan tienen la posibilidad de esforzarse en sus presentaciones para impresionarlos, eso hace que cada presentación sea única y mientras pasen los días, vayan mejorando no solo para impresionar al jurado, sino para formarse como artistas y

mejorar para ellos mismos, el público que ve el programa se entretendría muchísimo más y eso es lo que se busca desde un principio con este formato.

El cambio de conductor es muy importante y trae consigo muchos beneficios. Se sabe que el carismático conductor, que en paz descansa, Augusto Ferrando cautivaba a su público, todos lo amaban muy aparte de su trayectoria que es más de 35 años en la televisión, el conductor para este tipo de programas tiene que ser alguien incluso no tan joven, entre la edad de 30 y 45 años, carismático como se mencionó antes, con una chispa de picardía, que llegue al público, que tenga desenvolvimiento actoral, que sea gracioso, entre otras cosas.

Gracias a esto, el segmento sería distinto, más rápido no solo para el público, sino para los participantes y tendría una dinámica distinta a la que tiene ahora, que es muy lenta, con varias equivocaciones en vivo, el conductor se traba al momento de hablar, hay días que no se hace programa porque Lucho no se siente bien y no tiene un reemplazo por si ocurre algún inconveniente, eso a veces perjudica a su público porque como ven que no hay programa, pierde el poco protagonismo que tiene.

Cada aporte señalado brindaría una mejora a la calidad del programa televisivo, se eligió justamente esos tres programas que se manejan dentro del canal y que tienen casi nada de proyección para su mejora a futuro, con el pasar del tiempo si dichas propuestas son aceptadas, se podría mejorar por mucho cada segmento, también con la ayuda de las personas que opinan al respecto, una investigación sobre qué prefiere el público, qué cosas mejoraría, etc.

CONCLUSIONES

Las pretensiones de este trabajo de investigación consisten en dar a conocer cuáles son los posibles inconvenientes que tiene el canal JN19 televisión que le impide crecer, expandir su público y captar nueva audiencia a través de nuevas propuestas e invenciones que faciliten las mejoras de los programas emitidos.

Se ha llegado a concluir que, en base a propuestas innovadoras, se puede aumentar la productividad del trabajo dentro del canal, al igual que se pueden mejorar los programas que emite JN19 y captar nuevo público objetivo y llegar a más personas. Las propuestas mencionadas abarcan el tema del contenido del segmento, escenografía, personal de trabajo, producción audiovisual y formato televisivo.

Previamente se realizó una pequeña investigación sobre cómo podrían mejorar los programas mencionados apoyados en los trabajadores que normalmente está dentro del canal ya sea apoyando en las actividades que realiza o como personal que labora en el canal. También se ha detectado que, en el trabajo, algunos procesos administrativos que permiten al trabajador realizar sus labores de manera rápida, lo hacen muy lento, con respecto al tema de los papeleos para obtener equipos para algunas comisiones, cuando te deben horas laborales, entre otras cosas.

Con respecto a la gestión dentro del trabajo, no existe un control para la realización de cada segmento del programa emitido, un ejemplo claro serían los invitados a los programas, la productora que se encarga de eso tiene carta libre de invitar a las personas que desee, sin embargo, existe un horario de trabajo y de cada programa emitido. La mayoría de las veces este excede el tiempo porque asisten invitados de último momento y los hacen pasar porque ya están aquí y eso complica al personal de trabajo, directora de cámaras y camarógrafos.

Si se diera el cambio de personal empezando con los jefes, el canal sería más conocido, la mayoría de los trabajadores tienen entre 50 y 65 años ubicados en puestos administrativos, llevan más de 15 años trabajando bajo el mando del mismo Padre Manuel Rodríguez.

Esto debe cambiar y se debe contratar a personas más jóvenes, con ideas frescas, propuestas nuevas y que tengan experiencias en los puntos débiles que tiene la empresa para poder mejorarlos con el pasar del tiempo.

Se espera tomar en cuenta dichas propuestas para el mejoramiento del canal con espera de buenos resultados a futuro, un crecimiento no solo en audiencia, también para el mismo canal de televisión, es momento de innovar en programas, segmentos, escenografía, personal de trabajo porque la televisión es un ente de cambios y propuestas innovadoras para que el público televidente esté satisfecho con lo que ve. Al fin y al cabo, ellos son los que tienen el poder de seguir viendo o agarrar el control de la televisión y cambiar de canal rápidamente.



RECOMENDACIONES

En base a todo lo que se ha visto dentro del canal de televisión JN19, se recomienda de manera urgente el cambio de ambiente dentro de los programas que se emiten, que las productoras que dirigen los segmentos de los programas mencionados, no tengan temor de cambiar el contenido que brinda al televidente, han pasado más de 19 años con el mismo segmento y se les olvida que la televisión es un medio de cambios constantes.

Se recomienda realizar una investigación de mercado al televidente que está en constante sintonía con los programas que emite el canal JN19, saber lo que piensan como televidentes, qué cosas se pueden cambiar, mejorar, que brinden su punto de opinión, ya que ellos son los que consumen dicho programa.

Generar propuestas creativas para cada programa o buscar una similar para poder guiarse, existen muchos programas, segmentos de televisión de los que el canal JN19 puede inspirarse, basarse en algunas propuestas de otros canales y mejorarlas, y añadirla a la suya aumentándole un valor agregado que sea mucho mejor que la primera propuesta.

La inversión es primordial para sacar un programa adelante, se recomienda invertir en escenografía sobre todo para cada programa mencionado, brindarle otro ambiente al lugar, darle más vida para que el público no se aburra de la monotonía y que piensen que no se toman el tiempo de generar nuevas propuestas de arte, escenografías acordes al segmento, o buscar similares y mejorarlas.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Vale, E. (2006). Técnicas del guión para cine y televisión.

Barcelona: Editorial Gedisa.

Yaranga (2013). “Los formatos televisivos y la identidad cultural”. De:

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/20410>

Repositorios PUCP

Montero (2017). “El rol del director de televisión en el proceso de producción de programas de televisión” de:

http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3397/1/rojas_ma.pdf

Repositorios USMP

República (2015). “Televisión peruana, UNICEF se pronuncia por contenidos de programa de señal abierta” de:

<https://larepublica.pe/sociedad/864921-television-peruana-unicef-se-pronuncia-por-contenidos-de-programas-de-senal-abierta/>

Redacción: Diario La República

Borea (2008). “El mito de la pantalla que educa. Televisión y educación en el Perú: tensiones y posibilidades”, de:

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20263/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Repositorios PUCP.

Cáceres (2018). “*La diversidad cultural en la televisión peruana*” de:

www.concortv.gob.pe/destacados/la-diversidad-cultural-en-la-television-peruana/

Redacción: Ministerio de Transporte y Comunicaciones

Cassano (2008). “*La televisión como reconocimiento de la diversidad*” de:

<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/20262/pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Repositorios PUCP

Barbero & Rey (2000). “*Los ejercicios del Ver. Hegemonía Audiovisual y Ficción Televisiva*.”

Editorial: Gedisa. Barcelona 1999. P.9

Arias (2007). “*Religión y televisión*” de:

<https://www.voltairenet.org/article147949.html>

Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería

Página personal.

Rojas (2019). “Radio y TV religiosas” de:

<https://www.excelsior.com.mx/opinion/laura-rojas/radio-y-tv-religiosas/13035177>

Portal web: Excelsior

Rojas (2017). “Televisión en el Perú: Un estudio de las estrategias de difusión de contenidos de los canales de señal abierta” de:

<file:///C:/Users/Jose%20Luis/Downloads/45196-1-164158-3-10-20170815.pdf>

Repositorios Universidad de Piura.

Concortv (2016). “Adultos mayores y Medios de Comunicación en el Perú” de:

<http://www.concortv.gob.pe/noticias/adultos-mayores-y-medios-de-comunicacion-en-el-peru-2/>

CONCORTV: Consejo Consultivo de Radio y Televisión

Sausa (2018). “El 76% de peruanos es católico, pero solo el 10% es fiel a la Iglesia” de:

<https://peru21.pe/peru/papa-francisco-peru-76-peruanos-catolico-10-fiel-iglesia-391759-noticia/>

Fuente: Perú 21

Cuba (2018). “ALGUNOS RESULTADOS DEL CENSO 2017 QUE NO SON TAN MALOS COMO PENSÁBAMOS” de:

utero.pe/2018/09/12/algunos-resultados-del-censo-2017-que-no-son-tan-malos-como-pensabamos/

Fuente: Utero.Pe

Conjunto (2012), “Plan estratégico de la televisión en el Perú” de:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/PUCP_ba82dac60087f6869306a14610c4a68b

Fuente: Tesis Pucp – En conjunto

Blog CPAONLINE (2014), “La producción audiovisual (I): El cine y el vídeo” de:

Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Hotelería

<https://www.formacionaudiovisual.com/blog/cine-y-tv/la-produccion-audiovisual-i-el-cine-y-el-video/>

Fuente: Blog audiovisual

Utero.pe (2015): “*¿Qué hacer con la televisión peruana*” de:

<http://laesquina.utoero.pe/2015/02/16/que-hacer-con-la-television-peruana/>

Fuente: Portal web “Utero.pe”

Andina TV (2018): “*Tv peruana festeja 59 años y anuncia renovada programación*” de:

<https://andina.pe/agencia/noticia-tv-peru-festeja-59-anos-y-anuncia-renovada-programacion-650456.aspx>

Fuente: Portal web Andina Tv

Utero.pe (2018): “*Resultados del censo 2017 que no son tan malos como pensábamos*” de:

<http://utoero.pe/2018/09/12/algunos-resultados-del-censo-2017-que-no-son-tan-malos-como-pensabamos/>

Fuente: Portal web “Utero.pe”

Protestante Digital (2017): “*Los programas religiosos cumplen una función pública que el Estado debe proveer*” de:

http://protestantedigital.com/espana/41751/%E2%80%9CLos_programas_religiosos_cumplen_una_funcion_publica_que_el_estado_debe_proteger%E2%80%9D

Fuente: Portal Web Español

U. de Lima (2014): “*Franquicia Internacional y Producción local en la TV peruana*” de:

<http://www.ulima.edu.pe/pregrado/comunicacion/noticias/franquicia-internacional-y-produccion-local-en-la-tv-peruana>

Fuente: Portal web de la Universidad de Lima – Perú

Diario La República (2018): *“Como consumen los medios peruanos”* de:

<https://larepublica.pe/marketing/1196353-como-consumen-medios-los-peruanos/>

Fuente: Portal web “Diario La República”

Andina (2018): *“Estudio revela que el 66% de peruanos prefiere internet para informarse”* de:

<https://andina.pe/agencia/noticia-estudio-revela-que-66-peruanos-prefiere-internet-para-informarse-707454.aspx>

Fuente: Portal web Andina: “Agencia Peruana de Noticias”

Perú21 (2018): *“peruanos dedican diariamente un promedio de 3 horas y 18 minutos a la televisión”* de:

<https://peru21.pe/tecnologia/peruanos-dedican-diariamente-promedio-3-horas-18-minutos-televisión-441784-noticia/>

Fuente: Diario web Perú21

Diario Gestión (2012): *“Consumo mediático de niños y adolescentes peruanos”* de:

<https://gestion.pe/blog/anunciasluegoexistes/2012/12/consumo-mediatico-de-ninos-y-a.html/>

Fuente: Diario El Gestión – Web

Vega (2018): *“Quienes conforman el equipo de producción audiovisual”* de:

<https://www.mercadonegro.pe/realizacion/quienes-conforman-el-equipo-de-produccion-audiovisual/>

Fuente: Portal Web “Mercado Negro”

Lorite (2018): *“Los secretos de la producción audiovisual”* de:

<https://carloslorite.com/2018/10/23/secretos-de-la-produccion-audiovisual/>

Fuente: Redacción en Portal Web Personal



ANEXOS

Set de televisión del programa “Al encuentro con Jesús”



Set del programa “Al encuentro con Jesús” (2000-2019)

El set recién el mes de octubre se pudo realizar un cambio, después de 19 años de programación.



Set del “Programa Matrimonio Hoy”

Año (2000)



Año (2019)



Programa “Lucho y sus Estrellas”

Año (2000)



Año (2019)

