

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ”
EN LA LUCHA CONTRA EL COVID 19 Y SU IMPACTO SOCIAL EN
LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE YAURI, PROVINCIA DE
ESPINAR - CUSCO 2020**

PRESENTADO POR:

Br. KARERINA BAYONA OLIVERA

Br. JEANNETTE KATHERINE MENDOZA QUINTANA

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR:

Dra. LIDA VICTORIA CUARESMA SÁNCHEZ

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-4133-4571

CUSCO - PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Lida Victoria Cuaresma Sánchez
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesis titulada: Programa de Televisión
"Coronavirus Monta Willag" en la lucha contra el
Conid-19 y su impacto social en los pobladores del
distrito de Yari, provincia de Espinoza - Cusco 2020

Presentado por: Karenina Sayoc Olivera DNI N° 40031062;
presentado por: Jaimelette Katherine Mendoza Quintana DNI N° 40959668
Para optar el título Profesional/Grado Académico de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de**
Similitud en la UNSAAC y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 20%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	☒
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	☐
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	☐

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 03 de Junio de 2026

Lida Victoria Cuaresma Sánchez
Firma

Post firma Lida Victoria Cuaresma Sánchez

Nro. de DNI 2389 3902

ORCID del Asesor 000-002-4133-4571

Se adjunta:

- Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
- Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259597104282

JEANETTE KATHERINE MENDOZA QUINTANA Kare...

PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 19 Y SU IMPACT...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:597104282

Fecha de entrega

3 jun 2026, 10:15 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

3 jun 2026, 12:08 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 1....pdf

Tamaño del archivo

3.1 MB

203 páginas

37.905 palabras

216.407 caracteres

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Exclusiones

- N.º de fuentes excluidas
- N.º de coincidencia excluida

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

PRESENTACIÓN

Estimada:

Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Respetados miembros del jurado:

En concordancia con el reglamento de Grados y Título de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, presentamos a su consideración la investigación titulada “PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 19 Y SU IMPACTO SOCIAL EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE YAURI, PROVINCIA DE ESPINAR – CUSCO 2020”, como requisito para optar al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Esta investigación, enmarcada en la línea de iniciativa comunicacional, busca analizar la influencia de un programa de televisión de carácter informativo en la construcción de percepciones sociales y en la forja de la respuesta comunitaria frente a la COVID-19. Por ello, se plantea la necesidad de evaluar de manera integral la estrategia comunicativa empleada, considerando la pertinencia de los contenidos, el lenguaje utilizado y los mecanismos de interacción con la audiencia, a fin de determinar su contribución en el fortalecimiento de la información pública, la adopción de medidas preventivas y la consolidación de prácticas comunicativas efectivas en contextos de crisis sanitaria. Agradecemos la oportunidad de compartir los hallazgos de esta investigación y quedamos a disposición para cualquier consulta adicional.

Br. Jeanette Katherine Mendoza Quintana

Br. Karerina Bayona Olivera

DEDICATORIA

A Yony, mi madre, por su valentía de reescribir su historia y sacarnos del caos.

A Alex, mi esposo, por ser el roble en medio del vértigo y la calma ante lo incierto.

A Bramonth, mi niño lindo, por salir solo al mundo y volver más sabio que herido.

A Brandonth, mi niño bueno, por su disciplina que inspira y su nobleza que humaniza.

Veinticinco años después, retorno a las aulas; lo dejé todo por mi familia y hoy vuelvo para cerrar ciclos.

Karerina Bayona Olivera

Dedico este trabajo a Dios, cuya infinita gracia me permitió alcanzar esta meta. “Y ciertamente, con la dificultad viene la facilidad”.

(Corán, 94:6)

Jeanette Katherine Mendoza Quintana

AGRADECIMIENTO

A Lida Cuaresma, amiga y mentora en mi labor periodística, mi maestra y asesora en este cierre.

Mujer valiosa en mi vida, gracias por no soltarnos cuando más lo necesitábamos.

Esta batalla también es tuya.

Que Dios te proteja siempre.

Karerina Bayona Olivera

“Agradezco a Dios por su compasión al concedernos paz, unión y cordialidad, permitiendo concluir esta tesis y graduarme”.

“Si sois agradecidos, ciertamente os daré más”.

(Corán, 14:7).

Jeanette Katherine Mendoza Quintana

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la humanidad ha enfrentado una de las crisis sanitarias más profundas de la historia no sólo nacional sino mundial contemporánea: la pandemia de la COVID-19. Este acontecimiento no solo puso a prueba los sistemas de salud, sino también las estructuras sociales, económicas y comunicativas de cada nación. En ese escenario, los medios de comunicación emergieron como agentes estratégicos en la gestión de la información, desempeñando un papel determinante en la orientación del comportamiento colectivo, la percepción del riesgo y la adopción de medidas preventivas establecidas por los estados.

Particularmente, la televisión por su alcance masivo, inmediatez y capacidad de construir narrativas sociales se consolidó como uno de los canales más influyentes en la formación de opinión pública. A través de programas informativos y educativos, los medios contribuyeron a traducir la información técnica y científica en mensajes comprensibles para la ciudadanía, convirtiéndose en un puente entre las autoridades sanitarias y la población. En este contexto, la comunicación televisiva no solo cumplió una función informativa, sino también pedagógica, emocional y social, al generar espacios de confianza, reflexión y acompañamiento durante la emergencia, que desató pánico, desesperanza y terror.

Dentro de este marco, el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, producido y difundido por el gobierno local provincial de Espinar, adquirió una relevancia especial en el distrito de Yauri, provincia espinareense. Concebido como parte del Plan de Vigilancia, Prevención y Control del COVID-19, este programa tuvo como objetivo difundir información clara y culturalmente pertinente, adaptada a las particularidades lingüísticas y sociales de la población local. Su denominación en quechua que significa “El que comunica o advierte sobre el

coronavirus”, expresa con precisión su propósito: abrir un espacio comunicativo inclusivo que promueva la educación sanitaria desde un enfoque participativo y comunitario.

El interés de la presente investigación radica en conocer el impacto social que tuvo el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en respuesta y comportamiento de la audiencia, evaluando el grado en que su contenido contribuyó a moldear percepciones, actitudes y prácticas frente a la pandemia. Asimismo, esta investigación busca comprender cómo la televisión, como medio tradicional pero aún vigente en poblaciones como Yauri, en el cual las redes sociales vía Internet no estaban muy difundidas y de esta forma, pudo incidir en los procesos cognitivos, emocionales y relacionales de los espectadores, y en qué medida logró articular comunicación y acción social en contextos de crisis.

En tal sentido, el estudio se sustenta en las principales teorías de la comunicación y los medios, como la Teoría de la Agenda Setting, que explica cómo los medios influyen en los temas que la sociedad percibe como prioritarios, y la Teoría del Cultivo, que examina la manera en que la exposición prolongada a contenidos mediáticos moldea la percepción de la realidad. Estas perspectivas teóricas permiten comprender la magnitud del impacto social, emocional y cognitivo que pueden generar los programas comunicacionales y este caso, televisivos en una comunidad específica.

Por ello, la presente investigación no solo pretende describir el impacto que tuvo el programa “Coronavirus Manta Willaq”, sino también valorar su contribución en la construcción de ciudadanía, prevención y resiliencia colectiva frente a situaciones de emergencia. El estudio aspira a aportar evidencia empírica sobre el poder transformador de la comunicación local, reforzando la idea que los medios de comunicación, cuando son gestionados con responsabilidad

y pertinencia cultural, pueden convertirse en verdaderos aliados para la salud pública y el bienestar social.

El presente estudio está organizado de la siguiente manera:

El **Capítulo I**, corresponde al planteamiento del problema, donde se expone la realidad y problemática vinculada al papel fundamental que desempeñaron los medios de comunicación, especialmente la televisión, durante la pandemia de la COVID-19. Asimismo, se presenta la formulación del problema general y los problemas específicos, junto con la justificación, los objetivos y la delimitación del estudio.

En el **Capítulo II**, se desarrolla el marco teórico, que comprende los antecedentes nacionales e internacionales, así como las bases teóricas relacionadas con la comunicación, los medios televisivos, el programa “Coronavirus Manta Willaq” y el impacto social. En esta sección también se incluyen las definiciones conceptuales y operacionales de las variables y sus dimensiones.

En el **Capítulo III**, se presenta las hipótesis e identificación de las variables de estudio, así como la operacionalización de las mismas, precisando sus dimensiones, indicadores e instrumentos que permitieron medirlas de manera objetiva dentro del desarrollo de la investigación.

En el **Capítulo IV**, se describe la metodología de la investigación, especificando el tipo y diseño de estudio; la población; la muestra; las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y los procedimientos de análisis estadísticos empleados.

En el **Capítulo V**, se expone los resultados de la investigación, tanto en su dimensión descriptiva como correlacional, acompañados de las correspondientes interpretación y análisis en

función de los objetivos formulados. Asimismo, se desarrolla la discusión de los resultados, con el propósito de aportar al cuerpo de conocimiento existente sobre la comunicación en la televisión.

Finalmente, se presentan las conclusiones, las recomendaciones, así como los anexos, incluyendo la matriz de consistencia y otros documentos complementarios.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INTRODUCCIÓN.....	v
ÍNDICE.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Situación problemática.....	1
1.2. Formulación del problema.....	6
1.2.1 Problema General.....	6
1.2.3. Problemas Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	7
1.4. Objetivos.....	10
1.4.1. Objetivo General.....	10
1.4.2. Objetivos Específicos.....	10
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	11
2.1. Bases teóricas.....	11
2.2. Antecedentes de la investigación.....	51

2.2.1.Nivel Internacional.....	51
2.2.3.Nivel Local.....	55
2.3. Marco conceptual.....	57
2.4. Descripción del Programa de Televisión Coronavirus Manta Willaq.....	59
CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	63
3.1. Hipótesis.....	63
3.1.1.Hipótesis General.....	63
3.1.2. Hipótesis Específicas.....	63
3.2. Identificación de variables e indicadores.....	63
3.3. Operacionalización de variables.....	65
CAPITULO IV: METODOLOGÍA.....	67
4. 1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	67
4.2. Tipo y nivel de investigación.....	70
4.3. Unidad de análisis.....	73
4.4. Población de estudio.....	73
4.5. Tamaño de la muestra.....	74
4.6. Técnicas de selección de muestra.....	78
4.7. Técnicas de recolección de información.....	79
CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSION.....	84
5.1. Resultados.....	84
5.1.1. Estructura general del programa.....	86
5.1.2. Datos cuantitativos.....	98
5.1.3. Datos cualitativos.....	126

5.2. Discusión de resultados.....	145
CONCLUSIONES.....	147
RECOMENDACIONES.....	149
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	154
ANEXOS.....	168
Anexo 1. Matriz de consistencia.....	i
Anexo 2. Instrumento para la recolección de datos.....	ii
Anexo 3. Guía de entrevista.....	iii
Anexo 4. Registro fotográfico.....	iv

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Establecimiento de la Agenda Setting.....	33
Tabla 2. Representantes de la DIRESA 2019 – 2020	77
Tabla 3. Representantes de la Municipalidad Provincial de Espinar 2019 - 2020.....	78
Tabla 4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	80
Tabla 5. Rangos de interpretación del coeficiente del Alfa de Cronbach.....	81
Tabla 6. Coeficiente de Alfa de Cronbach hallado	81
Tabla 7. Cuadro de definiciones: Audiencia, Opinión pública y Valoración del público....	99
Tabla 8. Prueba de normalidad.....	101
Tabla 9. Género de los encuestados	102
Tabla 10. Edad de los encuestados.....	103
Tabla 11. Lugar de procedencia de los encuestados	104
Tabla 12. Variable programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	105
Tabla 13. Alcance del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	106
Tabla 14. Cobertura del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	107
Tabla 15. Fuentes de difusión del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	106
Tabla 16. Dimensión opinión pública	110
Tabla 17. Dimensión valoración del público	111
Tabla 18. Impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	113
Tabla 19. Impacto emocional del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	114

Tabla 20. Impacto cognitivo del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	116
Tabla 21. Impacto relacional del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	117
Tabla 22. Opinión publica relacionada al impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	119
Tabla 23. Valoración del público relacionada al impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	120
Tabla 24. Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” y su relación con el impacto social.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Etapas básicas de la Comunicación	20
Figura 2. Ubicación geográfica del distrito de Yauri - Espinar Cusco	68
Figura 3. Género de los encuestados.....	102
Figura 4. Edad de los encuestados	103
Figura 5. Lugar de procedencia de los encuestados.....	104
Figura 6. Variable programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	105
Figura 7. Alcance del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	106
Figura 8. Cobertura del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	108
Figura 9. Fuentes de difusión del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	109
Figura 10. Dimensión opinión pública.....	110
Figura 11. Dimensión valoración del público.....	111
Figura 12. Impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	113
Figura 13. Impacto emocional del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” ..	114
Figura 14. Impacto cognitivo del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”	116
Figura 15. Impacto relacional del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” ...	117

RESUMEN

La presente investigación titulada: Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en la lucha contra la Covid – 19 y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco 2020, tuvo como objetivo determinar el impacto social en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020. La metodología desarrollada en el presente estudio fue de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental y enfoque mixto; la muestra estuvo constituida por 379 pobladores de la provincia de Espinar que vieron el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en el año 2020. La presente investigación llegó a la conclusión que el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" se destacó por su capacidad para influir de manera significativa en el impacto social durante la lucha contra el Covid-19 en Yauri, provincia de Espinar, Cusco en 2020. Con un 30,0 % de la audiencia experimentando un impacto social "Alto", y un 55, 0 % reportando un impacto social "Medio"; evidenciando con ello su influencia positiva en la conciencia y educación de la población local durante la pandemia. A través de la difusión de información educativa y relevante, logró sensibilizar a la comunidad, fomentar la adopción de medidas preventivas y promover la colaboración colectiva en la respuesta a la pandemia, evidenciando su papel esencial como recurso de apoyo en tiempos de crisis.

Palabras clave: Programa de televisión, Audiencia, Opinión pública, Valoración del público, Impacto social.

ABSTRACT

The present research, titled “Coronavirus Manta Willaq” Television Program in the Fight Against COVID-19 and Its Social Impact on the Inhabitants of the District of Yauri, Province of Espinar – Cusco, 2020, aimed to determine how the television program “Coronavirus Manta Willaq” had a social impact in the fight against COVID-19 among the inhabitants of the district of Yauri, province of Espinar – Cusco, during the year 2020. The methodology used in this study was basic in type, correlational in level, non-experimental in design, and based on a mixed approach. The sample consisted of 379 residents of the province of Espinar who watched the television program “Coronavirus Manta Willaq” in 2020. The research concluded that the television program “Coronavirus Manta Willaq” stood out for its ability to significantly influence the social impact during the fight against COVID-19 in Yauri, province of Espinar – Cusco, in 2020. A total of 30.0% of the audience experienced a high level of social impact, while 55.0% reported a medium level of impact, demonstrating its positive influence on local awareness and education during the pandemic. Through the dissemination of educational and relevant information, the program succeeded in raising community awareness, encouraging the adoption of preventive measures, and promoting collective collaboration in the response to the pandemic, thus highlighting its essential role as a support resource in times of crisis.

Keywords: Television program, Audience, Public opinion, Audience rating, Social impact.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

La emergencia sanitaria, considerada como pandemia, que fuera producida por la cepa Coronavirus SARS-CoV-2 o también llamada COVID-19. en el año 2020, generó en todo el mundo, una severa crisis económica, social y de salud, nunca antes vista. Esta enfermedad tuvo un impacto devastador en millones de personas en todo el mundo, reflejado en un elevado número de muertes, convalecientes y dejando una profunda huella en la salud pública y la sociedad en general. Esta situación representó un desafío sin precedentes, al mismo tiempo que ofreció una oportunidad para examinar de manera exhaustiva y multidimensional cómo la información y los medios de comunicación influyen en la percepción pública, la toma de decisiones y la gestión de una crisis de salud global.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), el brote de la enfermedad causada por el Coronavirus de la COVID-19, surgido en la ciudad de Wuhan, provincia de Hubei, en el corazón de China y que se extendió rápidamente a nivel comunitario, regional e internacional lo que generó un incremento exponencial en los casos y muertes. El 30 de enero de 2020, el Director General de la OMS declaró este brote como una emergencia de salud pública de importancia internacional, conforme al Reglamento Sanitario Internacional (2005) y fue declarada como Pandemia mundial, el 11 de marzo de 2020, por parte del Director General de la OMS, doctor Tedros Adhanom Ghebreyesus, en una conferencia de prensa, basándose en el incremento de casos en trece

veces en China y que se triplicó en otros países, lo que encendieron las alarmas catalogándola como tal. A partir de esa fecha, en todo el globo terrestre se cerraron aeropuertos; centros comerciales y de abastos; centros universitarios y escolares; oficinas de las administraciones públicas y privadas, con el consiguiente temor y pánico que generaron saber de miles, decenas de miles y hasta millones de seres humanos, que perdieron la vida siendo sus restos cremados o arrojados a fosas comunes improvisadas.

Sólo la literatura con su fuerza predictiva pudo avizorar situaciones tan terribles. Obras como “El año de la peste”, de Daniel Defoe, que retrató la gran peste Bubónica en 1685; “La peste”, de Albert Camus, escrita en 1947, que fabula sobre una enfermedad colectiva que afectara a la ciudad de Orán en Argelia y del peruano César Vallejo Mendoza, que, en 1924, publicara su obra teatral “Los caynas”, donde visiona un pueblo con sus habitantes transformados en simios, fueron algunas obras literarias que mostraron la desesperación, pánico, miedo de morir de forma traumática.

En la Región de las Américas, el primer caso fue confirmado en Estados Unidos el 20 de enero de 2020, mientras que Brasil reportó el primero en América Latina y el Caribe el 26 de febrero del mismo año. A partir de entonces, la COVID-19 se expandió a 53 países y territorios de la región (Organización Mundial de la Salud, [OMS], 2020)

Según informe de la OMS, hasta el 20 de febrero de 2020, se había notificado un total acumulado de 75 465 casos de la COVID-19 en China. Los casos notificados se basaron en el Sistema Nacional de Notificación (NRS) entre las seis Comisiones Nacionales y Provinciales de Salud. El NRS emitió posteriormente informes diarios de nuevos registros confirmados, muertes, casos sospechosos y contactos. Cada provincia

proporcionaba un informe diario a las 3:00 p.m., notificando los hallazgos del día anterior (OMS, 2020).

De acuerdo con los informes de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), hasta el año 2021, se registraron aproximadamente un millón y medio de muertes en América Latina y el Caribe, junto con más de 44 millones de casos confirmados desde la llegada del virus a la región en febrero de 2020. Esta zona concentró cerca de una quinta parte de los contagios mundiales y el 30 % de las muertes por la COVID-19, pese a representar solo el 8,4 % de la población global. Las condiciones de vulnerabilidad propias de América Latina y el Caribe hicieron que la región fuera especialmente susceptible a los efectos de la pandemia. Los reportes también resaltaron que, además del impacto en la salud física, la crisis sanitaria generó una profunda afectación en la salud mental de la población, derivada del estrés, el miedo, la incertidumbre y el aislamiento social impuesto por la emergencia (Organización Panamericana de la Salud [OPS], 2021).

En el Perú, según el informe presentado por el Ministerio de Salud (MINSA), del 1° de marzo de 2020 al 22 de mayo de 2021 (fin de la semana epidemiológica 20, 2021), se identificaron en el Sistema Informativo Nacional de Defunciones (SINADEF) 180 764 muertes por COVID-19 y 135 466 fallecidos registrados en el aplicativo del Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades del Ministerio de Salud (NOTI). Del total de fallecidos, el 66,6 % se encontraba en ambos sistemas de información, el 25,0 % solamente en SINADEF y el 8,4 % solamente en NOTI. El mayor porcentaje de casos se presentaba en los adultos (59,2 %). Las mayores tasas de incidencia correspondían al grupo de adultos mayores y, según el análisis de tasas, estas eran doce veces más altas en adultos que en niños. El 56,1 % de los casos correspondía a

personas de sexo masculino y el 43,9 % a personas de sexo femenino (Ministerio de Salud, 2021).

La provincia de Espinar, ese mismo año, ocupó el séptimo lugar en número de casos positivos a nivel departamental, con un total de 5 213 casos positivos por la COVID-19. Según datos de la ex DIRESA Cusco (hoy GERESA Cusco), el total de casos positivos para el distrito de Espinar fue de 4 545 registros (CENEPRED, 2021).

En este escenario, los medios de comunicación tendrían a no dudarlo, que desempeñar una función central en la configuración de la percepción pública a través de la transmisión de datos cruciales, como las estadísticas de fallecimientos y tasas de mortalidad. Además de informar, muchos medios se convirtieron en difusores de conocimiento, desempeñando un rol clave en la educación y la concienciación pública. Su tarea era traducir complejas cuestiones de salud en un lenguaje accesible, brindando información sobre las medidas de prevención; los síntomas de la enfermedad; las opciones de prueba y tratamiento y las pautas de seguridad para evitar contagios. A través de esta labor, contribuían a empoderar al público, permitiéndole tomar medidas para protegerse a sí mismo y a los demás.

Una realidad diferente fue la situación en Yauri, capital de la provincia de Espinar que, como en muchas zonas rurales, evidenció una falta de acceso permanente a servicios formales de salud y a información científica confiable. Ello incrementó la circulación de rumores, creencias erróneas y prácticas ineficaces frente a la COVID-19. La población enfrentaba, además, dificultades para identificar fuentes oficiales y comprender de manera adecuada las medidas preventivas, lo que generó conductas de riesgo y resistencia al cumplimiento de las disposiciones sanitarias. Ante esta realidad, se volvió necesario

analizar la pertinencia y la eficacia de las estrategias de comunicación local implementadas durante la pandemia, así como su alcance real en la vida cotidiana de los pobladores.

Es así como las autoridades y funcionarios de la Municipalidad Provincial de Espinar, actuando en consonancia con su papel de gobierno local, implementó una estrategia de comunicación estratégica orientado a garantizar información precisa y oportuna sobre medidas de prevención, atención y consejería mediante el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, que se constituyó en una iniciativa relevante en el contexto de la crisis sanitaria generada por la pandemia de la COVID-19. El programa televisivo adquirió notoriedad gracias a su enfoque innovador y a su capacidad para involucrar activamente a la comunidad en la comunicación de temas de interés comunitario, haciendo hincapié en la participación ciudadana. Su objetivo central consistió en proporcionar información crucial y aplicable en la prevención de la propagación del virus, adaptando sus contenidos y mensajes a la realidad local y al contexto específico de la comunidad. No se limitó a ofrecer consejos generales, sino que se configuró como una plataforma de consulta en la que los habitantes del distrito podían interactuar directamente con un médico especializado en ciencias de la salud, ya sea mediante llamadas telefónicas o consultas presenciales. Esta interacción a todas luces eficaz, más el particular estilo del profesional permitió una atención más cercana y, en algunos casos, la provisión de orientaciones básicas en un momento de mayor vulnerabilidad y con consejos tanto en castellano, como en quechua.

En las tesis que suscribimos, surgió la necesidad de conocer de manera sistemática, cuál fue el impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta

Willaq” en los pobladores del distrito de Yauri. Si bien el programa desarrolló diversas acciones de información, orientación y comunicación comunitaria durante la pandemia, no existían estudios que permitieran determinar en qué medida dichas acciones lograron actuar en la comprensión de la enfermedad, en las prácticas preventivas o en la respuesta social frente a la COVID-19. Además, el retiro del programa de la programación televisiva, sin que se hayan esclarecido las razones de esta decisión, dejó a la comunidad sin un canal de información local y reforzó la necesidad de comprender el rol que cumplió mientras estuvo al aire.

Esta situación resaltó la importancia de investigar las prácticas comunicativas en contextos de emergencia, generando evidencia que oriente futuras estrategias de comunicación en salud para poblaciones vulnerables. Este caso, en particular, subraya la relevancia de la comunicación comunitaria y la participación activa en la gestión de crisis sanitarias, que no solo responden a emergencias, sino que promueven prácticas preventivas como la higiene, la vacunación, la detección temprana de enfermedades y hábitos saludables a largo plazo.

1.2. Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020?

1.2.3. Problemas Específicos

- a) ¿Cómo la audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” contribuyeron al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19?
- b) ¿Cuál fue el impacto social atribuible al programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19?

1.3. Justificación

a) Teórica

La pandemia de COVID-19 en el año 2020, que paralizó a toda la humanidad y la sometió a un enclaustramiento obligado, ha demostrado la importancia crucial de la comunicación en situaciones de crisis de salud global. Esta justificación se basa en teorías de comunicación que destacan el papel de los medios de comunicación en la percepción pública, la difusión de información y la toma de decisiones. Teorías como las de los medios de comunicación, la Agenda Setting y la Teoría del Cultivo, donde se enfatizan cómo los medios pueden influir en la atención que el público presta a ciertos temas y en la forma en que se perciben estos temas.

En este contexto, un plan estratégico de comunicación se alinea con estas teorías al asegurar que la información es precisa, relevante y se presenta de manera que el público pueda comprenderla y actuar en consecuencia.

b) Metodología

La metodología se basa en la investigación de audiencias, la recopilación de datos sobre la percepción pública y la retroalimentación constante para adaptar y mejorar la estrategia de comunicación. A través de la recopilación de datos sobre la percepción pública, se buscó identificar cómo los pobladores interpretaron, valoraron y reaccionaron frente a los mensajes difundidos por el programa televisivo. Asimismo, la incorporación de procesos de retroalimentación permitió analizar las opiniones, niveles de confianza y valoraciones del público, información que resulta clave para evaluar la eficacia comunicativa de la estrategia empleada. Este enfoque metodológico posibilita no solo describir el alcance y la influencia del programa, sino también generar insumos que contribuyan a la adaptación y mejora de futuras estrategias de comunicación pública, especialmente en contextos de crisis sanitaria.

c) Práctica

La necesidad de un plan estratégico de comunicación en situaciones de salud pública se evidencia en la práctica. Los datos y ejemplos proporcionados, como el programa "Coronavirus Manta Willaq" en Espinar, demuestran que la comunicación efectiva puede marcar la diferencia en la respuesta a una crisis de salud. La implementación práctica de un plan estratégico puede salvar vidas, reducir la propagación de enfermedades y mitigar los impactos negativos en la sociedad y la economía.

El rol de los comunicadores sociales es importante en la conducción de los programas de televisión y otros medios, que permiten abrir espacios y contar con un modelo de programa comunicativo en salud.

d) Social

La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto social devastador en todo el mundo, con millones de vidas perdidas y comunidades enteras afectadas. En este contexto, la justificación social de un plan estratégico de comunicación se sustenta en la responsabilidad de las instituciones y los medios de proporcionar información precisa, oportuna y culturalmente accesible. Una comunicación socialmente responsable no solo contribuye a proteger la salud pública, sino que también fortalece la confianza ciudadana, la cohesión social y el bienestar colectivo, especialmente en momentos de crisis donde la incertidumbre y el miedo predominan.

El papel del actor social clave, representado en este caso por el médico conductor del programa televisivo "Coronavirus Manta Willaq", resulta fundamental. Su presencia no solo aportó rigor científico al mensaje, sino que, al mismo tiempo, permitió una conexión directa y emocional con la audiencia, especialmente al compartir códigos culturales con ella. Este tipo de liderazgo comunicativo humaniza la información, fortalece la credibilidad del contenido, y contribuye a generar cambios reales en los comportamientos sociales, como la aceptación de medidas sanitarias, el cuidado mutuo y la participación activa en la solución colectiva del problema. Por tanto, la incorporación de actores sociales legitimados dentro de una estrategia de comunicación no es solo un recurso eficaz, sino una necesidad ética y funcional para enfrentar crisis de salud pública con equidad y efectividad.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Analizar de qué manera el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020.

1.4.2. Objetivos Específicos

- a) Identificar cómo la audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” contribuyeron al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.
- b) Conocer el impacto social atribuible al programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Teoría de la comunicación

La comunicación es un proceso esencial para la vida en sociedad, ya que permite el intercambio de significados entre individuos y grupos, facilitando la construcción colectiva del conocimiento y la toma de decisiones. En el contexto de la salud pública, este proceso adquiere una relevancia aún mayor, especialmente durante situaciones de emergencia como la pandemia de COVID-19, donde la circulación de información adecuada puede contribuir a salvar vidas.

Uno de los modelos clásicos para comprender el proceso comunicativo es el modelo SMCR propuesto por David K. Berlo (1984). Este modelo identifica cuatro elementos clave: la fuente (S), el mensaje (M), el canal (C) y el receptor (R), destacando la importancia del contexto sociocultural tanto del emisor como del receptor en la codificación y decodificación del mensaje. Esta perspectiva resulta especialmente útil al analizar programas de televisión que buscan educar e influir en comunidades culturalmente diversas, como las rurales o indígenas, donde la adecuación del lenguaje y del canal resulta fundamental.

Según Fiske (1985), en relación con el modelo propuesto por Shannon y Weaver en 1949, menciona que la comunicación aporta un enfoque instrumental que permite entender la transmisión lineal de mensajes desde el emisor al receptor,

señalando además la existencia de ruido o interferencias que pueden distorsionar el mensaje. Este modelo permite identificar posibles barreras en la recepción de los contenidos, especialmente en contextos de crisis donde la sobreinformación, el miedo o la desconfianza pueden interferir con la eficacia del mensaje.

Desde una perspectiva sociológica centrada en la audiencia, McQuail (1985), introduce la teoría de los usos y gratificaciones, que plantea que los medios no ejercen un efecto uniforme o automático sobre las personas, sino que son las audiencias quienes eligen activamente los contenidos que consumen según sus necesidades e intereses. En el caso de las comunidades rurales, esta teoría permite comprender cómo los pobladores recurren a programas de televisión para informarse, educarse y orientarse seleccionando aquellos contenidos que consideraban más útiles o confiables.

Según Girón (2007), menciona que la teoría de la difusión de innovaciones propuesta por Everett Rogers en 1962, resulta altamente pertinente para el estudio de la comunicación en salud, ya que desde esta perspectiva sostiene que “la difusión es el proceso mediante el cual una innovación es comunicada a través de ciertos canales en el tiempo entre los miembros de un sistema social”. Esta teoría permite analizar cómo un programa televisivo puede influir en la adopción de medidas sanitarias en comunidades rurales mediante la participación de líderes de opinión y la adecuación de contenidos al contexto cultural local, facilitando así la internalización de prácticas preventivas.

Desde una mirada crítica y emancipadora, Lomelí (2015), analiza el trabajo de Paulo Freire de 1970, resaltando su concepto del poder transformador de la

comunicación, al afirmar que “decir la palabra verdadera es transformar el mundo”. Su enfoque propone una comunicación centrada en el diálogo, la participación y el reconocimiento del otro como sujeto activo del cambio, lo cual es especialmente relevante en contextos rurales como Yauri, donde las estrategias comunicacionales deben estar fundamentadas en el respeto, la horizontalidad y la construcción colectiva del conocimiento.

En esta misma línea, Gumucio (2011), proponen que “la comunicación para el cambio social se basa en el diálogo; horizontal, inclusivo y plural, como eje para alcanzar cambios sostenibles”. Este enfoque enfatiza que los medios de comunicación, para ser realmente efectivos, deben integrarse a procesos sociales más amplios, permitiendo que las comunidades se apropien del mensaje, lo resignifiquen y lo transformen en acción concreta. En ese sentido, los programas cumplen un rol clave al servir de puente entre el conocimiento técnico y sabiduría comunitaria, promoviendo una comunicación intercultural, participativa y situada.

2.1.2. Teoría de la comunicación en TV

La televisión ha sido, desde su consolidación en el siglo XX, uno de los medios más influyentes en la formación de percepciones, valores y comportamientos sociales. Su capacidad para combinar imagen, sonido y narrativa la convierte en una herramienta poderosa no solo para informar, sino también para educar, emocionar y modelar simbólicamente la realidad.

En ese sentido, McQuail (1985), considera que la televisión constituye un sistema mediático que va más allá de la transmisión de datos: influye en la manera en que las personas construyen el mundo que los rodea, afectando creencias, actitudes y

decisiones cotidianas. Su naturaleza masiva y su carácter audiovisual permiten que su mensaje penetre de manera simultánea en diversos niveles de la experiencia humana, especialmente en contextos con alta oralidad o acceso limitado a otros medios.

Este poder simbólico se manifiesta en lo que Eco (1965), denomina una ambivalencia fundamental: la televisión puede ser vista tanto como un instrumento de alienación (visión apocalíptica) como un vehículo de formación y democratización del conocimiento (visión integrada). Esta dualidad se acentúa en situaciones de emergencia sanitaria, donde los medios televisivos asumen roles pedagógicos, preventivos y cohesionadores, pero también pueden reforzar discursos institucionales sin suficiente crítica o adaptación cultural.

Desde una perspectiva latinoamericana, Barbero (1987), introduce el concepto de mediaciones culturales, según el cual la televisión no es solo un canal transmisor, sino un actor social que resignifica los contenidos en función de los contextos culturales. En zonas como Espinar, donde la oralidad y la experiencia visual son más accesibles que lo textual y lo escrito, la televisión tradujo el lenguaje técnico de la salud a formas populares de comprensión, acercando el mensaje a la realidad vivida por las comunidades.

Esta capacidad de resignificación también implica que las audiencias no son receptoras pasivas. Según Morley (1992) y Hall (2004), las personas negocian el sentido del contenido televisivo, decodificándolo según su historia, sus valores y su contexto sociocultural. En otras palabras, un mismo programa puede ser interpretado de maneras distintas por públicos diferentes. Esta perspectiva es clave al evaluar el impacto de programas de salud pública en zonas rurales, donde los códigos culturales,

el idioma y las experiencias de vida influyen profundamente en la interpretación del mensaje.

El papel de la televisión como espejo y amplificador de emociones colectivas es abordado por Lipovetsky y Serroy (2009), quienes sostienen que la “pantalla global” es hoy el escenario donde se mundializan las emociones, los temores y los imaginarios. En el caso de la pandemia, esta función se materializa en la forma en que la televisión traduce un fenómeno global en realidades locales, generando narrativas que conectan a las audiencias con una experiencia común, pero desde su propio marco cultural.

Finalmente, el rol de la televisión como recurso estratégico en salud pública también puede ser comprendido desde su función educativa y su capacidad de persuasión social. Como medio de comunicación unidireccional, su fuerza reside en llegar simultáneamente a públicos amplios. No obstante, cuando sus contenidos se adaptan cultural y lingüísticamente, y cuando incorporan referentes sociales reconocidos (como médicos locales en el caso estudiado o líderes comunales), la televisión puede actuar como agente facilitador de procesos de cambio social y mejora en la salud colectiva.

2.1.3. Medios de Comunicación

Son canales o plataformas a través de los cuales se difunden mensajes e información a una audiencia masiva. Estos medios desempeñan un papel fundamental en la sociedad al proporcionar noticias, entretenimiento, educación y otros contenidos a las personas.

Villa et al. (2020), sostienen que los medios de comunicación orientan la atención de la opinión pública hacia temas y asuntos específicos del ámbito político y social, configurando así las agendas públicas y ejerciendo influencia en la escena política al incidir en los comportamientos colectivos para generar un determinado clima de acción. De este modo, la influencia mediática traslada el foco de atención, las discusiones y las decisiones políticas desde un nivel sociopolítico hacia uno sociopsicológico, en el cual la actitud de los ciudadanos se convierte en el eje central (p. 22).

Para Mejía et al. (2020), los medios de comunicación constituyen la principal fuente de información para la ciudadanía, por lo que deben ofrecer contenidos veraces y confiables. A nivel global, desempeñan un papel fundamental en la difusión de mensajes de salud pública y en el fortalecimiento del interés comunitario por estos temas. Una comunicación adecuada por parte de los medios contribuye de manera decisiva al trabajo de organizaciones internacionales, como la Organización Mundial de la Salud, al permitir que las personas en situación de riesgo tomen decisiones informadas y puedan reducir los efectos y amenazas derivadas de la pandemia (p. 4).

Además, menciona que los medios de comunicación pueden desempeñar un papel significativo en la difusión del miedo, e incluso ser utilizados por ciertas figuras a nivel mundial con ese propósito. Se sabe que la información que difunden puede presentar sesgos, lo que contribuye a generar temor frente a determinadas enfermedades infecciosas. Esta situación también puede repetirse en otros contextos de crisis, como la generada por el narcotráfico, donde los medios se convierten en los principales transmisores del miedo. En el caso de la pandemia de la COVID-19, no

solo el virus se expandió con rapidez, sino también la desinformación sobre el brote, provocando pánico en la población y la viralización de numerosos contenidos inexactos o falsos (p. 12).

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la sociedad al actuar como intermediarios entre los eventos que ocurren en el mundo y la audiencia. En el estudio, el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" asumió este papel importante al abordar la crisis de la COVID-19 y su impacto en la comunidad de Yauri. Los medios de comunicación, como la televisión, tienen la capacidad y la tuvieron en el año 2020, en la provincia de Espinar, de alcanzar a un amplio público y transmitir información de manera efectiva, convirtiéndolos en canales importantes para difundir mensajes y generar conciencia en la población.

En este sentido se puede considerar que los medios de comunicación tienen la capacidad de dirigir la atención de la opinión pública hacia temas específicos y establecer agendas públicas. Es así como el programa "Coronavirus Manta Willaq" desempeñó un papel clave al enfocarse en la lucha contra la COVID-19 y dirigir la atención de los pobladores de Yauri hacia esta problemática al establecer una agenda pública centrada en la prevención, las medidas de seguridad y las actualizaciones sobre la pandemia, manteniendo a la comunidad informada y consciente de los riesgos y las acciones necesarias para protegerse.

Los medios de comunicación son la principal fuente de información para los ciudadanos, estas pueden contribuir de manera significativa en situaciones de crisis, como una pandemia, por ejemplo. En este contexto, el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" jugó un papel importante al brindar información

confiable sobre la COVID-19 a los pobladores de Yauri. Al hacerlo, el programa ayudó a garantizar que los ciudadanos estén informados y puedan tomar decisiones informadas sobre las medidas de prevención y mitigación de los efectos de la pandemia.

Asimismo, es importante tener en cuenta contrariamente, el carácter potencial de los medios de comunicación para propagar el miedo y la confusión y difundir información errónea. La responsabilidad de los medios de comunicación al difundir información precisa y verificada es fundamental para evitar la propagación de información sesgada o imprecisa que pueda perjudicar a la comunidad.

a) Componentes y elementos de la comunicación

Guirado y García (2020), señala que la comunicación, entendida como fenómeno, constituye un proceso esencial de interacción entre las personas, mediante el cual se comparten e intercambian conocimientos, información, valores, emociones y significados. En su forma más básica, el proceso comunicativo interactivo comprende varios elementos: una fuente de información originada en un individuo (emisor), quien produce un mensaje destinado a otro (receptor). Este mensaje posee una capacidad de transferencia sustentada en un sistema de transmisión que puede darse en la comunicación cara a cara y en distintos niveles. Desde una perspectiva funcional, la comunicación entre individuos puede concebirse como un sistema compartido de señales sociales y biológicas que se manifiesta cuando el comportamiento del emisor influye en el del receptor. De este modo, el comportamiento

comunicativo refleja el grado en que se logra reducir la incertidumbre respecto a las acciones de ambas partes (p. 201).

Por su parte, Mamani (2020), menciona que, para lograr una comunicación efectiva, es indispensable la presencia de ciertos elementos propios de la comunicación verbal: emisor, receptor, código, canal, mensaje y contexto. El emisor es quien transmite el mensaje; el receptor, quien lo recibe; el código, el conjunto de signos y reglas utilizados para construir el mensaje; el canal, el medio a través del cual se envía; el mensaje, el contenido transmitido; y el contexto, el entorno en el que ocurre el proceso comunicativo. En el caso de la comunicación oral, estos elementos incluyen además el contexto social y cultural, y se reconoce la figura del receptor, quien participa activamente en el acto comunicativo desde sus propias condiciones e interpretaciones (p. 30).

Por otro lado, Ladino (2017), plantea que ciertos modelos incorporan diversos componentes, y que los modelos lineales incluyen etapas fundamentales que pueden identificarse dentro del proceso de comunicación (p. 13).

La comunicación es un fenómeno interactivo y necesario en el cual se comparten conocimientos, información, valores, emociones y significados; este proceso implica la presencia de un emisor que crea un mensaje y un receptor que lo recibe, destacando elementos clave de la comunicación verbal, como el emisor, receptor, código, canal, mensaje y contexto. Estos elementos son fundamentales para la transmisión efectiva de información.

En el caso del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq", la comunicación jugó un papel crucial en la lucha contra la COVID-19. A través de la televisión como canal de comunicación, el programa transmite mensajes relacionados con medidas de prevención, actualizaciones sobre la situación de la pandemia y recomendaciones de salud para los pobladores del distrito de Yauri. El programa se convierte en una fuente de información importante y relevante para la comunidad. En este contexto, la comunicación efectiva se logra mediante la utilización de un código, que incluye signos y símbolos utilizados en el programa para transmitir el mensaje. Estos pueden ser imágenes, gráficos, entrevistas y otros recursos visuales y auditivos que facilitan la comprensión y la transmisión de la información relacionada con la COVID-19. Además, el contexto en el que se desarrollaba el programa fue fundamental. En el año 2020, durante la pandemia de la COVID-19, la comunidad de Yauri y todo el país se enfrentaba a desafíos y necesidades específicas en relación con la enfermedad. El programa se adaptaba a ese contexto brindando información relevante y actualizada para ayudar a los pobladores a protegerse y tomar decisiones informadas.

Figura 1

Etapas básicas de la Comunicación



Nota. Ladino (2017). Fundación Universitaria del Área Andina. 2017

Elementos de la comunicación:

1) Emisor y receptor:

Ladino (2017), señala que, en el proceso de comunicación, las funciones de emitir y recibir mensajes son intercambiables entre los participantes del contexto. Tanto el emisor como el receptor comparten un mismo código, lo que permite establecer referentes comunes basados en las realidades que comparten o abordan.

De acuerdo con Levis (2020), el emisor puede ser considerado como el productor de mensajes humanos destinados a receptores. Su función básica es agrupar en códigos naturales el mensaje a emitir; por su parte la función que cumple el receptor en este contexto es de descifrar y comprender el mensaje en el código natural, mediante el uso de sus sentidos, siguiendo la siguiente secuencia: recepcionar, interpretar comprender, y dar una posible respuesta.

2) Mensaje:

Ladino (2017), comprende el mensaje como una expresión no verbal, escrita o verbal que estructura una idea o emoción teniendo en cuenta un marco o contexto referencial, utilizando un código común en donde los sujetos participan del acto comunicacional y así el mensaje se entiende como una secuencia de elementos que involucra signos enviados y elaborados por el emisor para emitirlos al receptor.

Para Levis (2020), el mensaje puede ser definido como la unidad o conjunto signifiante de códigos naturales o artificiales, expresamente producido para su comunicación a un destinatario. Elaborar o producir mensajes implica “expresar algo para el otro”. Un mensaje cobra sentido cuando tiene un receptor.

3) Codificación y decodificación:

Ladino (2017), considera que la codificación y decodificación son “un grupo de símbolos que son estructurados y con sentido para alguien”. El código se entiende como el conjunto de reglas, símbolos y signos que se emplean para generar un mensaje o como un conjunto de temas en común que tienen un receptor y emisor.

4) La retroalimentación o feedback:

La retroalimentación se considera como una información consecuente a la comunicación y que genera que tanto el emisor original cambie y modifique los contenidos implícitos y/o los comportamientos teniendo en cuenta las influencias del entorno comunicacional.

Ladino (2017), afirma que es un proceso a través del cual el comunicador adquiere información sobre sí, en este sentido el destinatario interpreta el contenido recibido.

En términos de Levis (2020), éste considera que la retroalimentación o feedback está centrada en la capacidad de respuesta del receptor. Se trata de una propiedad que permite ajustar la conducta futura por medio del comportamiento pasado como en una presentación (clase,

conferencia, obra teatral, etc.) la audiencia le ofrece un feedback al emisor no sólo a través de sus posibles intervenciones orales, sino también a través de sus gestos, posturas, miradas, etc.

5) Contexto:

De acuerdo con Ladino (2017), el contexto involucra la participación de varios factores de distinto orden como el psicológico, sociológico y físico y que integran un entorno en que se despliega la acción comunicativa. En este proceso, se distinguen el contacto, el referente y el macroentorno.

Para Levis (2020), la comunicación no se limita a la transmisión de información (contenido), sino que contempla la existencia de un contexto de relaciones. Comunicar implica dos niveles de emisión y recepción de mensajes: a) Los mensajes-marco y, sobre esta base, b) Los mensajes de contenido o información propiamente dichos. La comunicación precede y condiciona a la información. Una información presupone comunicación, pero no toda comunicación incluye información.

6) Canal:

Ladino (2017), considera que son diversas formas en que se decodifica el mensaje, puede ser considerados los vehículos que trasladan el contenido de la información.

Desde el enfoque de Levis (2020), el canal puede entenderse como el medio conductual, físico, químico o hertziano empleado para

transmitir mensajes de cualquier tipo que hayan sido codificados. Por ejemplo, el canal natural, conformado por los órganos sensoriales (vista, oído, habla y tacto), ocupa siempre un papel inicial y final dentro del proceso comunicativo. En la comunicación humana pueden intervenir distintos canales artificiales; sin embargo, siempre existe un canal natural que origina el mensaje y otro que actúa como receptor y decodificador final.

En consideración de Pérez (2023), a lo largo de los siglos XX y el actual XXI, los medios de comunicación han ganado un rol cada vez más importante en las sociedades contemporáneas, desempeñando funciones fundamentales en diversas esferas de la vida social, política y económica. En primer lugar, tienen un papel esencial en la recopilación y difusión de información sobre el entorno en una amplia gama de áreas. Además, influyen en la formación de la opinión pública tanto en democracias como en regímenes dictatoriales, y desempeñan un papel destacado en la comunicación y la promoción políticas. También desempeñan un papel significativo en la oferta diversificada de entretenimiento actual y en la publicidad que las empresas dirigen a los consumidores.

En concordancia con lo expuesto por Sánchez (2021), una de las funciones más evidentes de los medios de comunicación es la de informar y comunicar; sin embargo, cumplen además diversas funciones que deben considerarse: Entretenimiento, por el cual ofrecen espacios de recreación y distracción al público. Educativo, permiten a la población adquirir conocimientos sobre la realidad y fomentar el aprendizaje. Formadora de

opinión: influyen en la conciencia colectiva, movilizan y pueden manipular o sensibilizar a la sociedad. Socializadora: facilitan el consenso y la integración social en torno a objetivos comunes. Comercial o de marketing: se sustentan en la publicidad y en la difusión de información que impulsa el consumo de determinados productos o servicios.

En la actualidad, puede observarse que los medios de comunicación tienden a promover un consumo excesivo entre los receptores, dejando en segundo plano su función formativa en valores y cultura.

2.1.4. Medios de Comunicación masiva

McLuhan (1964), señala que la forma y la tecnología del medio moldean la experiencia comunicativa, no solo la información transmitida. Los medios de comunicación funcionan como extensiones del cuerpo y la psique humana, transformando radicalmente la organización social. El autor sostiene que "el medio es el mensaje", sugiriendo que el impacto de una tecnología radica en el cambio de escala y estructura que introduce en la vida, más allá de su contenido. McLuhan distingue entre medios "calientes", que saturan un sentido y exigen poca participación, y medios "fríos", como la televisión, que requieren una implicación profunda del usuario. A través de un análisis histórico, explica la transición de la era mecánica y alfabética, caracterizada por la fragmentación y el individualismo, hacia la era eléctrica. En este nuevo paradigma, la instantaneidad de la información crea una "aldea global" donde la humanidad recupera una sensibilidad colectiva y tribal. McLuhan es uno de los teóricos más importantes de los medios de comunicación, conocido por su idea que el

medio influye tanto como el contenido y por conceptualizar cómo los medios transforman la percepción social y cultural.

Por su parte, McQuail (2010), define los medios como instituciones sociales que producen y distribuyen mensajes públicos a grandes audiencias. Y además introduce algo clave para nuestro estudio: medios, audiencia, impacto social, influencia, confianza, indicadores que medimos en el análisis del programa “Coronavirus Manta Willaq”. McQuail, conceptualiza acerca de la teoría de la comunicación de masas, explorando cómo los medios moldean la realidad social y las dinámicas de poder. Se basa en ejes fundamentales que incluyen la evolución de las estructuras mediáticas, el análisis del contenido y el comportamiento cambiante de las audiencias en la era digital. A través de diversas perspectivas teóricas, examina el impacto de los mensajes en la opinión pública y la transición de modelos de comunicación tradicionales hacia plataformas interactivas y globales. En resumen, explica la compleja relación entre las instituciones mediáticas, la cultura y la sociedad contemporánea.

Couldry (2012), enfatiza que los medios no solo informan: organizan la realidad social. Los mass media construyen qué es importante, qué es real y qué no. En el contexto de nuestra investigación, se puede decir que, en pandemia, la información difundida influyó a determinar el conocimiento científico corroborado y a qué se teme con la influencia de la difusión de información falsa en un contexto social inesperado. Propone un análisis profundo sobre cómo las prácticas digitales modernas moldean y transforman la estructura de nuestra convivencia actual. Utiliza la teoría social para examinar la relación sistémica entre las plataformas tecnológicas y la organización de

la vida cotidiana a nivel global. A través de este enfoque, el autor busca descifrar el impacto de los medios en la construcción de la realidad social y el comportamiento humano. En esencia, ofrece una guía intelectual para comprender el papel determinante que juegan los mass media en la configuración del mundo contemporáneo.

Clasificación de los medios de comunicación masivos.

a) Medios audiovisuales:

Para Cabrera y Vásquez (2023), los medios audiovisuales son dispositivos que transmiten imágenes y sonidos, como los televisores o el cine, los cuales evolucionan constantemente con el avance de la tecnología, incorporando nuevas funciones y mejoras para los usuarios.

Los medios audiovisuales se reconocen como los principales medios de comunicación social, ya que trabajan directamente con la imagen, la fotografía y el sonido para transmitir mensajes concretos. Son herramientas tecnológicas que pueden utilizarse con distintos propósitos. Los contenidos audiovisuales desempeñan un papel fundamental en los procesos de socialización. En el actual contexto social, marcado por el avance tecnológico, estos medios han experimentado transformaciones estructurales y conceptuales que los consolidan como un recurso esencial para la comunicación sociocultural y la difusión del conocimiento (Guamán et al., 2021).

- *Radio*

Tal como sostiene García (2022), la radio es un medio de comunicación social tecnológico que transmite señales auditivas a masas mediante ondas electromagnéticas, permitiendo una recepción instantánea y colectiva, la radio es aplicable en escenarios donde la ausencia de equipos digitales o acceso a internet resulta evidente.

- ***Televisión***

Pérez (2023), afirma que la television es un medio audiovisual que integra imagen en movimiento y sonido para difundir contenidos informativos, educativos y de entretenimiento a grandes audiencias, a través de señales hertzianas, cable, satélite o plataformas digitales, manteniendo un papel central en la comunicación pública incluso en la era de la convergencia mediática.

Además, la televisión combina de múltiples maneras productos de ficción, análisis, descripción y/o interpretación de lo que sucede en el mundo real, variando sus proporciones según tiempo y circunstancias. La dimensión profesional de la TV se aplica en el tratamiento de la información con criterio periodístico para determinar que es noticia y como enfocarla llámese a dicho proceso labor de mediación.

Por otro lado, la TV con frecuencia es parte de una empresa de comunicación privada o publica por lo que encarnan un servicio de interés general para la sociedad pero obteniendo beneficios para sus accionistas, en el caso del sector público el propósito es garantizar el pluralismo informativo con énfasis en la difusión de cultura y educación. En el caso de TV privada

su programación se limita por el tipo y extensión de la publicidad que deben emitir, priorizando sus ingresos económicos.

b) Medios impresos:

Para Cabrera y Vásquez (2023), estos corresponden a toda información disponible en formato físico, como revistas, periódicos, afiches o folletos. Es importante señalar que estos medios han perdido parte de su relevancia debido a la facilidad que ofrece la tecnología para acceder a la misma información en formato digital.

Como señala Del Pezo (2024), a lo largo del tiempo, los medios impresos se han consolidado como una herramienta esencial para la comunicación y la difusión del conocimiento. Su relevancia radica en la posibilidad de ofrecer información de forma accesible y perdurable. Desde sus orígenes, han facilitado que las personas expresen sus ideas por escrito, promoviendo la circulación de nuevos pensamientos, la educación y el intercambio cultural entre distintas sociedades. Aunque la tecnología ha transformado las formas de comunicación, los medios impresos mantienen su vigencia en la vida cotidiana. Libros, periódicos y revistas continúan siendo fuentes valiosas de información, aprendizaje y entretenimiento, además de contribuir a la preservación del patrimonio cultural heredado de generaciones anteriores.

c) Medios digitales:

De acuerdo con Cabrera y Vásquez (2023), con el paso del tiempo han surgido los medios digitales, como las laptops, los teléfonos móviles y las tabletas, que facilitan a los usuarios el acceso rápido y sencillo a todo tipo de información. Además, muchas empresas han comenzado a emplear estos medios para difundir sus promociones y estrategias publicitarias.

De manera general Flores (2021), sostiene que los medios digitales se conciben como nuevos canales de creación, difusión de contenidos y de interacción entre productores y audiencias. Surgieron como una plataforma que permite a los medios tradicionales adaptar y proyectar su información en un entorno más actual. Sin embargo, para responder adecuadamente al nuevo contexto social, estos medios deben desarrollar estrategias de comunicación propias, evitando limitarse a reproducir noticias de otros portales o a replicar transmisiones provenientes de la televisión, la radio o la prensa escrita.

Como bien se sabe los medios de comunicación desempeñan una función esencial en la recopilación y difusión de información en una amplia gama de áreas. Ya sea a través de medios audiovisuales, impresos o digitales, los medios proporcionan información actualizada sobre diversos temas, incluyendo noticias, entretenimiento, educación y publicidad. Esta función informativa permite a las personas mantenerse informadas sobre los acontecimientos locales, nacionales e internacionales, así como adquirir conocimientos sobre una variedad de temas.

Además, los medios de comunicación tienen un impacto significativo en la formación de la opinión pública. A través de la transmisión de noticias, programas de debate y contenido editorial, los medios pueden influir en las actitudes, creencias y

percepciones de las personas. Esto puede tener efectos tanto en democracias como en regímenes no democráticos, ya que los medios pueden moldear la opinión pública y contribuir a la formación de la agenda política. En cuanto a la función de entretenimiento, los medios de comunicación, especialmente los medios audiovisuales, ofrecen diversión y recreación a través de programas de televisión, películas, música, videojuegos y otros contenidos. Además de proporcionar entretenimiento, estos medios también pueden transmitir valores, ideas y normas sociales, lo que contribuye a la socialización de las personas y promueve la integración de la sociedad. En el ámbito de la publicidad y el marketing, los medios de comunicación, tanto impresos como digitales, desempeñan un papel importante al promover productos y servicios a través de anuncios y campañas publicitarias. Estos medios permiten a las empresas llegar a su público objetivo y estimular la demanda de sus productos.

En este sentido, el programa "Coronavirus Manta Willaq" se enmarca en los medios audiovisuales, específicamente la televisión, que es uno de los medios de comunicación más influyentes en la sociedad contemporánea. A través de este programa, se evidenció el poder de los medios audiovisuales para cumplir diversas funciones relacionadas con la lucha contra la COVID-19 y su impacto en la comunidad. En primer lugar, el programa cumplió una función informativa al recopilar y difundir información relevante sobre el coronavirus, sus efectos en la salud y las medidas de prevención. Esto fue fundamental para mantener a la población informada y actualizada sobre la situación de la pandemia, así como para proporcionar conocimientos necesarios para protegerse a sí mismos y a sus seres

queridos. Además de la función informativa, el programa también desempeñó un papel educativo al brindar conocimientos sobre la realidad de la COVID-19 y generar aprendizaje en la audiencia. A través de la transmisión de contenido educativo, se busca aumentar la conciencia y el conocimiento de la población sobre la enfermedad, sus causas y consecuencias, así como las medidas preventivas. Al abordar la situación de la COVID-19 desde diferentes perspectivas y presentar testimonios de expertos y personas afectadas, el programa tuvo el potencial de influir en la opinión pública y en la adopción de comportamientos para combatir la propagación del virus.

2.1.5. Teoría de la Agenda Setting

De acuerdo con Ardévol et al. (2020), la teoría de la Agenda Setting, conocida también como “teoría del establecimiento de la agenda”, explica cómo los medios de comunicación ejercen influencia sobre las personas y la audiencia en general. Según esta perspectiva, los medios dirigen la atención del público hacia un número limitado de temas que consideran relevantes para la formación de opiniones. El impacto de la agenda mediática proviene de la facilidad con que ciertos asuntos y sus características se vuelven más visibles y recordados que otros. Como resultado, las personas tienden a otorgar mayor importancia a estos temas más accesibles al momento de construir sus opiniones y tomar decisiones.

En palabras de Gómez y Arcangeletti (2023), la teoría de la Agenda Setting surgió en la década de 1970, dentro de la corriente funcionalista de la Masa Communication Research en Estados Unidos, y se enmarca como una teoría de los efectos. A diferencia de las posturas de los efectos mínimos, esta propuesta fue pionera en demostrar empíricamente que los medios de comunicación influyen en el

ámbito cognitivo de las audiencias y que dichos efectos pueden mantenerse a lo largo del tiempo. La hipótesis central sostenía que los *issues* (temas de interés o relevancia) seleccionados y destacados por los medios en detrimento o exclusión de otros eran posteriormente percibidos por el público como los asuntos más importantes, confirmando así el fenómeno de transferencia de relevancia.

Por su parte Castillo et al. (2021), mencionan que la teoría de la Agenda Setting se ha consolidado como una de las perspectivas más relevantes en el estudio de la influencia mediática, particularmente en la comprensión de cómo los medios determinan los temas a los que la sociedad presta atención. Desde su surgimiento en la década de 1970 hasta la actualidad, se han realizado más de quinientas investigaciones que han demostrado la capacidad de los medios para definir los asuntos que las personas consideran prioritarios. Esta teoría ha confirmado con éxito tres hipótesis principales, relacionadas con los distintos niveles en los que se produce la transferencia de relevancia entre las agendas sociales, fenómeno conocido como “establecimiento de la agenda”.

Tabla 1

Establecimiento de la Agenda Setting

Niveles	Descripción
Primer Nivel	Los individuos tienden a omitir de sus conocimientos aquello que los medios dejan fuera de sus contenidos. En este nivel se produce la transferencia de los temas generales o <i>issues</i> que los medios incluyen en su agenda hacia los que posteriormente captan la atención e interés del público.

**Segundo
Nivel**

La relevancia que la audiencia otorga a un tema depende de la manera en que los medios lo presentan y destacan. En este nivel se analiza la transferencia de los atributos con los que se enmarcan los asuntos, considerando tanto los detalles específicos como los enfoques emocionales o valorativos que los acompañan.

**Tercer
Nivel**

Los medios tienen la capacidad de determinar las conexiones entre distintos temas, fenómeno conocido como *nivel de Agenda Setting en red*. Este enfoque explica cómo las coberturas periodísticas de los medios digitales construyen mapas de asociaciones que vinculan unos asuntos con otros dentro del discurso informativo.

Fuente: Elaboración propia.

a) Tipos de agenda:

Ardévol et al. (2020), mencionan que existen diversos autores que señalan que la agenda puede entenderse a partir de tres dimensiones: la agenda de los medios, la agenda del público y la agenda política. Los estudios sobre la Agenda Setting han estructurado sus modelos de transferencia de relevancia en torno a estas tres categorías principales. La agenda de los medios se compone de los temas a los que un conjunto específico de medios presta mayor atención en un momento determinado, y suele identificarse mediante técnicas de análisis de contenido. Por otro lado, existen tres tipos de agenda del público: la intrapersonal, que abarca los temas que cada individuo considera más importantes desde su perspectiva personal; la interpersonal, que se refiere a los asuntos sobre los que las personas dialogan con otros, reflejando una relevancia compartida; y la pública percibida, que incluye los temas que el

individuo percibe como significativos para la colectividad. Finalmente, aunque con menor frecuencia, se aborda la agenda política, que engloba los temas priorizados dentro del ámbito gubernamental y de la toma de decisiones públicas.

Para Castillo et al. (2023), una agenda puede entenderse, de forma metafórica, como el conjunto de temas a los que se dirige la atención colectiva. Surge como resultado de la necesidad de simplificar la complejidad social, ya que la atención de individuos, grupos e instituciones solo puede centrarse en un número limitado de asuntos a la vez. Este proceso implica no solo incluir ciertos aspectos destacados, sino también excluir otros, con el fin de construir una representación de la realidad que orienta las acciones y decisiones sociales. Los estudios sobre el tema identifican tres agendas principales: del público, de los medios y de la política y señalan dos grandes etapas que resumen la evolución de las investigaciones sobre la teoría de la Agenda Setting.

Con el propósito de aclarar los conceptos fundamentales de la teoría de la Agenda Setting y otorgarle coherencia conceptual, se definen los términos esenciales que intervienen en su estudio tema, relevancia y proximidad junto con los tipos de agenda más analizados: la agenda de los medios y la agenda pública.

En este marco, los temas se entienden como aquellos asuntos hacia los cuales se dirige la atención o sobre los que se forma una actitud u opinión. Lo que en un inicio se denominó objeto, hace referencia a los temas de interés público. Dentro de este ámbito, el término issue o subject alude a un tema general o recurrente los llamados “temas constantes” que suelen permanecer en la agenda mediática por su

potencial impacto en la vida cotidiana de las personas y por ser motivo de preocupación social.

La relevancia se considera la condición que define la necesidad de orientación, es decir, el grado en que los individuos sienten la necesidad de informarse sobre un asunto determinado. En consecuencia, la atención que las personas prestan a cierta información depende de si perciben ese tema como significativo para su vida personal.

Finalmente, la proximidad de un tema se refiere a la cercanía percibida por el público respecto a las cuestiones tratadas por los medios. En otras palabras, alude al tipo de experiencia o conexión que las audiencias establecen con los temas presentados en la agenda mediática.

Para Guzmán (2020), existen los siguientes tipos de agenda:

La agenda mediática: La agenda mediática se entiende como el conjunto de noticias que los medios de comunicación seleccionan y priorizan para presentar a las audiencias los acontecimientos considerados más “relevantes” del momento. El proceso de establecimiento de la agenda comienza cuando un tema o suceso es incorporado en dicha agenda. En las primeras investigaciones sobre la Agenda Setting, se asumía que la jerarquización de los temas surgía de manera natural, como un paso necesario para vincular la agenda mediática con la del público, sin profundizar en las razones que determinan por qué ciertos temas son difundidos y otros no. En síntesis, la agenda mediática está compuesta por las noticias que los medios publican

diariamente y que pueden influir en la conformación de la agenda pública. No obstante, la existencia de múltiples agendas que interactúan en el espacio público ha abierto nuevas líneas de investigación, como las relacionadas con los conceptos de agenda Building y agenda Melding. Un ejemplo de ello es el estudio de Valera en el 2014, quien analizó la relación entre las agendas mediática, pública, política y personal dentro de las redes sociales.

La agenda pública: hablar de la agenda pública implica referirse a la percepción que tienen los individuos sobre la relevancia de determinados temas dentro de la vida social de una comunidad o territorio. Esta agenda comprende el conjunto de asuntos que las personas consideran importantes según tres niveles: los que valoran personalmente (agenda intrapersonal), los que comparten y discuten con otros (agenda interpersonal) y los que identifican como significativos a partir de la información difundida por los medios (agenda de los medios). En el marco de la teoría de la Agenda Setting, la agenda del público ocupa un papel central, ya que su análisis permite evaluar el grado de correspondencia o coincidencia con la agenda mediática, evidenciando así la influencia que los medios ejercen en la formación de prioridades sociales.

La teoría de la agenda es un enfoque teórico en el campo de la comunicación que sostiene que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en la atención del público y en la importancia que se concede a ciertos temas. Según esta teoría, los medios no solo tienen el poder de decidir qué información se presenta al público, sino también de determinar qué temas son relevantes y dignos de discusión.

Además, la teoría del establecimiento de la agenda destaca que la influencia de los medios no se limita únicamente a la atención del público, sino que también puede afectar las opiniones y actitudes de las personas.

En el contexto de la investigación sobre el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, Cusco, la teoría de la Agenda Setting resulta relevante. Este programa, al centrarse en la lucha contra la COVID-19, pudo haber influido en la atención y la importancia que los pobladores de Yauri le otorgaron a este tema en particular. El programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" seleccionó y destacó información relacionada con la pandemia, como medidas de prevención, actualizaciones sobre casos, testimonios de afectados, entre otros aspectos. Al hacerlo, el programa pudo haber establecido la agenda mediática, es decir, influir en los temas que se consideraban importantes en ese momento y que debían ser discutidos en el contexto social.

2.1.6. Teoría del Cultivo

Como señala Merino (2023), el periodista y académico húngaro George Gerbner es conocido como el principal promotor de esta teoría. En ella se sostiene que las personas desarrollan percepciones de la realidad a través de la exposición a la televisión, y utiliza la palabra "cultivo" para referirse a los efectos de la influencia de las representaciones televisivas en la audiencia.

Para Estrada y Mendieta (2019), la comprensión de los fenómenos se alcanza mediante el análisis teórico de los hechos; en este sentido, los procesos comunicativos pueden explicarse a través de diversas teorías. Una de ellas es la Teoría del Cultivo, la

cual aborda cómo los medios masivos influyen en la construcción de la percepción y la opinión pública de los ciudadanos a partir de la exposición constante a sus contenidos. Esta teoría parte del supuesto que los medios forman, refuerzan y modelan la manera en que las personas perciben los hechos, fenómenos o problemáticas sociales difundidas en televisión, radio u otros canales.

De esta manera, la exposición mediática, por ejemplo, a anuncios o spots durante campañas políticas, puede incidir en el comportamiento electoral. En consecuencia, cuando los medios otorgan mayor cobertura a candidatos hombres que a mujeres, se genera una desigualdad en las condiciones de competencia electoral.

Asimismo, Muniz (2021), menciona que los estudios de investigación sobre los medios de comunicación se han enfocado en aspectos cognitivos (recordación, aprendizajes, pensamientos, proceso de cultivo), y solo recientemente incorporan a las emociones como un área principal de estudio. Sin embargo, desde principios del siglo XX hay trabajos que se ocupan del papel de las emociones en la recepción mediática, particularmente en la investigación desde los años 60s de la recepción radiofónica y la recepción televisiva, donde predominan los abordajes bajo la óptica de la psicología de los medios. Se considera que existen principales orientaciones en el estudio de las emociones en la comunicación. Una de ellas, está relacionada a los estudios que consideran las emociones como efectos de los medios; en este contexto, las emociones de las audiencias se ven influidas por el consumo mediático; estos estudios miden las emociones de los participantes, después de exponerlos a varios mensajes y concluyen que uno de los efectos de los medios son los cambios en las emociones de la audiencia.

En concordancia Estrada y Mendieta (2019), consideran que bajo esa corriente se inscribe la teoría del cultivo de Gerbner, cuyo planteamiento considera que el consumo mediático influye en la percepción de la realidad, más que ofrecer un canal para liberar las emociones (positivas o negativas). En otras palabras, la audiencia ajusta su percepción de la realidad a los mensajes mediáticos consumidos. Dentro de los planteamientos teóricos de Gerbner se destaca el papel de las historias como medio a través del cual las personas comprenden la realidad social. La mayoría de las veces, nuestro conocimiento de los acontecimientos proviene de lo que escuchamos o vemos, más que de la experiencia directa. Gerbner distingue tres tipos de historias: el primer tipo explica cómo funcionan las cosas, es decir, son construcciones sociales que orientan la comprensión del mundo; el segundo describe y explica cómo son las cosas, aportando una interpretación de los fenómenos; y el tercer tipo indica qué debemos hacer, orientando las acciones. En este último nivel, la influencia de los medios resulta decisiva, ya que son ellos quienes crean los marcos narrativos que guían la toma de decisiones y moldean las conductas sociales.

De acuerdo con los planteamientos de George Gerbner, la televisión constituye la principal fuente de cultura cotidiana para una sociedad diversa y heterogénea. Este medio transmite un sistema de mensajes altamente uniforme que refuerza los valores tradicionales, mientras que el público suele consumir sus contenidos de manera ritualista y poco selectiva, lo que favorece la formación de estereotipos.

Gerbner también sostiene que los efectos de la televisión no solo provienen de los mensajes intencionados, sino también de aquellos no intencionales, los cuales

influyen en la percepción que la audiencia masiva construye sobre la realidad social. Su concepto de cultivo se ha centrado principalmente en los posibles efectos negativos del consumo televisivo, especialmente en cómo este moldea la visión del mundo y las conductas de los espectadores.

No obstante, diversos estudios basados en la Teoría del Cultivo han demostrado que el consumo de ciertos programas o géneros televisivos puede generar efectos positivos, particularmente en aspectos relacionados con la apertura hacia otras culturas, la valoración de la diversidad y el fortalecimiento de la convivencia social (Martín, 2023).

En síntesis, la teoría del cultivo de George Gerbner sostiene que la exposición a los medios de comunicación, especialmente a la televisión, influye en la percepción de la realidad de las personas. Según esta teoría, los medios de comunicación cultivan y promueven una determinada percepción de los hechos, fenómenos o problemáticas sociales presentadas en los medios. Los mensajes mediáticos, tanto intencionales como no intencionales, moldean la forma en que las personas entienden y perciben el mundo que les rodea.

En el caso del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, Cusco en 2020, se puede relacionar esta teoría de varias maneras. Primero, el programa podría haber influido en la percepción de la realidad de los pobladores al presentar información específica sobre la COVID-19, sus consecuencias y las medidas preventivas. Si el programa destacó la gravedad de la situación, los riesgos asociados y la importancia de tomar precauciones, es probable que haya cultivado una

percepción más preocupada y consciente de la pandemia entre los pobladores. Además, la teoría del cultivo sugiere que la exposición mediática puede influir en el comportamiento de las personas. Si el programa "Coronavirus Manta Willaq" enfatizó la necesidad de seguir medidas preventivas, como el uso de mascarillas, el distanciamiento social y la higiene de manos, es posible que haya generado un impacto en el comportamiento de los pobladores. Pueden haber adoptado estas medidas de prevención de manera más consciente y diligente debido a la influencia del programa.

La teoría del Cultivo también aborda la cuestión de los estereotipos y la construcción de la realidad. Si el programa presentó narrativas estereotipadas sobre la COVID-19, como asociar el virus a ciertos grupos demográficos o regiones, esto pudo llegar a tener una gran influencia en la percepción y actitudes de los pobladores hacia esos grupos o regiones específicas. Es importante tener en cuenta que la teoría del cultivo también señala que ciertos programas o géneros televisivos pueden tener efectos positivos, como promover la aceptación de otras culturas o formas de hacer las cosas.

2.1.7. Programa de Televisión

Desde la postura de Chávez (2025), un programa de televisión consiste en la elaboración de contenidos mediante el uso de recursos audiovisuales, con el propósito de lograr una comunicación efectiva entre distintas plataformas y sus respectivas audiencias. Cada plataforma posee características propias que la hacen única en la manera de transmitir mensajes y ofrecer experiencias al usuario. En este sentido, cada medio presenta particularidades que influyen tanto en la forma en que

los contenidos son percibidos como en la manera en que el público interactúa con ellos. Asimismo, menciona que la televisión constituye un medio con gran influencia social, empleado tanto para el entretenimiento como para la difusión de información, ya sea en el entorno doméstico o laboral, ejerciendo un notable impacto en la vida cotidiana de las personas. Aunque la tecnología ha avanzado de manera considerable, este medio continúa siendo el más utilizado para mantener informada a la población y una de las plataformas más relevantes para la publicidad comercial. Como herramienta comunicativa, la televisión tiene como propósito transmitir mensajes a públicos diversos mediante estrategias y recursos destinados a ofrecer distracción y recreación. El ser humano, por su propia naturaleza, busca y consume información de manera constante, ya sea de forma consciente o inconsciente, a través de distintos medios de comunicación.

Además, Bastos (2021), señala que en los últimos años la televisión incorporó diversos géneros narrativos, tanto dramáticos como cómicos, que combinan la información con el entretenimiento. Entre ellos se encuentran los programas de debate, magazines, noticieros, concursos y otros formatos. Cada uno de estos programas puede entenderse como una unidad autónoma, aunque todos se integran dentro de una estructura superior que los condiciona, esta estructura actúa como un mecanismo de unificación que neutraliza las diferencias entre los programas, otorgándoles un marco común que posibilita su inclusión coherente dentro del conjunto televisivo. Además, añade que el contenido de los programas televisivos se manifiesta a través de múltiples lenguajes simultáneos. Por un lado, el lenguaje visual incluye elementos como el diseño del escenario, el vestuario, el maquillaje, la

iluminación, el encuadre y el estilo interpretativo. Por otro lado, intervienen recursos técnicos como el montaje, la edición y la secuencia de planos, donde la yuxtaposición de escenas en movimiento genera continuidad narrativa y dirige la atención hacia distintos puntos de interés dramático.

A ello se suman los componentes sonoros, tanto verbales como musicales, que complementan la construcción del mensaje. Todos estos elementos se articulan según la forma en que se cuenta la historia, adaptándose a estrategias discursivas y recursos expresivos propios del medio televisivo. En este sentido, se puede decir que el contenido televisivo implica situarlo dentro del contexto histórico y formal de las expresiones mediáticas de la televisión, comprendiendo cómo cada recurso contribuye a orientar la interpretación del espectador sobre los acontecimientos representados.

a) Audiencia

Jauset (2008), expone que la audiencia es definida como el grupo de personas que establece contacto con un medio de comunicación mediante un programa o espacio publicitario durante un tiempo determinado. En el caso específico de la televisión, puede hablarse de la audiencia correspondiente a un canal, a un programa concreto, a un espacio publicitario o incluso de la audiencia total que abarca el conjunto de canales.

Por su parte Gonzales et al. (2020), establecen que el concepto de audiencia televisiva ha experimentado una profunda transformación en los últimos años debido al impacto de las nuevas tecnologías y plataformas digitales. Tradicionalmente, la

audiencia se entendía como el conjunto de personas que consumían contenidos televisivos de manera lineal, es decir, a través del televisor y en horarios establecidos. Sin embargo, el ecosistema mediático actual ha modificado de manera sustancial esa dinámica, dando lugar a nuevas formas de consumo audiovisual que desdibujan los límites entre televisión, internet y redes sociales. El desafío actual consiste en desarrollar metodologías más integrales que permitan conocer de manera precisa cómo, dónde y cuándo se consume la televisión en un contexto dominado por la convergencia digital y la fragmentación de las audiencias.

b) Opinión Pública

Aguilar (2017), establece que la opinión pública es el espacio racional donde los ciudadanos libres e iguales deliberaban sobre los asuntos comunes, permitiendo que las decisiones del Estado fueran justificadas a través del consenso general. Así, la opinión pública no era solo la suma de juicios individuales, sino una institución racional que garantizaba la validez del gobierno al vincular la libertad de opinar con la obligación del poder de actuar conforme al bien común.

Para Cabezas (2019), la opinión pública en los medios de comunicación representa un fenómeno dinámico y complejo en el que se entrecruzan la información, el poder y la participación ciudadana. En la actualidad, los medios son los principales espacios donde se configura la percepción colectiva sobre los temas de interés social, político y económico, ejerciendo una influencia determinante en la construcción del consenso y en la orientación de las actitudes de la población. Su papel trasciende la simple transmisión de noticias: actúan como mediadores entre la ciudadanía y las instituciones, y muchas veces como actores políticos que definen las

prioridades de la agenda pública. Asimismo, menciona que la opinión pública en los medios de comunicación representa un fenómeno dinámico y complejo en el que se entrecruzan la información, el poder y la participación ciudadana. En la actualidad, los medios son los principales espacios donde se configura la percepción colectiva sobre los temas de interés social, político y económico, ejerciendo una influencia determinante en la construcción del consenso y en la orientación de las actitudes de la población. Su papel trasciende la simple transmisión de noticias: actúan como mediadores entre la ciudadanía y las instituciones, y muchas veces como actores políticos que definen las prioridades de la agenda pública.

c) Valoración del Público

Para Azurmendi et al. (2015), la valoración del público hacia los programas de televisión constituye un elemento central en la comprensión del papel social y comunicativo del medio. En el contexto actual de convergencia digital y multiplicidad de plataformas, dicha valoración trasciende la mera medición de audiencias para convertirse en un proceso más complejo, en el que el espectador no solo recibe contenidos, sino que también participa activamente en su construcción, difusión y legitimación. Asimismo, mencionan que la televisión contemporánea ya no puede entenderse únicamente como un sistema de emisión unidireccional; la audiencia ha pasado de ser un conjunto pasivo de receptores a un grupo de usuarios activos que valoran los contenidos a través de diferentes formas de interacción: comentarios, votaciones, participación en redes sociales, envío de material audiovisual o respuesta a convocatorias de los propios programas. Esta implicación convierte la valoración del público en un indicador cualitativo del vínculo entre la

televisión y su comunidad, pues la participación genera cercanía, reconocimiento y sentido de pertenencia. Es así que la valoración del público en la televisión moderna se expresa a través de su nivel de implicación, participación e identificación con los contenidos. Esta valoración, más allá de los índices de audiencia, refleja la capacidad del medio para generar confianza, sentido de pertenencia y diálogo con sus audiencias, elementos fundamentales para fortalecer su función social en la esfera pública contemporánea.

2.1.8. Impacto Social

Para Rivas (2018), el concepto de impacto social en el ámbito de la comunicación se refiere al conjunto de efectos, transformaciones e influencias que los medios de comunicación ejercen sobre las personas y la sociedad; en este contexto, el impacto se entiende como la huella psicológica, emocional y conductual que los programas televisivos dejan en los individuos afectando su percepción de la realidad, su sistema de valores y su comportamiento cotidiano.

Puerto et al. (2018), consideran que el impacto social de los medios de comunicación constituye uno de los fenómenos más significativos de la sociedad contemporánea. Su influencia trasciende el ámbito informativo, convirtiéndose en un agente activo dentro de los procesos educativos, culturales y de transformación social. En este contexto los medios de comunicación se han consolidado como una de las principales fuentes de formación y referencia social, capaces de modelar la percepción colectiva de la realidad y de definir lo que una sociedad considera importante, verdadero o legítimo.

Asimismo, Rivas (2018), menciona que el impacto social, por tanto, no es neutral: contribuye a moldear identidades, actitudes y valores, especialmente en una etapa de la vida en la que el individuo aún no posee un pensamiento crítico consolidado. Esto implica que los medios de comunicación, en lugar de fomentar la reflexión y la educación, muchas veces se convierten en instrumentos de reproducción de estereotipos y convivencia social.

Complementando la idea de Puerto et al. (2018), quienes mencionan que en este contexto, el impacto social de los medios debe entenderse como una fuerza de alcance global que redefine los valores, las prácticas y los procesos de aprendizaje de las sociedades modernas, considerando que los medios tienen el poder de orientar la agenda pública, legitimar discursos y promover nuevas formas de educación informal que complementan o en ocasiones sustituyen las funciones tradicionales del sistema educativo.

a) Impacto Emocional

Neira y Álvarez (2025), consideran que el impacto emocional está relacionado al efecto psicológico que una situación, experiencia o estímulo ejerce sobre las emociones, pensamientos y conductas de las personas, generando reacciones que pueden ser positivas o negativas dependiendo de la naturaleza del suceso y de los recursos personales para afrontarlo. Representa una forma de respuesta afectiva ante eventos que interrumpen la estabilidad emocional o que producen cambios significativos en la percepción individual de control y seguridad. En general, establecen que el impacto emocional constituye un fenómeno complejo y multidimensional que refleja la interacción entre el individuo y su entorno. No solo

describe la reacción inmediata ante un evento, sino también la capacidad humana para interpretarlo, afrontarlo y transformarlo. Su comprensión resulta esencial en los estudios sociales y comunicativos, ya que permite analizar cómo las experiencias colectivas como crisis, desconexiones, catástrofes o transformaciones mediáticas afectan la esfera emocional y, en consecuencia, la conducta y la cohesión social.

b) Impacto Cognitivo

Desde el punto de vista de Ibáñez et al. (2025), el impacto cognitivo hace referencia a la influencia que ejercen determinados estímulos, experiencias o factores externos sobre los procesos mentales del ser humano, tales como la atención, la memoria, el razonamiento, la percepción y la toma de decisiones. En el ámbito educativo, este impacto se manifiesta en la manera en que los estudiantes procesan la información, adquieren nuevos conocimientos y aplican sus habilidades intelectuales para resolver problemas o adaptarse a diversas situaciones de aprendizaje. Asimismo, menciona que el componente cognitivo constituye una de las dimensiones fundamentales del desarrollo humano, junto con la dimensión emocional y la conductual. Las emociones, el entorno social y las experiencias personales tienen un papel determinante en la forma en que se configuran y funcionan los procesos cognitivos. Cuando el individuo experimenta un estado emocional equilibrado, su capacidad de concentración, comprensión y pensamiento crítico se ve fortalecida; por el contrario, los estados emocionales negativos, como la ansiedad, el miedo o la frustración, pueden interferir en la retención de la información y disminuir la eficacia del aprendizaje.

c) Impacto Relacional

Ruiz (2025), sostiene que el impacto relacional está asociado a la influencia que ejercen las interacciones humanas en la calidad de los vínculos sociales, afectivos y comunicativos entre las personas. Este impacto puede ser positivo, cuando las relaciones promueven la cooperación, el respeto, la empatía y la confianza; o negativo, cuando generan conflictos, aislamiento o deterioro en la convivencia. Desde una perspectiva general, el impacto relacional abarca los efectos que producen las emociones, las actitudes y los comportamientos en la manera en que los individuos se relacionan entre sí, tanto en contextos familiares, educativos, laborales o comunitarios. En este sentido, constituye un componente esencial del desarrollo social, ya que determina la capacidad de las personas para construir lazos saludables, resolver conflictos y mantener una comunicación efectiva que favorezca la cohesión y el bienestar colectivo.

En concordancia, Wheeler (2015), considera que el impacto relacional no se limita al contacto humano directo, sino que también se extiende a los vínculos simbólicos contruidos a través de los medios de comunicación. La televisión, el cine o las plataformas digitales pueden modelar comportamientos, actitudes y expectativas sobre las relaciones, influyendo en cómo las personas conciben el amor, la amistad o el conflicto. Los contenidos audiovisuales actúan como escenarios de aprendizaje social donde se observan, imitan y normalizan ciertas formas de interacción, lo cual repercute en las prácticas relacionales cotidianas.

En general, el impacto relacional representa el conjunto de efectos emocionales, cognitivos y sociales que derivan de la interacción real o mediática entre las personas. Comprenderlo implica reconocer que las relaciones humanas, así

como las representaciones simbólicas de éstas, tienen la capacidad de modificar la conducta, la percepción de uno mismo y la manera en que los individuos se vinculan con los demás. En un mundo cada vez más mediado por la tecnología, el impacto relacional se convierte en una dimensión esencial para analizar cómo los medios configuran la vida emocional, las dinámicas sociales y el bienestar de las personas.

2.2. Antecedentes de la investigación

2.2.1. Nivel Internacional

Zambrano (2021), en el estudio titulado: “Análisis del discurso del programa “De casa en casa” transmitido por TC televisión y su recepción en los pobladores del Cantón Salitre”, en la tesis de pregrado, presentada ante la Universidad de Guayaquil, tuvo como objetivo analizar las características comunicacionales del discurso del programa “De Casa en Casa” y su recepción en los pobladores del Cantón Salitre en el año 2020. La metodología empleada fue de tipo descriptivo, diseño no experimental-transeccional, enfoque cuantitativo, empleando la técnica de cuestionario a una muestra de 150 personas. Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión: las personas consideran que la información es tergiversada para generar mayor audiencia; también consideran que la franja horaria no es la adecuada; asimismo, deberían de incluir segmentos que contengan mayor contenido informativo y educativo. Por lo tanto, se debe implementar segmentos que influyan en la identificación de las personas con su comunidad y el programa se desarrolle con fuentes confiables.

Rando (2020), en la investigación titulada: “Eficacia de la Comunicación Sanitaria vía redes sociales”, para tesis doctoral, presentada ante la Universidad de Málaga, tuvo como objetivo estudiar la eficacia que tiene la gestión de la comunicación desarrolladas por corporaciones sanitarias usando como medio a las redes sociales. La metodología empleada fue el análisis nomotético, centrándose en el uso de las redes sociales en diferentes centros de salud y canales de comunicación empresarial, pasando luego a un modelo ideográfico, llegando de esa manera al estudio de casos específicos, aplicándose en grupos marcados como son los Colegios Oficiales de Médicos o grupos de pacientes que pueden llegar a tener como referente de asistencia un centro hospitalario determinado, siendo uno de estos el Hospital Regional Universitario de Málaga. Con la investigación se llegó a la siguiente conclusión: la existencia de estos aspectos comunicativos sí existen, pero no se alcanza un punto de convergencia en la población. De esta forma, se recalca el interés en el ciudadano para que adquiriera un interés amplio en su estado de salud y así llegue a ser el verdadero eje del sistema sanitario de las instituciones, pero por lo visto la comunicación hospitalaria usando medios sociales dejan entrever carencias para poder llegar a su meta social.

Montaña et al. (2020), precisan en el estudio titulado: “Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España”, artículo científico, presentado en la Revista Latina de Comunicación Social, que tuvo como objetivo explorar el impacto de la pandemia de Covid-19 en los hábitos y el consumo de medios en España, uno de los países más gravemente afectados. La metodología

empleada fue aplicando una encuesta en línea representativa de la población española (N = 1 500 participantes) del 13 al 30 de marzo del 2020, coincidiendo con las primeras semanas de confinamiento en el hogar. La muestra se estudió según dos variables, género (mujeres N = 750; hombres N = 750) y edad (18-39 años N = 720 y más de 40 años N = 780) para detectar las especificidades más relevantes de cada colectivo. El error muestral es del $\pm 4,38$ % al 95 % de confianza.

Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión: La televisión destaca como el medio más utilizado a la hora de informarse sobre el virus, por delante de los medios digitales. Cabe destacar también que programas televisivos tipo “infoshows” consiguen acumular más audiencia que los informativos tradicionales. Los medios menos utilizados para informarse sobre la evolución del Covid-19 serían internet, redes sociales, radio, información proporcionada por familiares o conocidos y prensa en papel. Aunque no destaca el consumo de la radio para mantenerse informado, este medio es considerado como el más creíble, juntamente con la televisión. Por último, el consumo de las plataformas “Over-the-top” (OTT) ha crecido de forma considerable durante este periodo.

2.2.2. Nivel Nacional

Oviedo (2023), en la investigación titulada: “Percepción del programa televisivo “Tu Doctor en Casa” en los estudiantes de la escuela de Medicina Humana, U. N. Tumbes, 2022”, en la tesis de pregrado, presentado ante la Universidad Nacional de Tumbes, tuvo como objetivo determinar el nivel de percepción del programa televisivo “Tu Doctor en Casa” en los estudiantes de la

escuela de Medicina Humana, U. N. Tumbes. La metodología fue de enfoque cuantitativo, de tipo de estudio descriptivo, de diseño no experimental, de corte transversal, prospectivo; utilizando como instrumento de investigación el cuestionario que fue aplicada a 100 estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes – Facultad de Ciencias de la Salud pertenecientes a la Escuela Profesional de Medicina Humana.

Con el estudio se llegó la siguiente conclusión: El nivel de percepción del programa televisión “Tu Doctor en Casa” en los estudiantes es de 65% calificándose en un nivel “Bueno”, señalando sus dimensiones: factores externos e internos; lo que indica que, el programa televisivo de salud es aceptado de manera positiva por la escuela de Medicina Humana de la U. N. de Tumbes.

Peña y Rojas (2021), en el estudio titulado: “Eficacia de los mensajes de salud durante la pandemia del Covid – 19 en el Centro Poblado El Establo” Paramonga – 2021”, en la tesis de pregrado, presentado ante la Universidad Nacional Faustino Sánchez Carrión, tuvo como objetivo determinar la eficacia de los mensajes de salud emitidos durante la pandemia de COVID – 19 en el Centro Poblado “El Establo” Paramonga, 2021. La metodología empleada fue de tipo básica, el nivel de investigación fue el descriptivo y de enfoque cuantitativo. Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión: el 71 % de la población considera que la eficacia de los mensajes de salud se encuentra en su mayoría dentro del nivel medio, mientras tanto el 29% se ubica en el nivel alto. Según resultados obtenidos observamos que los pobladores afirman que la eficacia de los mensajes de salud

emitidos durante la pandemia de COVID – 19 en el Centro Poblado “El Establo” Paramonga, se encuentra en su mayoría en el nivel medio.

Pastor (2021), en la investigación titulada: “Consumo televisivo y percepción del programa “Entrevista2” de JPP Televisión en los residentes de Gunma, Japón 2021”, en la tesis de pregrado, presentado ante la Universidad César Vallejo, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el consumo televisivo y la percepción del programa “Entrevista2” de JPP Televisión en los residentes de Gunma, Japón 2021. La metodología empleada fue de diseño no experimental – transversal, enfoque cuantitativo, utilizando el cuestionario con una muestra de 256 personas, Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión: la percepción de las personas frente a los programas entrevistados es muy buena debido al lenguaje entendible que emplean y a su estilo de formato didáctico; la audiencia se siente motivada a interactuar en las transmisiones en vivo, además de compartir el programa con su círculo familiar. Por lo tanto, la población muestra interés en el contenido que brinde información con términos sencillos y fáciles de descifrar.

2.2.3. Nivel Local

Mamani y Huamani (2019), en la investigación intitulada: “Influencia de los programas televisivos en el aprendizaje significativo de los estudiantes de 6° grado de la Institución Educativa N° 56106 “Altiya Canas” de Yanaoca – Canas – Cusco – 2018, en la tesis de pregrado, presentado ante la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, tuvo como objetivo determinar la influencia de los programas televisivos en el proceso del aprendizaje significativo de los

estudiantes de 6° grado de la Institución Educativa Primaria N° 56106 Yanaoca – Canas – Cusco – 2018. La metodología empleada fue de tipo básica, nivel y diseño descriptivo causal. Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión Los programas televisivos influyen en el proceso del aprendizaje significativo de los estudiantes de 6° grado de la Institución Educativa Primaria N° 56106 de Yanaoca Canas, Cusco en el 2018. Es así que la prueba ANOVA muestra que existe diferencia significativamente estadística en el aprendizaje significativo según el tipo de programas televisivos que sintonizan los estudiantes.

Escalante (2022), en el estudio titulado: “El programa de televisión “Combate” y su influencia en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Inca Garcilaso de la Vega”, en la tesis de pregrado, presentado ante la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, tuvo como objetivo determinar de qué manera el programa de televisión “Combate” producido por la emisora televisiva nacional ATV, influye en el comportamiento de los estudiantes del Cuarto Grado de Secundaria de la Institución Educativa Inca Garcilaso de la Vega del Cusco en 2018. La metodología empleada en el estudio fue de enfoque cuantitativo, diseño de investigación transaccional y correlacional-Causal, y tipo descriptivo. Con el estudio se llegó a la siguiente conclusión: el programa de televisión “Combate” influye negativamente en el comportamiento de los estudiantes, porque se evidenció que tiene un grado de efectos no adecuados en los adolescentes, reflejándose inequívocamente en el comportamiento de los menores que siguen “Combate”, reality que es cuestionado por el contenido que promueve, así como por los “valores” transmitidos por sus protagonistas a través

de la pantalla, lo cual obedece sin lugar a dudas, a la naturaleza de su formato puramente comercial que dista sobremanera de una televisión educativa, cultural y constructiva.

2.3. Marco conceptual

a) Programa de televisión

Es un conjunto de imágenes en movimiento, acompañadas o no de sonido, que conforman una unidad dentro de una programación o catálogo producido por un proveedor de servicios de comunicación, cuyo formato y contenido son equivalentes a los de la radiodifusión televisiva (Real Academia Española, 2023).

b) Audiencia

La audiencia se refiere al grupo de personas que consumen o ve un programa televisivo o cualquier otro medio de comunicación. Estas personas pueden ser espectadores de televisión, oyentes de radio, lectores de periódicos o usuarios de plataformas en línea. La audiencia es esencial para la televisión, ya que determina la popularidad y el éxito de un programa (Bergillos, 2015).

c) Opinión pública

Es la corriente de pensamiento con mayor presencia en la sociedad, formada por las opiniones que circulan entre las personas y que reúnen los puntos de vista más ampliamente compartidos. La opinión pública no surge únicamente de lo que comunican los medios, sino también de la interacción que las personas mantienen con ellos y de las interpretaciones o ideas que se generan al margen de los propios medios de comunicación (Civila de Dios et al., 2020).

d) Valoración del público

Apreciación y percepción de una audiencia en relación con asuntos que tienen relevancia para la sociedad (Real Academia Española, 2023).

e) Impacto social

Es un proceso de evaluación constante que implica analizar las distintas consecuencias sociales derivadas de las acciones propuestas, con el fin de aplicar de manera coherente las mismas dinámicas de acción social dentro de un contexto determinado (Valadés, 2023).

f) Impacto emocional

Se refiere a la manera en que una experiencia o evento influye en las emociones y sentimientos de una persona. Es como ese sentimiento de alegría cuando te dan buenas noticias o la tristeza que puede provocar una película conmovedora. Puede ser positivo o negativo, dependiendo de cómo la persona interpreta lo que está sucediendo a su alrededor (Battaglino, 2018).

g) Impacto cognitivo

Se refiere a cómo una situación afecta al pensamiento y tu entendimiento de un individuo, este es importante y pueden influir en la percepción de la vida y en la toma de decisiones en diferentes momentos y contextos (Battaglino, 2018).

h) Impacto relacional

Se refiere a la evaluación lógica y fundamentada de los efectos, resultados o consecuencias de una acción, programa, o iniciativa (Battaglino, 2018).

2.4. Descripción del Programa de Televisión “Coronavirus Manta Willaq”

Nombre del Programa: “Coronavirus Manta Willaq”

Descripción:

“Coronavirus Manta Willaq”, es el nombre de un programa de televisión diseñado como una herramienta integral dentro del Plan de Vigilancia, Prevención y Control de la Municipalidad Provincial de Espinar, en el ámbito del distrito de Yauri, Provincia de Espinar, especialmente durante la pandemia del COVID-19. El nombre proviene de dos expresiones quechuas agregadas al sustantivo castellano Coronavirus: el sufijo “Manta” que indica procedencia o calidad y “Willaq”, comunicador, relator, comunicador, traduciendo de este modo como “el que comunica o advierte sobre el coronavirus”, de acuerdo con la explicación ofrecida por el presidente de la Academia Mayor de la Lengua Quechua del Cusco, Docente Fernando Hermoza Gutiérrez, quien lo detalla en su obra “Lengua de los Inkas Quechua”, editado el año 2019 por la editorial Argos.

Este nombre fue utilizado como tal, por los productores del programa en su emisión y permite contextualizar adecuadamente el sentido y la intención comunicativa del programa de televisión, el cual refleja una finalidad educativa en términos médicos para la población local, enfocado en la prevención y el manejo adecuado de esta enfermedad, combinando sugerencias de uso de las medicinas occidental y tradicional. El programa “Coronavirus Manta Willaq” fue producido para los habitantes del distrito de Yauri en la Provincia de Espinar durante la pandemia del

COVID-19, transmitido de lunes a viernes por el Canal Municipal (Canal 5 TV), de Espinar como parte del Plan de Vigilancia, Prevención y Control del distrito. Este programa educativo ofrece información médica y consejos prácticos sobre el coronavirus, incluyendo entrevistas con especialistas locales, consultas en línea con un médico especializado conocido como el “Doctor Covid”, y material de concientización como spots televisivos que promueven medidas preventivas clave como el lavado de manos, el distanciamiento social y el uso de mascarillas.

El propósito principal del programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq” fue proporcionar información precisa y oportuna sobre el COVID-19, dirigida específicamente a los residentes de Yauri, muchos de los cuales tuvieron que enfrentar limitaciones económicas y dificultades de acceso a la atención médica. A través de un enfoque educativo, el programa busco empoderar a la comunidad con conocimientos prácticos para prevenir la propagación del virus y manejar adecuadamente cualquier síntoma o malestar relacionado.

El programa se transmitió de lunes a viernes en el canal municipal de Espinar y ofrece una variedad de segmentos informativos:

- Entrevistas con especialistas locales: médicos, enfermeras y autoridades de salud de la zona compartieron sus conocimientos sobre COVID-19, abordando temas como síntomas, medidas de prevención y atención médica disponible en el distrito.
- Consulta directa con el “Doctor Covid”: los espectadores tuvieron la oportunidad de llamar a la línea de consulta “Línea Covid” y hablar

directamente con un médico especializado en COVID-19, conocido como el “Doctor Covid”, para discutir cualquier síntoma o inquietud que puedan tener durante el confinamiento.

- Material de Concientización: el programa incluyó spots televisivos que promovían medidas preventivas clave, como el lavado de manos frecuente, el uso de mascarillas y el distanciamiento social, reforzando así las prácticas de salud pública esenciales dictados desde la OMS, PS y el MINSA, para combatir la propagación del virus.

De esta manera, el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” se convirtió en un recurso vital para la comunidad de Yauri al proporcionar información confiable y accesible sobre el COVID-19, fomentando la participación activa de los espectadores en la lucha contra la pandemia. Al centrarse en la prevención y la concientización, el programa contribuyó significativamente a la salud pública local y al bienestar general de la población, fortaleciendo así la respuesta comunitaria ante esta emergencia sanitaria. Esta iniciativa televisiva demostró un compromiso valioso con la salud pública y la comunicación efectiva en un contexto localizado, ayudando a proteger a los habitantes de Yauri y a mitigar los impactos adversos del COVID-19 en la región.

La emergencia sanitaria causada por el COVID-19 en Yauri, Espinar, requirió una intervención comunicacional estratégica y el programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq” se enmarcó en este esfuerzo, pues surgió como una herramienta clave para informar, educar y movilizar a la comunidad frente a la pandemia, utilizando un formato dinámico y culturalmente adaptado.

El objetivo general de producir y transmitir el programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq” fue buscar el sensibilizar a la población de Yauri, Espinar, sobre la emergencia sanitaria y fomentar el cumplimiento de las medidas preventivas establecidas. Además, el programa buscó proveer información actualizada sobre las disposiciones legales y el avance de la COVID-19 en la región, promoviendo comportamientos saludables y responsables en la población, facilitando así el acceso a datos confiables para contrarrestar la desinformación, y resaltar historias y liderazgos comunitarios que inspiren resiliencia y acción colectiva. El público objetivo se dividió en primario y secundario. El primario incluyó familias rurales, adultos mayores, jóvenes y comunidades indígenas de Yauri. El secundario abarcó autoridades locales, trabajadores de la salud, líderes comunitarios y docentes.

Formato del Programa

Nombre: “Coronavirus Manta Willaq” ("El Informador del Coronavirus")

Duración y Frecuencia

- Duración: 60 minutos.
- Frecuencia: Transmisión diaria de lunes a viernes.
- Horario: de lunes a viernes 18:00 a 19:00 horas (horario con mayor audiencia)
- Canal: Televisión Municipal, Canal 5 de Espinar
- Conductor del programa: Dr. Frank Fred Carrillo
- Productoras: Karerina Bayona y Katherine Mendoza.

CAPITULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis General

El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social significativo en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020.

3.1.2. Hipótesis Específicas

- a) La audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” son factores que contribuyeron positivamente al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.
- b) El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” generó un impacto social positivo en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, reflejados en aspectos emocionales, cognitivos y relacionales durante la pandemia de la COVID-19.

3.2. Identificación de variables e indicadores

VI: Programa de Televisión

Dimensiones:

- Audiencia
- Opinión pública
- Valoración del público

VD: Impacto Social

Dimensiones:

- Impacto emocional
- Impacto cognitivo
- Impacto relacional

3.3. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente: PROGRAMA DE TELEVISIÓN	Según la Real Academia Española (2023). Se trata de una secuencia de imágenes en movimiento, acompañadas o no de sonido, que conforma una unidad dentro de una programación o catálogo elaborado por un proveedor de servicios de comunicación, cuyo formato y contenido son equivalentes a los de la transmisión televisiva.	La variable de estudio programa de televisión se medirá a través de las siguientes dimensiones: Audiencia, opinión pública y valoración del Público.	• Audiencia	- Preferencias de género - Preferencias de edad - Alcance y cobertura demográfica: (personas a las que llego el programa de televisión “Corona Virus Manta Willaq”)
			• Opinión pública	- Nivel de confianza que tuvo el programa - Nivel de importancia que tuvo el programa - Nivel de influencia del programa en la comunidad
			• Valoración del público	- Nivel de satisfacción del programa - Relevancia de temas en el programa - Calidad del contenido - Relevancia de las medidas preventivas y concientización

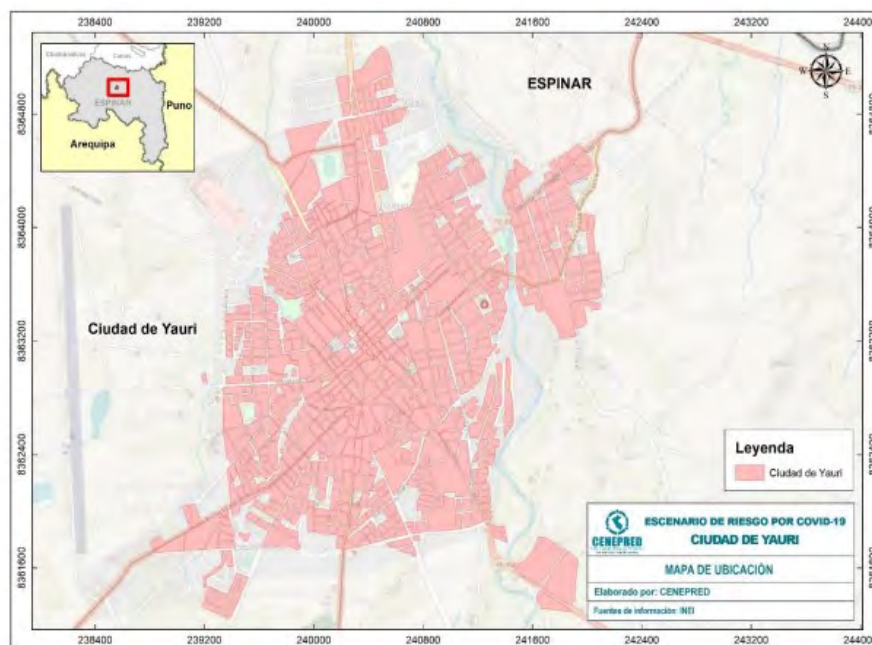
Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Ámbito de estudio: localización política y geográfica

La provincia de Espinar es una de las trece provincias del departamento del Cusco y posee una extensión de 5 311.09 km². Se ubica en la zona norte de la región, a 241 kilómetros de la ciudad del Cusco, siendo su capital el distrito de Yauri. Limita al norte con la provincia de Canas, al este con el departamento de Puno, al sur con Arequipa y al oeste con la provincia de Chumbivilcas. El distrito de Yauri se encuentra a 3 929 m. s. n. m., caracterizado por un clima frío con temperaturas promedio entre 7,2 °C y 8,6 °C, y con presencia de nevadas en distintos períodos del año. Administrativamente, el distrito incluye un centro poblado y diversas comunidades campesinas y barrios urbanos que conforman su estructura territorial y social (CENEPRED, 2021).

Figura 2

*Ubicación
geográfica del
distrito de Yauri,
Espinar, Cusco*

Nota: Extraído del informe de Análisis de situación en salud del distrito de Yauri - Espinar Gerencia Regional de Salud Cusco (2022).

El distrito de Yauri, provincia de Espinar, se encuentra atravesado por la carretera nacional de Espinar, que conecta las ciudades de Arequipa y Cusco. La economía y el comercio de la provincia mantienen una notable diversidad productiva, destacando la explotación de recursos mineros, principalmente cobre y hierro, así como las actividades pecuarias dedicadas a la crianza de ovinos, vacunos, camélidos y equinos (GERESA, 2022).

Según los datos del Censo Nacional de 2017, el distrito de Yauri cuenta con una población total de 34 861 habitantes, de los cuales el 88 % (30 691 personas) reside en el área urbana y el 12 % (4 170 personas) en el área rural. Dentro de la población urbana, el

grupo de adultos de entre 30 y 59 años considerado como población económicamente activa (PEA) representa el 36 % (11 179 habitantes), mientras que los adultos mayores de 60 años o más constituyen el 5 % (1 614 habitantes). En cuanto a la distribución por sexo, en la ciudad de Yauri el 51 % (15 696 personas) son hombres y el 49 % (14 995 personas) son mujeres, sobre un total de 30 691 habitantes (CENEPRED, 2021).

4.2. Tipo y nivel de investigación

Según el propósito de estudio la investigación fue de tipo básica, dado que su propósito principal fue ampliar el conocimiento teórico sobre la comunicación televisiva y su impacto social en contextos de crisis sanitaria, sin que ello implique la aplicación inmediata de los resultados en programas o políticas públicas.

El estudio busca comprender y analizar el fenómeno comunicacional representado por el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, en relación con las percepciones y manifestaciones del impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar. En ese sentido, no se pretende intervenir directamente en la realidad ni modificar comportamientos sociales, sino profundizar en la comprensión de las dinámicas informativas, cognitivas, emocionales y relacionales que emergieron a partir de la exposición a contenidos televisivos en un contexto de emergencia sanitaria.

Por tanto, la investigación se orienta a fortalecer el marco teórico y conceptual de los estudios de comunicación social y salud pública, aportando evidencia empírica que contribuya a futuras investigaciones o a la formulación de estrategias comunicativas más efectivas, pero sin buscar resultados aplicados o inmediatos en el corto plazo.

Vizcaíno et al. (2023), mencionan que la investigación básica, también conocida como investigación pura o fundamental, se enfoca en ampliar el conocimiento científico y teórico sobre un área determinada sin tener en cuenta su aplicación práctica inmediata. El principal objetivo de este tipo de investigación es comprender los fenómenos naturales o sociales, descubrir principios generales y establecer teorías.

El ámbito de aplicación de la investigación fue de naturaleza correlacional, debido a que ésta buscó establecer relaciones entre variables y describir la asociación o interdependencia entre ellas. Al analizar el impacto que tuvo el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" en la lucha contra el COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, en el año 2020, hallando así el grado de relación entre la presencia del programa y los cambios reflejados en el impacto social relacionado con el COVID-19 en la comunidad.

Gómez (2020), señala que los estudios correlacionales tienen como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (p. 479).

El diseño del presente estudio fue de naturaleza no experimental, ya que las variables de estudio fueron analizadas sin ningún tipo de manipulación deliberada por parte de los investigadores. La investigación se centró en observar y describir los fenómenos tal como ocurren naturalmente, sin intervenir en ellos. Recopilando datos sobre la presencia del programa, los cambios en el comportamiento de los pobladores y otros aspectos relevantes relacionados con el impacto social del COVID-19 en la comunidad.

Arias (2021), establece que los diseños no experimentales son aquellos fenómenos que son observados tal como se presenta en el contexto real, no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables de estudio (p.78).

El enfoque de estudio de la presente investigación fue de carácter mixto, combinando elementos de investigación cualitativa y cuantitativa.

En este caso se utilizó el enfoque cualitativo para describir y comprender cómo el programa de televisión "Corona Virus Manta Willaq" contribuyó en la lucha contra el COVID-19 y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri. Esto incluyó entrevistas a profundidad y la identificación de mensajes clave por parte de los entrevistados.

Para Huamán et al. (2022), el enfoque cualitativo emplea la recolección de datos no numéricos para descubrir o refinar preguntas de investigación durante el proceso de interpretación. La investigación comienza con un planteamiento del problema flexible y exploratorio, orientado a describir y comprender el fenómeno, en contraste con la rigidez del enfoque cuantitativo. En este paradigma, la revisión del marco teórico juega un rol secundario, mientras que los datos emergen progresivamente a través de análisis descriptivos de textos o temas, generando resultados con características emergentes y adaptables.

Por otro lado, se utilizó el enfoque cuantitativo para recopilar y analizar datos numéricos que permitieron medir la relación que tuvo el programa "Coronavirus Manta Willaq" en el impacto social de los pobladores de Yauri en la lucha contra la COVID-19.

Esto incluía encuestas estructuradas con preguntas cerradas recopilando así datos sobre la exposición al programa, los conocimientos adquiridos y los cambios en el comportamiento de estos.

Según Huamán et al. (2022), el enfoque cuantitativo es un paradigma de investigación que utiliza la recolección de datos numéricos y el análisis estadístico para probar hipótesis, identificando patrones de comportamiento y validando teorías. Se caracteriza por un proceso secuencial y riguroso de etapas interdependientes, que se inicia con el planteamiento preciso del problema y concluye con la presentación de resultados.

Es importante señalar que, al combinar estos enfoques, el estudio pudo obtener una comprensión más completa y profunda de cómo el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social en los pobladores del distrito de Yauri en la lucha contra el COVID-19. La investigación cualitativa ayudó a identificar y comprender los procesos y percepciones subyacentes, mientras que la investigación cuantitativa proporcionó datos numéricos y estadísticos para respaldar y generalizar los hallazgos.

Para Acosta (2023), los enfoques de investigación son un conjunto de planteamientos, sistematizados y controlados, que se encargan de orientar la resolución de un problema. pues mediante encuestas y entrevistas se podrá dar una información más precisa y detalla de las variables de estudio. El enfoque mixto permite comprender mejor el tema investigado y mezcla procedimientos en un mismo estudio de forma sistemática, expresan que la recopilación, el análisis y la integración de datos cuantitativos y cualitativos constituyen un método que se emplea cuando ninguna de las otras vías es suficiente para ofrecer una comprensión cabal del tema estudiado. Un enfoque mixto o

complementario combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos en una misma investigación (p.85).

4.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis del presente estudio estuvo constituida por los televidentes del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” del distrito de Yauri, provincia de Espinar, departamento del Cusco, quienes sintonizaron y dieron seguimiento al mencionado programa durante el año 2020. Esta unidad se definió en función del propósito central de la investigación, orientado a examinar las percepciones, comprensiones y valoraciones que este grupo de personas desarrolló respecto al impacto social del programa, atendiendo a estas, las dimensiones emocional, cognitiva y relacional derivadas de su exposición a los contenidos de televisión.

Martello (2021) considera que la unidad de análisis es el objeto social sobre el que se busca información en una investigación. Son las unidades que componen el universo de estudio de esta, pueden clasificarse en: “Individuos considerados como seres sociales, determinados productos de la acción humana, tanto de tipo material como inmaterial (por ejemplo, ideas, representaciones valorativas, normas), colectivos o grupos sociales: desde conglomerados pequeños y efímeros hasta grandes colectividades organizadas con inclusión de las sociedades globales” (p. 241).

4.4. Población de estudio

La población del distrito de Yauri estuvo constituida por 34 861 habitantes al 2020. El presente estudio tuvo como población objetivo a 30 861 (Zona Urbana) pobladores del distrito de Yauri, cifra que pudo ser determinada gracias al informe del

Centro Nacional de Estimación Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres, de acuerdo con los resultados del Censo Nacional 2017. La selección de la zona urbana se realizó debido a que los habitantes de esta área tienen una mayor probabilidad de poseer artefactos eléctricos, como televisores, lo cual les permitió sintonizar el programa televisión “Coronavirus Manta Willaq” en el distrito durante el año 2020.

Según Condori (2020), la población es el elemento accesible o unidad de análisis que pertenecen a un ámbito especial donde se desarrolló el estudio (p. 3).

4.5. Tamaño de la muestra

En cuanto al tamaño de muestra esta estuvo constituido por 379 pobladores entre varones y mujeres, televidentes y seguidores que sintonizaron el Programa “Coronavirus Manta Willaq” en el año 2020 y según Condori (2020), la muestra es aquella parte representativa de la población, con las mismas características generales de la población (p.3).

El número de pobladores seleccionados fue obtenido mediante la fórmula estadística para poblaciones finitas, presentada a continuación:

$$= \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

N = Total de la población

Z α = 1,96

p = Proporción esperada (0,5)

$$q = 1 - p (0,5)$$

$$e = \text{Error } (0,05)$$

Reemplazando los datos en la fórmula maestra:

$$n = \frac{30.691 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (30.691 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{29.475}{77.68}$$

$$n = 379.4 \cong 379$$

Para el estudio se establecieron criterios de inclusión y exclusión, si bien el impacto social de un programa televisivo puede manifestarse en distintos niveles como la recordación general, el reconocimiento institucional o la influencia directa en las percepciones y comportamientos de la audiencia, el presente estudio se enfocó en analizar el impacto percibido por los espectadores que tuvieron contacto directo con el contenido emitido.

Esta delimitación se consideró metodológicamente necesaria para garantizar la validez y pertinencia de la información, ya que la población general del distrito pudo haber estado expuesta de manera indirecta o no haber visualizado el programa, lo cual hubiera generado respuestas poco precisas o sin relación directa con el objeto de estudio. En ese sentido, la investigación se centró en los pobladores que recordaban, habían visto o poseían conocimiento directo del programa “Coronavirus Manta Willaq”, por constituir el grupo capaz de ofrecer evidencia significativa sobre las dimensiones emocional, cognitiva y relacional del impacto social.

a) Criterios de inclusión

- Pobladores de la zona urbana que hayan tenido acceso a una televisión en el 2020 para poder sintonizar el programa televisión "Coronavirus Manta Willaq".
- Pobladores que participaron activamente en el programa televisión "Coronavirus Manta Willaq", aquellos que enviaron preguntas, comentarios o participaron en actividades relacionadas con el contenido del programa.
- Pobladores que deseen participar del estudio de manera voluntaria

b) Criterios de Exclusión

- Grupo poblacional menor de 18 años
- Pobladores que no hayan sido televidentes del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en el año 2020.
- Pobladores que no desearan participar del estudio de manera voluntaria

El tamaño de la muestra inicialmente fue establecido mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas, obteniéndose un resultado de 379 participantes como ya se había mencionado anteriormente. No obstante, en la etapa de análisis se depuró información por no cumplir estrictamente los criterios de inclusión y exclusión establecidos en el estudio, obteniendo una muestra final efectiva de 327 pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco.

Esta decisión metodológica respondió a la necesidad de garantizar la pertinencia y validez de la información recolectada, incorporando únicamente a aquellos individuos que cumplieron con las condiciones de haber visualizado, recordado o poseer conocimiento directo del programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq” emitido durante el año 2020. De esta manera, se aseguró que los participantes tuvieran

vinculación real con el objeto de estudio, evitando sesgos derivados de respuestas imprecisas o de personas sin experiencia previa con el fenómeno analizado. Si bien el número final de participantes representa un 86 % del tamaño muestral inicialmente calculado, este porcentaje mantiene un nivel adecuado de representatividad, conservando la coherencia metodológica con el diseño de investigación de tipo básico y correlacional. En tal sentido, la muestra definitiva fue de 327 casos, asumida como válida y suficiente para el análisis descriptivo y correlacional de las variables propuestas.

Finalmente, para el componente cualitativo, se seleccionaron informantes clave por su contribución esencial, al entregar datos pertinentes vinculados directamente al objeto de investigación.

Entre los informantes clave consideramos a seis (6) funcionarios entre representantes de la ex DIRESA (hoy GERESA) y de la Municipalidad Provincial de Espinar, como se detalla a continuación:

Tabla 2

Representantes de la DIRESA 2019 – 2020

Nº	NOMBRE	CARGO DESPEÑADO
1.	Dr. Javier Ramírez Escobar	Médico Director de Inteligencia Sanitaria en el 2020
2.	Lic. Roy Valencia Cárdenas	Responsable de Prensa de la ex DIRESA en 2020.
3.	Dr. Frank Fred Carrillo Pino	Coordinador del Plan Covid-19, Gerencia de Desarrollo Social

Municipalidad Provincial de Espinar en
el año 2020

Tabla 3

Representantes de la Municipalidad Provincial de Espinar 2019 – 2020

Nº	NOMBRE	CARGO DESPEÑADO
1.	Ing. Werner Salcedo Álvarez	Gerente General de la Municipalidad Provincial de Espinar año 2020
2.	Econ. Víctor Samaniego Condori	Gerente de Planificación y Presupuesto de la Municipalidad Provincial de Espinar en el año 2020
3.	Lic. Yuri Ricalde Roldán	Jefe de Relaciones Públicas de la Dirección Regional de Salud en 2020

4.6. Técnicas de selección de muestra

El presente estudio empleó un muestreo no probabilístico de tipo intencional, por considerarse el procedimiento más adecuado para los fines y características de la investigación. Este tipo de muestreo se sustenta en la selección deliberada de los participantes que cumplen con criterios previamente establecidos en función de su relación directa con el fenómeno objeto de estudio.

En este caso, se seleccionaron como participantes a los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, departamento del Cusco, que recordaban, habían visualizado o poseían conocimiento directo del programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq”

emitido durante el año 2020. Esta selección intencional se basó en el supuesto que solo aquellas personas con experiencia previa y contacto efectivo con el programa podían aportar información válida, confiable y pertinente sobre las percepciones y manifestaciones del impacto social generado a partir de dicho contenido televisivo.

Gómez (2022), menciona que el muestreo no probabilístico se orienta a comprender fenómenos o procesos sociales en toda su complejidad. En este tipo de muestreo, los casos se seleccionan según criterios de representatividad estructural, de modo que cada participante refleja un nivel o categoría dentro de la estructura del fenómeno analizado. El objetivo principal es alcanzar una comprensión profunda de la realidad estudiada, generando resultados que puedan ser transferidos o aplicados a contextos similares (p. 4).

4.7. Técnicas de recolección de información

El presente estudio, tuvo como técnica la encuesta para datos cuantitativos y la entrevista para los datos cualitativos, en cuanto a los instrumentos, la primera fue elaborada mediante un cuestionario de preguntas cerradas aplicadas a 327 televidentes que sintonizaron el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en el año 2020, estos datos estuvieron relacionados a extraer información sobre las variables de estudio; por su parte, la segunda técnica fue desarrollada mediante una guía de entrevista, aquellas que fueron aplicadas a ocho (8) informantes clave, los cuales proporcionaron detalles más específicos acerca del tema en cuestión. Mediante estos instrumentos se pudo medir la influencia que tuvo el programa televisión “Coronavirus Manta Willaq” en el impacto social de los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, Cusco, en tiempos de pandemia.

Tabla 4*Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

Técnicas	Instrumentos
Encuesta: se trata de una técnica de estudio de carácter empírico y autoadministrado, aplicada a un grupo de personas con el propósito de recopilar, a través de un cuestionario, sus opiniones o percepciones sobre las causas, consecuencias, posibles soluciones y los responsables directos o indirectos del problema objeto de estudio. (Feria et al., 2020).	-Cuestionario de preguntas cerradas aplicadas a 379 televidentes del programa Corona Virus Manta Willaq.
Entrevista: es un método de carácter empírico que se fundamenta en la comunicación interpersonal entre el investigador y los participantes del estudio, con el objetivo de obtener respuestas verbales a las preguntas formuladas en torno al problema investigado. (Feria et al., 2020).	-Guía de entrevista aplicada a 8 informantes clave
Fuente: Elaboración propia.	

a) Validación de Instrumento

El instrumento fue validado a través de un proceso para asegurar su fiabilidad, donde se empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach, una medida estadística que evalúa la consistencia interna de un conjunto de datos.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Donde: α =Alfa de Cronbach

K= Numero de ítems

Vi= Varianza de cada ítem

Vt= Varianza total

Tabla 5*Rangos de interpretación del coeficiente del alfa de Cronbach*

Rango	Magnitud
0,01 a 0,20	Muy baja
0,21 a 0,40	Baja
0,41 a 0,60	Moderada
0,61 a 0,80	Alta
0,81 a 1,00	Muy alta

Nota. Extraído de Cronbach (1951)

El cuestionario desarrollado fue sometido a una evaluación estadística obteniendo una valoración de 0,964 para la variable programa de televisión y 0,968 para la variable impacto social. Como se detalla a continuación:

Tabla 6*Coeficiente de Alfa de Cronbach hallado*

	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
V1. Programa de televisión	0,964	7
V2. Impacto social	0,968	9

Nota. Resultado obtenido del Programa estadístico SPSS V.26

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Para el procesamiento y análisis de la información, se emplearon procedimientos diferenciados de acuerdo con la naturaleza de los datos obtenidos en la investigación. En el caso de la información cuantitativa, se utilizó el Programa Estadístico para las Ciencias Sociales versión 26 (SPSS V.26), el cual permitió realizar un procesamiento sistemático de los datos provenientes de los cuestionarios aplicados. A través de este software, se calcularon medidas estadísticas básicas, tales como frecuencias, porcentajes, promedios y rangos, que facilitaron la descripción general de las variables de estudio. Asimismo, se aplicaron pruebas de correlación para identificar el grado de relación existente entre las dimensiones del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” (audiencia, opinión pública y valoración del público) y las dimensiones del impacto social (emocional, cognitiva y relacional). El análisis estadístico se desarrolló considerando la naturaleza de los datos y el tipo de variables, utilizando la correlación de Pearson debido a que las variables fueron medidas en escala ordinal y no presentaron distribución normal. Los resultados fueron organizados en tablas y gráficos de distribución de frecuencias, lo que permitió interpretar de manera objetiva la relación entre las variables y contrastar las hipótesis planteadas en el estudio.

Por otro lado, para el componente cualitativo, se aplicó la técnica de análisis de contenido, que consistió en la transcripción textual de las entrevistas realizadas, seguida de un proceso de codificación por categorías y subcategorías derivadas tanto del marco teórico como de las respuestas de los participantes. Esta técnica permitió identificar patrones, coincidencias, divergencias y significados emergentes relacionados con la percepción del impacto social del programa televisivo. El análisis cualitativo posibilitó

complementar e interpretar los resultados cuantitativos desde una perspectiva más profunda y contextual, brindando una comprensión integral del fenómeno estudiado.

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

5.1. Resultados

El presente capítulo expone los resultados obtenidos en el estudio sobre el impacto social del programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq” en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar.

En primer lugar, se presenta un preámbulo descriptivo que resume la estructura, características y componentes principales del programa, con el fin de contextualizar su contenido y los elementos comunicacionales que lo conforman.

Posteriormente, se desarrollan los resultados cuantitativos derivados del análisis estadístico de los datos obtenidos de la muestra final de 327 participantes. Estos resultados permitieron identificar tendencias, niveles de impacto, percepciones y relaciones entre las variables estudiadas, los cuales se presentan mediante tablas y gráficos para facilitar su interpretación.

Finalmente, se tienen los resultados cualitativos provenientes de las percepciones, testimonios y apreciaciones recogidas durante el proceso de investigación. Este apartado complementa la información cuantitativa, ofreciendo una comprensión más profunda sobre la manera en que la comunidad interpretó, valoró y significó el programa en el contexto de la pandemia.

5.1.1. Estructura general del programa

N°	Descripción	Duración	Conducción
1.	Segmento 1: Presentación e Introducción	5 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido - Apertura con música introductoria y gráfica animada del programa. - Presentación del conductor: Dr. Frank Fred Carrillo. - Saludo inicial en español y quechua para conectar con la audiencia local. - Breve explicación de la importancia del programa y su enfoque en informar, educar y apoyar a la comunidad frente a la pandemia. - Resumen de los temas del programa del día: - Entrevista exclusiva con una enfermera líder de brigadas de salud casa por casa. - Actualización informativa sobre el COVID-19 en Espinar. - Consejos prácticos de prevención y el impacto de las brigadas en la comunidad.		
2.	Segmento 2: Entrevista con la Enfermera Líder de	10 min.	Dr. Frank Fred Carrillo

	Brigadas de Salud Casa por Casa		
	❖ Contenido - Explicación breve del trabajo de las brigadas de salud casa por casa. - Contexto sobre su importancia en el marco de la emergencia sanitaria en Espinar. - Desarrollo de la entrevista: • Preguntas clave: 1. ¿Qué son las brigadas de salud casa por casa y cómo funcionan? 2. ¿Cuántas incidencias han tenido durante sus visitas? 3. ¿Cuál es la mayor problemática que enfrentan al visitar los hogares? 4. ¿Cómo está emocionalmente la población que visitan durante la pandemia? 5. ¿Qué riesgos enfrentan las brigadas en su labor diaria? 6. ¿Qué funciones específicas cumplen y qué resultados han logrado?		

	• Participación de la audiencia: - Llamadas en vivo con preguntas o comentarios de la comunidad. - Cierre del segmento con un mensaje motivador por parte de la enfermera		
3.	Segmento 3: Actualización Informativa y Cuñas Educativas	5 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido: - Resumen de los casos de COVID-19 en la provincia de Espinar. - Nuevas disposiciones y recomendaciones del gobierno local. - Inserción de cuñas educativas bilingües (quechua y español) sobre: - Uso correcto de mascarillas. - Lavado de manos efectivo. - Distanciamiento social.		
4.	Segmento 4: Entrevista con el Dr. Javier Ramírez, Director de Inteligencia Sanitaria de DIRESA	10 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido: - Introducción del segmento con una breve descripción del rol del Dr. Ramírez en la lucha		

	contra la pandemia en la región. - Desarrollo de la entrevista: • Preguntas clave: 1. ¿Cuál es la situación actual del COVID-19 en Espinar y zonas aledañas? 2. ¿Qué estrategias están siendo más efectivas en la región? 3. ¿Cómo se coordina la atención en las comunidades rurales más alejadas? 4. ¿Qué desafíos enfrenta el sistema de salud local durante la pandemia? - Inclusión de preguntas de la audiencia a través de llamadas telefónicas.		
5.	Segmento 5: Prevención y Educación Comunitaria	5 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido: - Explicación del Dr. Frank sobre las principales medidas preventivas: 1. ¿Qué hacer si alguien presenta síntomas de COVID-19? 2. ¿Cómo proteger a los adultos mayores y a los niños? - Importancia de cumplir con el calendario de		

	vacunación. - Inserción de videos y cuñas educativas que refuercen las recomendaciones del segmento.		
6.	Segmento 6: Pausa propagandística de la MPE y de la DIRESA	5 min	
	- Cuñas y anuncios publicitarios alcanzados por las oficinas de Relaciones Públicas tanto de la Municipalidad Provincial de Espinar como de la ex DIRESA sobre acciones respecto a la lucha contra la COVID-19, en el ámbito provincial y distrital.		
7.	Segmento 7: Historias de la Comunidad y Visitas de Brigadas	15 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido: - Reportaje grabado mostrando las visitas de las brigadas de salud casa por casa. - Testimonios de las familias que han recibido apoyo durante estas visitas. - Comentarios de la audiencia a través de llamadas telefónicas o mensajes grabados.		
8.	Cierre del Programa	5 min	Dr. Frank Fred Carrillo
	❖ Contenido:		

	- Resumen de los temas tratados durante el programa. - Agradecimiento a los invitados: la enfermera líder de brigadas y el Dr. Javier Ramírez. - Agradecimiento al público por su sintonía. - Invitación para el próximo programa con un adelanto de los temas a tratar. - Despedida en español y quechua. - Créditos finales con música de cierre		
--	---	--	--

Fuente: Elaboración propia.

➤ **Resumen del programa**

1. Presentación e Introducción:	5 minutos
2. Entrevista a la Enfermera Líder:	10 minutos
3. Actualización Informativa y Cuñas Educativas:	5 minutos
4. Entrevista al Dr. Javier Ramírez:	10 minutos
5. Prevención y Educación Comunitaria:	5 minutos
6. Pausa propagandística de la MPE y de la DIRESA	5 minutos
7. Historias de la Comunidad y Visitas de Brigadas:	15 minutos
8. Cierre del Programa:	5 minutos
Total:	60 minutos

➤ **Estrategias de Producción y Transmisión**

Producción

- Guión dinámico: Adaptado al nivel sociocultural de la población y revisado por expertos.
- Diseño gráfico: Uso de infografías y videos explicativos.
- Producción: Karerina Bayona y Katherine Mendoza

➤ **Canales de Transmisión**

- Televisión Local: Emisión en Televisión Municipal, Canal 5 de Espinar.

- Redes Sociales: Transmisión en vivo del programa en Pagina Facebook del Canal 5 de Espinar.

➤ **Cronograma**

- Fase 1, (4 semanas): Preproducción (guiones, grabación de pilotos, ajustes técnicos).
- Fase 2, (26 semanas, 6 meses): Transmisión diaria y retroalimentación constante.
- Fase 3, (4 semanas): Evaluación y planificación de mejoras.

➤ **Indicadores de Evaluación**

- Audiencia: Número de espectadores y comentarios en plataformas digitales.
- Impacto Conductual: Incremento en el uso de mascarillas y prácticas de higiene (medido mediante encuestas).
- Participación Comunitaria: Aumento en llamadas, mensajes y colaboraciones de líderes locales.

➤ **Recursos**

- Humanos: Presentadores, equipo técnico, consultores en salud.
- Materiales: Cámaras, software de edición, gráficas educativas, set de televisión.
- Financieros: Presupuesto para producción y transmisión, alquiler de espacio de repetidora del canal municipal, y equipo de producción.

➤ **Conclusión**

El programa “Coronavirus Manta Willaq” se posicionó como una herramienta clave para informar y sensibilizar a la población de Yauri, Espinar. Su enfoque culturalmente adaptado y su contenido técnico garantizaron que la información sea comprensible, confiable y relevante, promoviendo una respuesta comunitaria efectiva frente a la pandemia.

Ficha técnica del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq"

Eslogan:

- Informamos nuestro trabajo diario de las brigadas de Salud y medidas preventivas para el Covid - 19

Nombre del programa:

- “Coronavirus Manta Willaq”

Nombre del colectivo productor:

- Gerencia de Desarrollo Social - Municipalidad Provincial de Espinar

Conducción:

- Frank Fred Carrillo – Médico general de la Municipalidad Provincial de Espinar.

Misión del programa:

- El programa “Coronavirus Manta Willaq” informa de manera clara, oportuna y culturalmente pertinente sobre las acciones diarias de las brigadas de salud y las medidas preventivas frente al Covid-19 en Yauri, provincia de Espinar. A través de contenidos en quechua y castellano, fortalece la confianza de la población en el

sistema de salud, promueve el autocuidado comunitario y contribuye a reducir el impacto social y sanitario de la pandemia en una de las zonas más vulnerables del sur andino.

Visión del programa:

- El programa “Coronavirus Manta Willaq” aspira a convertirse en un referente de comunicación intercultural en salud pública, fortaleciendo el vínculo entre las comunidades andinas y los servicios de salud. Busca consolidar una ciudadanía informada, empoderada y capaz de enfrentar crisis sanitarias con responsabilidad colectiva, solidaridad y conocimiento adaptado a su realidad sociocultural.

Objetivos del programa:

1. **Informar diariamente** a la población de Yauri, en quechua y castellano, sobre las acciones de las brigadas de salud y las medidas preventivas frente al Covid-19.
2. **Fortalecer la confianza comunitaria en el sistema de salud** mediante la difusión de testimonios, campañas y resultados de intervenciones locales.
3. **Promover prácticas de autocuidado y prevención** del contagio, respetando los saberes ancestrales y las particularidades culturales de la población andina.
4. **Combatir la desinformación** y los rumores relacionados con el Covid-19 a través de contenidos verificados, accesibles y basados en evidencia científica.
5. **Fomentar la participación ciudadana en la vigilancia comunitaria de la salud**, impulsando la corresponsabilidad frente a la pandemia en contextos rurales y de alta vulnerabilidad.

Formato:

- “Coronavirus Manta Willaq” fue un programa televisivo informativo de formato magazine comunitario, que combinaba informes breves, entrevistas, cápsulas educativas y reportes sobre el trabajo de las brigadas de salud y las medidas preventivas contra el Covid-19 en la provincia de Espinar. Se transmitió en idioma castellano, sin embargo hay fragmentos que fueron traducidos o mencionados en quechua, priorizando la accesibilidad lingüística y cultural de las comunidades andinas.

Duración:

- 60 minutos
- Se incluyó una pausa propagandística intermedia.

Frecuencia y emisión:

- De lunes a viernes, de 6:00 p.m. a 7:00 p.m.

Canal 5 – Televisión Municipal (Yauri-Espinar)

Plataformas de difusión adicional:

- Facebook de la Municipalidad Provincial de Espinar

Público objetivo:

- El programa “Coronavirus Manta Willaq” fue dirigido principalmente a la población rural y urbano-marginal de Yauri, en la provincia de Espinar, Cusco, con énfasis en

comunidades que enfrentan barreras de acceso a la información oficial sobre salud pública.

Este público se caracterizaba por:

- Uso predominante del quechua como lengua materna, con competencias variables en castellano.
- Limitado acceso a Internet, por lo que dependen principalmente de la televisión local o radios comunitarias para informarse.
- Alto nivel de vulnerabilidad sanitaria y económica, lo que exigía mensajes claros, prácticos y culturalmente apropiados.
- Presencia de adultos mayores, mujeres cuidadoras y jóvenes líderes comunales, quienes son agentes clave para multiplicar la información y adoptar medidas preventivas.
- Tener desconfianza inicial hacia el sistema de salud y proliferación de mitos o creencias locales sobre la enfermedad, lo que hacía necesaria una comunicación empática y basada en la interculturalidad.

Producción técnica:

- La producción técnica del programa Coronavirus Manta Willaq estuvo a cargo de la Gerencia de Desarrollo Social de la Municipalidad Provincial de Espinar, que coordinó los aspectos logísticos, audiovisuales y de difusión en estrecha articulación con el sector Salud el departamento de Imagen Institucional de la misma entidad. Esta gerencia, en coordinación con los comunicadores de la municipalidad asumió la responsabilidad de garantizar la calidad de los contenidos, el enfoque intercultural y la accesibilidad del programa, como parte de su compromiso con la protección de la

salud pública y la información ciudadana durante la emergencia sanitaria por el Covid-19.

Duración del proyecto:

- Temporada del año 2020

Ideas fuerza del programa “Coronavirus Manta Willaq”

1. La salud es tarea de todos: la prevención empieza en casa y se fortalece con la participación activa de la comunidad.
2. Las brigadas no descansan: cada día, personal de salud recorría zonas urbanas y rurales para proteger la vida de todos.
3. Informar salva vidas: la información clara, oportuna y en quechua empodera a la población frente al virus.
4. La cultura también cuida: el conocimiento ancestral y las prácticas tradicionales pueden convivir con la ciencia y fortalecer la respuesta comunitaria.
5. El virus no discrimina, pero sí golpea más a los vulnerables: proteger a los adultos mayores, enfermos crónicos y niños, es responsabilidad colectiva.
6. La desinformación enferma: los mitos y rumores ponen en riesgo la salud; contrastar la información es una forma de cuidado.
7. Vacunarse es un acto de amor comunitario: no solo te protege a ti, sino a quienes te rodean.
8. Desde Espinar, damos ejemplo: el esfuerzo de nuestras comunidades puede inspirar a otras regiones.

9. Quechua rimaymanta yachay: aprender en nuestra lengua fortalece la identidad y salva vidas.
10. La pandemia nos cambia, pero también nos une: la solidaridad y la organización comunal son nuestras mejores defensas.

5.1.2. Datos cuantitativos

En el estudio, con el propósito de facilitar la comprensión e interpretación de los resultados obtenidos, se presenta un cuadro de definiciones que delimita conceptualmente las categorías de audiencia, opinión pública y valoración del público. Esta distinción resulta necesaria para precisar el alcance analítico de cada dimensión considerada en el estudio, evitando ambigüedades conceptuales y asegurando coherencia entre los resultados expuestos y el marco teórico que los sustenta. De este modo, el cuadro permite contextualizar los hallazgos y comprender con mayor claridad los criterios utilizados para el análisis del impacto social del programa televisivo.

Tabla 7*Cuadro de definiciones: Audiencia, Opinión pública y Valoración del público*

N°	Descripción
Audiencia	Opinión pública
Valoración del público	
Se refiere al grupo de personas que consumen o ve un programa televisivo o cualquier otro medio de comunicación. Estas personas pueden ser espectadores de televisión, oyentes de radio, lectores de periódicos o usuarios de plataformas en línea (Bergillos, 2015).	Se entiende como la construcción colectiva de percepciones y juicios sociales sobre asuntos de interés común, expresada a partir de la agregación de opiniones individuales de ciudadanos libres e iguales. Estas percepciones permiten identificar niveles de confianza, importancia e influencia atribuidos a una iniciativa o fenómeno social (Aguilar, 2017).
	Se entiende como el proceso mediante el cual la audiencia evalúa, legitima y otorga sentido a los contenidos televisivos, no solo a partir de su consumo, sino también mediante su nivel de implicación, participación e identificación con los mensajes difundidos (Azurmendi et al., 2015)

La Tabla N° 7, establece una distinción conceptual entre las categorías de audiencia, opinión pública y valoración del público, las cuales orientan el análisis de los resultados del estudio. En relación con el programa televisivo “Coronavirus Manta Willaq”, la audiencia se refiere al conjunto de personas que consumieron el programa, permitiendo identificar a quiénes llegó la transmisión y sus características generales. La opinión pública se entiende como la construcción colectiva de percepciones sociales expresadas por los televidentes respecto a la confianza, importancia e influencia del programa en la comunidad. Por su parte, la valoración del público alude al juicio evaluativo que realiza la audiencia sobre el contenido del programa,

considerando aspectos como el nivel de satisfacción, la relevancia temática, la calidad del contenido y la identificación con los mensajes difundidos. Esta diferenciación resulta fundamental para una interpretación precisa de los resultados, ya que permite analizar separadamente el alcance del programa, su percepción social y la evaluación que los pobladores realizan del producto comunicativo.

A continuación, se presentan los resultados de la prueba de normalidad, aplicada con la finalidad de evaluar la distribución de los datos correspondientes a las variables del estudio. Este análisis permitió determinar el comportamiento estadístico de la información recolectada y establecer la pertinencia de las técnicas de análisis empleadas en el procesamiento de los datos, garantizando así la rigurosidad metodológica del estudio.

Tabla 8*Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Programa de televisión Coronavirus Manta Willaq	0,240	327	0,000	0,889	327	0,000
Impacto social	0,198	327	0,000	0,900	327	0,000

Fuente: Resultados obtenidos del Software SPSS V. 26

En la tabla N° 8, se presentan los grados de significancia correspondientes a ambas variables de estudio. De acuerdo con la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se observa que el valor de significancia es menor a 0,05 ($p = 0,00 < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula de normalidad. En consecuencia, se concluye que los datos no siguen una distribución normal.

No obstante, debido a que la muestra fue suficientemente amplia ($n = 327$) y las variables mostraron una tendencia lineal, se decidió utilizar el coeficiente de correlación de Pearson. Este estadístico resulta robusto frente a desviaciones moderadas de normalidad en muestras grandes, por lo que su aplicación se consideró metodológicamente pertinente para evaluar la relación entre las variables del estudio.

Flores y Flores (2021), precisa que la prueba de Kolmogorov-Smirnov se emplea para evaluar la normalidad de los datos recolectados, siendo adecuada para muestras de más de 50 datos. Por otro lado, la prueba de Shapiro-Wilk es recomendada para muestras de hasta 50 datos.

Ambas pruebas buscan determinar si existen pruebas suficientes para rechazar la hipótesis nula de distribución normal de los datos.

5.1.2.1. Características generales de la población

Tabla 9

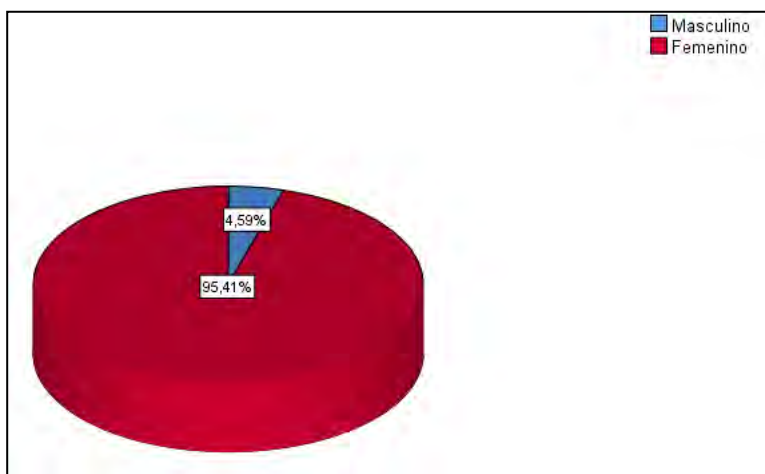
Género de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	15	4,6 %
	Femenino	312	95,4 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

Género de los encuestados

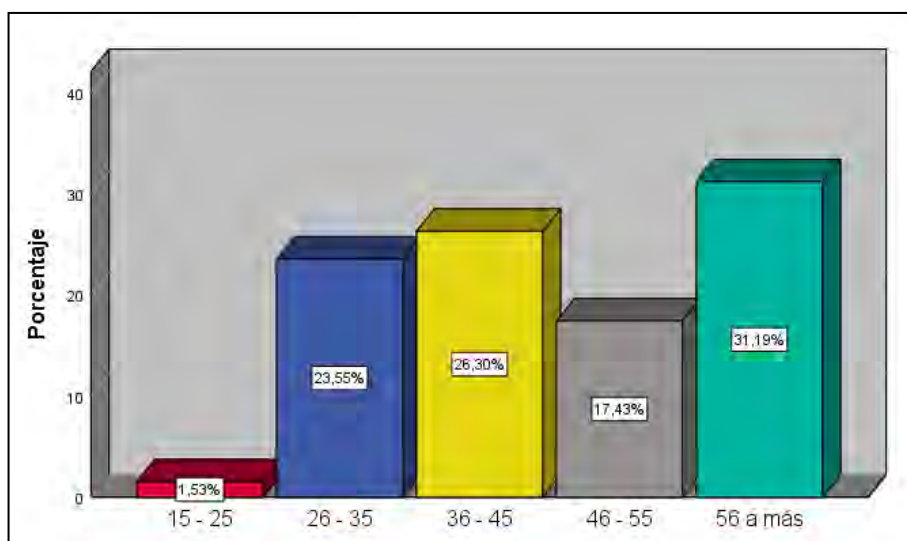


Fuente: Elaboración propia

La tabla N° 9 y la figura N° 3 contienen información relevante sobre el género de los encuestados dentro de una muestra total de 327 individuos. La categoría "Masculino", está representado por el 4.6% del total de la muestra, mientras que en la categoría "Femenino" abarca el 95.4% restante.

Tabla 10*Edad de los encuestados*

	Frecuencia	Porcentaje
Válido		
15 - 25	5	1,5 %
26 - 35	77	23,5 %
36 - 45	86	26,3 %
46 - 55	57	17,4 %
56 a más	102	31,2 %
Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.**Figura 4***Edad de los encuestados***Fuente:** Elaboración propia.

La tabla N° 10 y figura N° 4, proporcionan una visión detallada de la distribución de edades dentro del grupo de 327 individuos. En el rango de 15 a 25 años, se encuentran 5 individuos, lo que representa el 1.5 % de la muestra. El grupo de 26 a 35 años, con 77 individuos, abarca el 23.5 % del total. Dentro del rango de 36 a 45 años, hay 86 individuos,

representando el 26.3 % de la muestra. El grupo de 46 a 55 años contiene 57 individuos, lo que corresponde al 17.4 % del total. Finalmente, el grupo de 56 años a más tiene 102 individuos, lo que representa el 31.2 % de la muestra, constituyéndose en el más numeroso.

Tabla 11

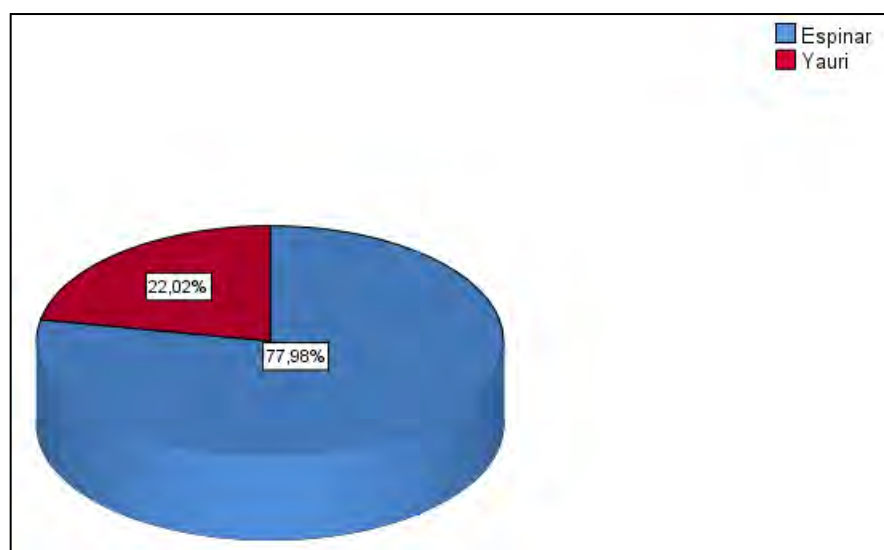
Lugar de procedencia de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Espinar	255	78,0 %
	Yauri	72	22,0 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

Lugar de procedencia de los encuestados



Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 11 y figura N° 5, se evidencia la distribución de individuos tanto de Espinar como Yauri, dentro del conjunto de 327 personas. Considerando que se designa como Espinar al

resto de distritos de la provincia (Condoroma, Coporaque, Ocoruro, Pallpata, Pichigua, Suykutambo y Alto Pichigua) y a Yauri, como el distrito capital. La figura 5, muestra que el mayor número de encuestados proceden de los siete distritos reseñados, es decir con 255 personas, lo que representa al 78,0 % del total. Y Yauri, con 72 individuos, representando el 22,0 % restante.

5.1.2.2. Variable programa de televisión

Tabla 12

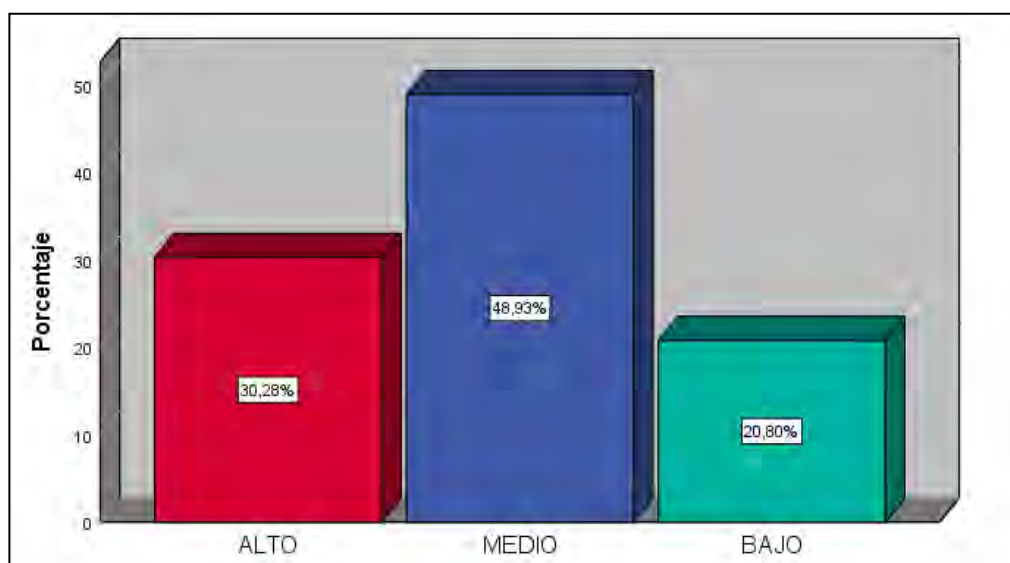
Variable programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	99	30,3 %
	MEDIO	160	48,9 %
	BAJO	68	20,8 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

Variable programa de televisión Coronavirus Manta Willaq



Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 12 y figura N° 6 presentan los resultados obtenidos sobre la variable Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, la cual evalúa la apreciación global de los pobladores del distrito de Yauri respecto a dicho programa, considerando aspectos vinculados a la audiencia, la opinión pública y la valoración del público. De acuerdo con los datos, el 48,9 % de los encuestados manifestó un nivel medio de valoración global del programa, seguido de un 30,3 % que expresó un nivel alto y un 20,8 % que indicó un nivel bajo.

Los resultados evidencian que el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” alcanzó un nivel medio de valoración general entre los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, Cusco. Este hallazgo sugiere que el programa tuvo una presencia comunicativa significativa pero moderada dentro de la comunidad, siendo percibido como un espacio informativo relevante durante la pandemia de la COVID-19, aunque sin lograr un nivel de aceptación plenamente extendido en toda la población

5.1.2.3. Dimensión sobre la audiencia

1. Ud. ¿Conoció el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, que fuera transmitido en el año 2020 por el canal 5 de la Televisora Municipal de Espinar

Tabla 13

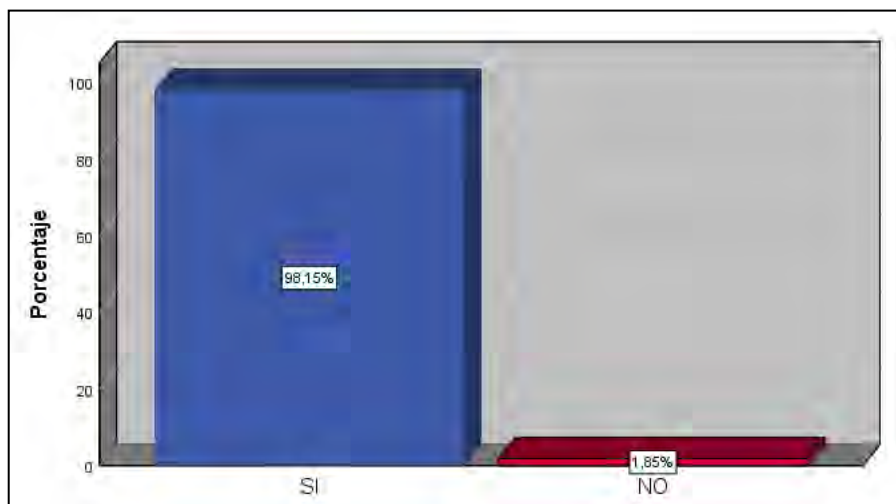
Alcance del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	372	98,2 %
	NO	7	1,8 %
	Total	379	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7

Alcance del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 13 y figura N° 7, se observa que, de las 379 personas de la muestra, 372 afirmaron conocer el programa, mientras que solo 7 indicaron no estar familiarizados con él. Al analizar los porcentajes, se observa que el 98,2 % de los encuestados declararon conocer el programa, lo que refleja una amplia difusión y reconocimiento entre la muestra. Por otro lado, el 1,8 % admitió no haber tenido conocimiento de la emisión del programa.

2. Ud. ¿Fue televidente del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq?

Tabla 14

Cobertura del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	SI	327	86,3 %
	NO	45	11,9 %
	NS/NR	7	1,8 %
	Total	379	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Cobertura del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 14 y figura N° 8, se puede observar que la mayoría de los encuestados, fueron televidentes del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, con un 86,3 %, mientras que un 11,9 % mencionaron que no lo vieron. Un pequeño porcentaje, el 1,8 %, no pudo confirmar si vio el programa o prefirió no responder. Estos datos sugieren un alto nivel de audiencia para el programa en cuestión, con una proporción significativa de la muestra sintonizando el programa durante su emisión en el año 2020.

3. Ud. ¿Cómo se enteró del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”?

Tabla 15

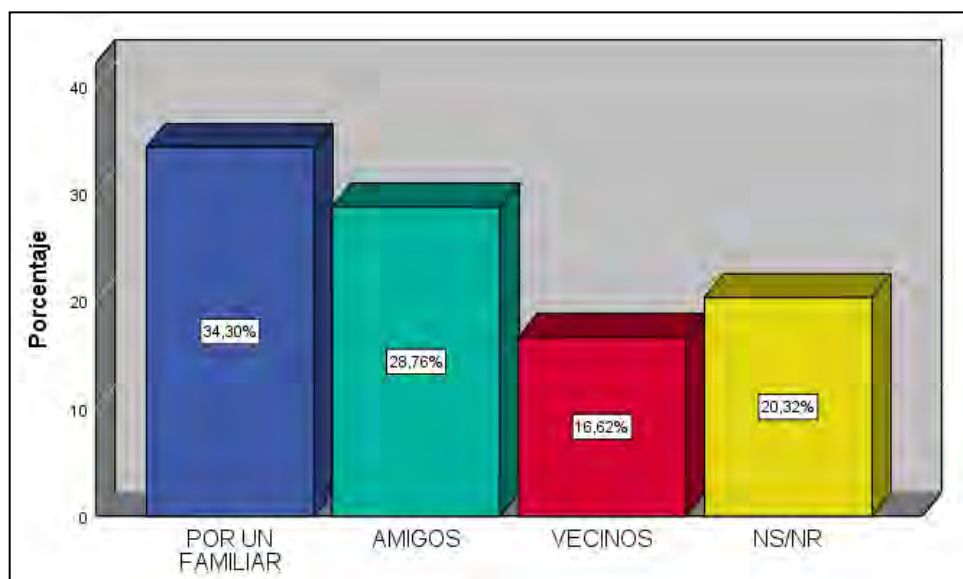
Fuentes de difusión del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq

		Frecuencia	Porcentaje
	Por un familiar	130	34,3 %
	Amigos	109	28,8 %
	Vecinos	63	16,6 %
Válido	NS/NR	77	20,3 %
	Total	379	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Fuentes de difusión del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 15 figura N° 9 relacionada a las fuentes de difusión del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq". Un 34,3 % mencionó que fue a través de un familiar; un 28,8 % se enteró por amigos, y un 16,6 % lo supo gracias a vecinos. Por otro lado, el 20,3 % no pudo especificar cómo accedió a la información.

5.1.2.4. Dimensión opinión publica

Tabla 16

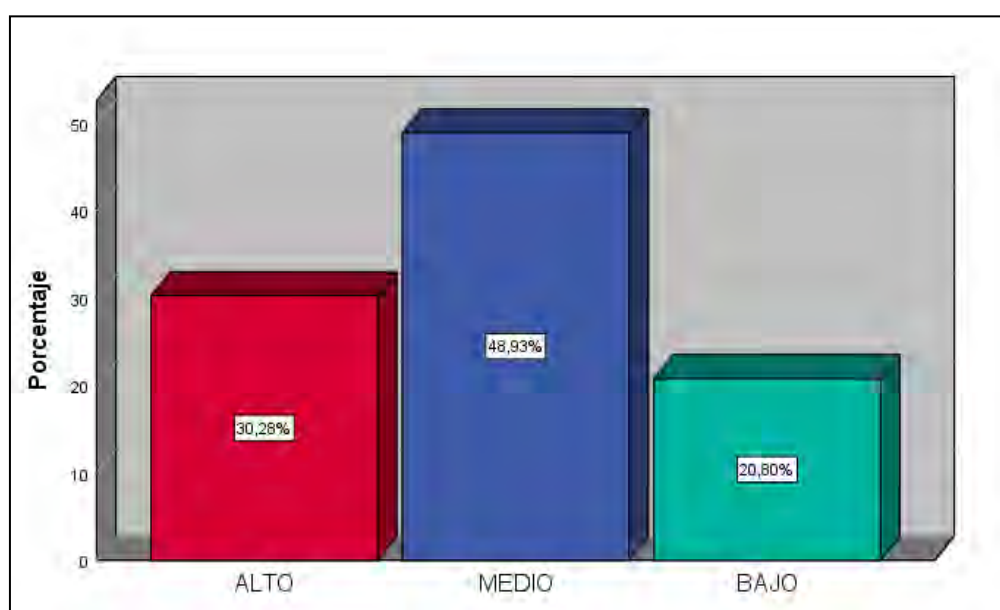
Dimensión opinión pública

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	99	30,3 %
	MEDIO	160	48,9 %
	BAJO	68	20,8 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Dimensión opinión pública



Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 16 y figura N° 10 muestran los resultados obtenidos respecto a la dimensión opinión pública de la variable Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”. Los datos evidencian que el 48,9 % de los encuestados manifestó un nivel medio de opinión pública en relación con la confianza y reconocimiento social, seguido del 30,3 % con un nivel alto y del 20,8 % con un nivel bajo.

Los resultados permiten concluir que la opinión pública respecto al programa “Coronavirus Manta Willaq” fue predominantemente de nivel medio, lo que sugiere una confianza y reconocimiento social moderados, acompañados de satisfacción parcial e influencia limitada. Este hallazgo evidencia que el programa cumplió parcialmente su función comunicativa, generando un impacto positivo en la población, aunque sin consolidarse plenamente como el principal referente informativo durante la crisis sanitaria.

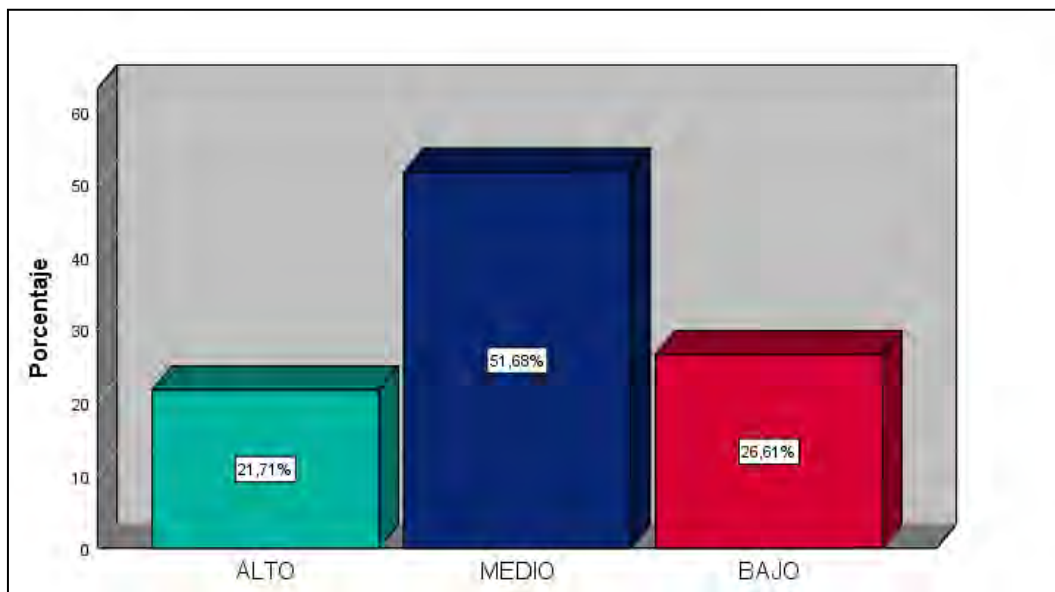
5.1.2.5. Dimensión valoración del público

Tabla 17

Dimensión valoración del público

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	71	21,7 %
	MEDIO	169	51,7 %
	BAJO	87	26,6 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11*Dimensión valoración del público***Fuente:** Elaboración propia.

La tabla N° 17 y figura N° 11 muestra los resultados correspondientes a la dimensión valoración del público de la variable “Programa de televisión Coronavirus Manta Willaq”. Los datos revelan que el 51,7 % de los encuestados presentó un nivel medio de valoración en relación con la relevancia de sus temas, la calidad del contenido y la disposición a recomendarlo durante la pandemia de la COVID-19, seguido del 26,6 % que manifestó un nivel bajo, y del 21,7 % que reportó un nivel alto.

Los resultados evidencian que el programa “Coronavirus Manta Willaq” se presentó temas relevantes y de interés comunitario, aunque no de forma constante o plenamente satisfactoria. Esto implica que el programa cumplió parcialmente con las

expectativas del público en cuanto a relevancia, calidad y recomendación, consolidándose como un espacio informativo útil, aunque con un impacto perceptivo intermedio dentro de la comunidad de Yauri.

5.1.2.6. Variable Impacto social

Tabla 18

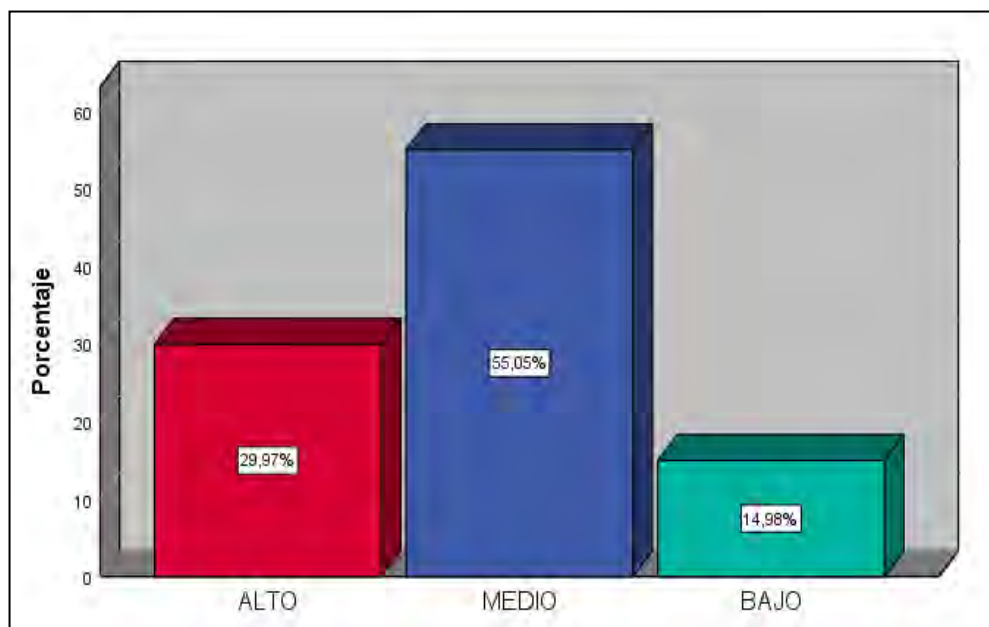
Impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	98	30,0 %
	MEDIO	180	55,0 %
	BAJO	49	15,0 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12

Impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 18 y figura 12, se puede apreciar la distribución de la variable impacto social relacionada al programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" la cual fue medida en tres categorías: alto, medio y bajo. Según los datos, se observa que el 30,0 % de los encuestados, equivalente a 98 personas, mostraron un impacto social “Alto” en relación con el programa. Por otro lado, el 55,0 % de los encuestados, representado por 180 personas, evidenciaron un impacto social “Medio”. Y un 15,0 % de los encuestados, es decir, 49 personas, mostraron un impacto social “Bajo” relacionado al programa de televisión.

5.1.2.7. Impacto emocional

Tabla 19

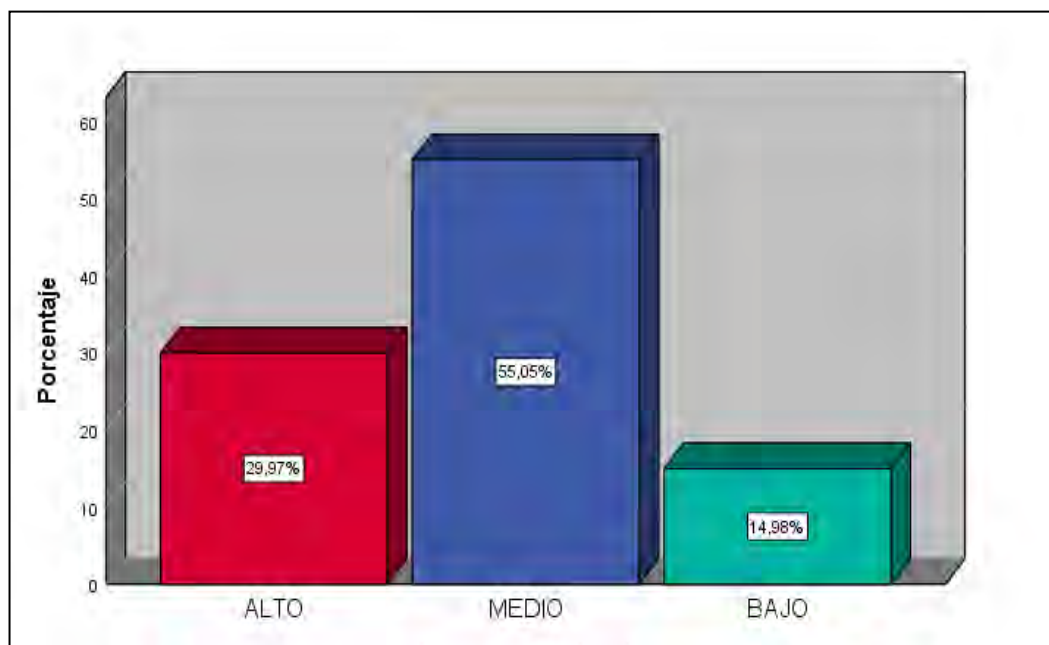
Impacto emocional del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	98	30,0 %
	MEDIO	180	55,0 %
	BAJO	49	15,0 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 13

Impacto emocional del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla N° 19 y figura N° 13, se presenta la distribución del impacto emocional que generó el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq". Según los datos analizados, se observa que el 30,0 % de los encuestados, equivalente a 98 personas, muestran un impacto emocional “Alto” relacionado al programa. Por otro lado, el 55,0 % de los encuestados, representado por 180 personas, manifiestan un impacto emocional “Medio”. Y un 15,0 % de los encuestados, es decir, 49 personas, manifiestan un impacto emocional “Bajo” en relación con el programa.

5.1.2.8. Impacto cognitivo

Tabla 20

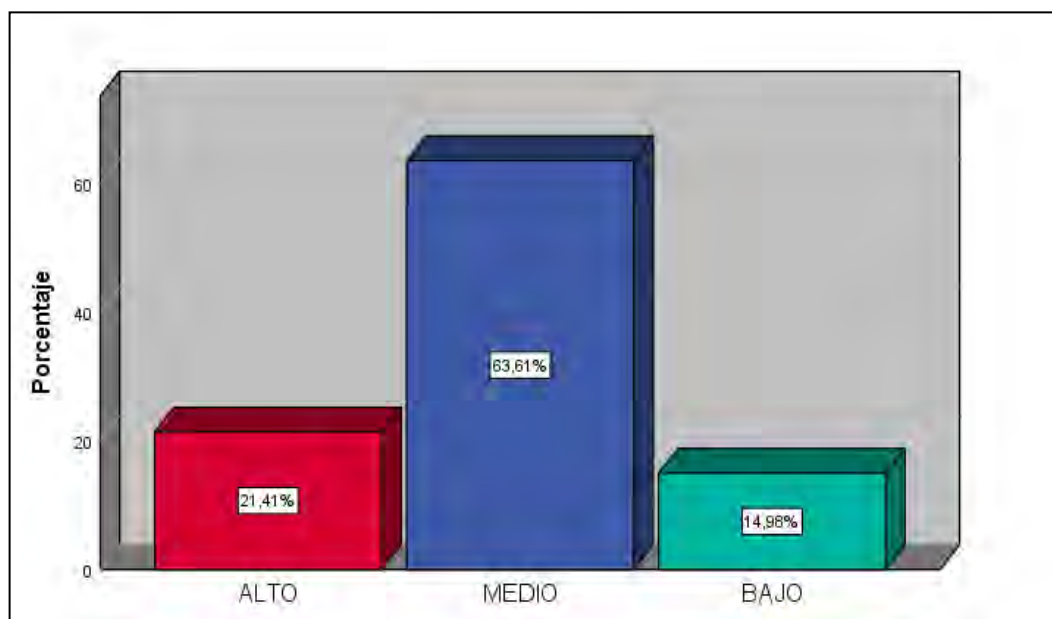
Impacto cognitivo del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	70	21,4 %
	MEDIO	208	63,6 %
	BAJO	49	15,0 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 14

Impacto cognitivo del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq



Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 20 figura N° 14, muestra la distribución del impacto cognitivo del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq". Según los datos

presentados, el 21,4 % de los encuestados, que corresponde a 70 personas, evidencian un impacto cognitivo “Alto”. Por otro lado, el 63,6 % de los encuestados, representado por 208 personas, manifiestan un impacto cognitivo “Medio”. Finalmente, el 15,0 % de los encuestados, es decir, 49 personas, demuestran un impacto cognitivo “Bajo” en relación con el programa de televisión.

5.1.2.9. Impacto relacional

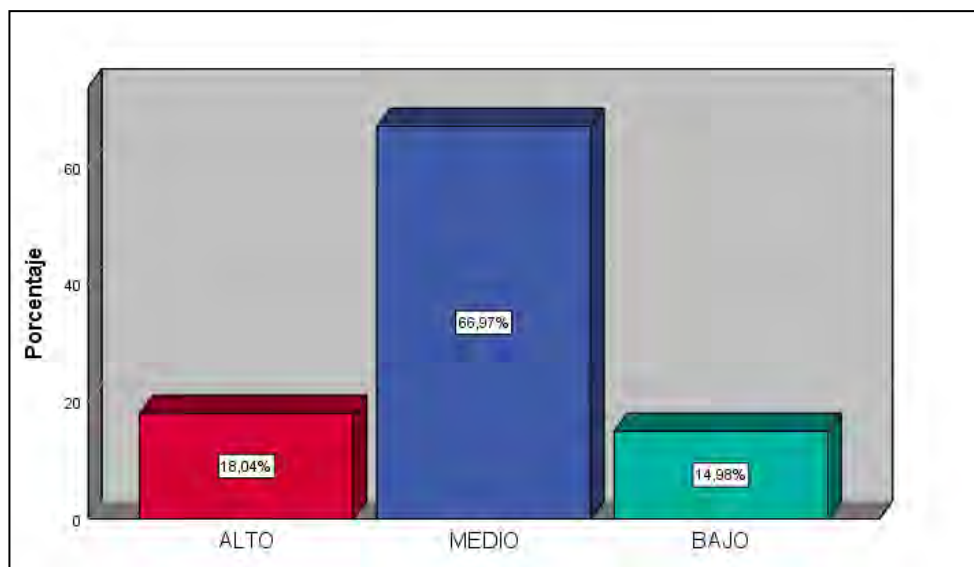
Tabla 21

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	59	18,0 %
	MEDIO	219	67,0 %
	BAJO	49	15,0 %
	Total	327	100,0 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15

Impacto relacional del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”



Fuente: Elaboración propia.

La tabla N° 21 figura N° 15, presenta la distribución del impacto relacional del programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq". Según los datos analizados, el 18,0 % de los encuestados, equivalente a 59 personas, considera que el impacto relacional del programa es “Alto”. Por otro lado, el 67,0 % de los encuestados, representado por 219 personas, manifiesta un impacto relacional “Medio”. Y con un 15,0 % de los encuestados, es decir, 49 personas, se evidencia un impacto relacional “Bajo” del programa respectivamente.

5.1.2.10. Dimensión opinión pública e impacto social

Tabla 22

Opinión pública relacionada al impacto social del programa de televisión

		Dimensión Opinión pública	Impacto social
Dimensión Opinión pública	Correlación de Pearson	1	0,797**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	327	327
Impacto social	Correlación de Pearson	0,797**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	327	327
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

“Coronavirus Manta Willaq”

En la tabla N° 22, se observa los resultados de la correlación de Pearson entre la dimensión opinión pública relacionado al programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, y la variable impacto social. La correlación registra un valor de significancia de 0,797, lo que indica una correlación positiva fuerte entre esta dimensión y la variable de estudio. Considerando esta con un grado de significancia de $0,00 < 0,05$, lo que sugiere que la relación no es aleatoria, sino que existe una asociación significativa entre ellas. Con ello se confirma que los cambios en la opinión pública estarán vinculados con el impacto social, y viceversa.

5.1.2.11. Dimensión valoración del público e impacto social

Tabla 23

Valoración del público relacionada al impacto social del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”

		Dimensión	
		Valoración del público	Impacto social
Dimensión	Correlación de Pearson	1	0,811**
Valoración	Sig. (bilateral)		0,000
del público	N	327	327
Impacto	Correlación de Pearson	0,811**	1
social	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	327	327
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

En la tabla N° 23 se evidencia los resultados de la correlación de Pearson entre la dimensión valoración del público relacionado al programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” y la variable impacto Social. Con estos resultados se puede observar que la dimensión valoración del público muestra una correlación de Pearson de 0,811 con el impacto social, lo que indica una correlación positiva muy fuerte entre ellas. Esta correlación es altamente significativa con un nivel de significancia de $0.00 < 0.05$, estos resultados sugieren que la forma en que el público valora algo está estrechamente relacionado con el impacto social y viceversa.

5.1.2.12. Variable programa de televisión e impacto social

Tabla 24

Programa de televisión Coronavirus Manta Willaq y su relación con el impacto social

		Programa de televisión Coronavirus Manta Willaq	Impacto social
Programa de televisión Coronavirus Manta Willaq	Correlación de Pearson	1	0,837**
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	327	327
Impacto social	Correlación de Pearson	0,837**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N	327	327
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

En la tabla N° 24, muestra que el programa de televisión Coronavirus Manta Willaq tiene una correlación de Pearson de 0,837 con el impacto social. Esta correlación positiva muy fuerte con un nivel de significancia de $0,00 < 0,05$, lo que sugiere una relación significativa y coherente entre estas dos variables. Estos resultados indican que el programa en cuestión tiene un impacto directo en la sociedad, y viceversa. Esto sugiere que la emisión y recepción del programa “Coronavirus Manta Willaq” están estrechamente relacionadas con su impacto en la sociedad, lo que destaca su relevancia y posible influencia en la percepción y comportamiento social.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ENCUESTA

Estimado Sr.(a).

Recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad el siguiente cuestionario de preguntas que tiene por finalidad recoger la información para la realización del proyecto: “Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en la lucha contra la Covid – 19 y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco 2020”. Estos datos se utilizarán de manera discreta y solo serán usados con fines de investigación.

Agradecemos su valiosa colaboración la cual será de mucha utilidad para el desarrollo de la presente investigación.

1. Ud. Fue televidente del programa Coronavirus Manta Willaq transmitida en el año 2020:

1. (SI) 2. (NO)

Si la respuesta es “No” finalizar la encuesta

PROGRAMA DE TELEVISIÓN					
DATOS PERSONALES					
P2: Sexo		P3: Edad	P4: Procedencia		
1. (M) 2. (F)					
A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones, seleccione la opción que mejor represente su opinión en una escala del 1 al 4: Donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 4 Totalmente de acuerdo.					
D2	❖ OPINIÓN PÚBLICA	ESCALA DE MEDICIÓN			
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		(1)	(2)	(3)	(4)
P5	Considera Ud. ¿Qué la información proporcionada por el programa “Coronavirus Manta Willaq” generó un nivel de confianza adecuado en la población con respecto a la información relacionada con la salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
P6	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de importancia significativo para mantener informado(a) a la población sobre temas relevantes para la salud durante la pandemia de la Covid - 19?	1	2	3	4
P7	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de satisfacción relevante en cuanto a la calidad de la información proporcionada durante la pandemia de la Covid - 19?	1	2	3	4
P8	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de influencia significativo en la conciencia de la comunidad sobre la importancia de seguir las pautas de salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
D3	❖ VALORACIÓN DEL PÚBLICO	(1)	(2)	(3)	(4)
P9	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo relevancia en temas relacionados a la salud para la comunidad durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4

P10	Considera Ud. ¿Qué la calidad del contenido proporcionada por el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” fue eficiente?	1	2	3	4
P11	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” proporcionó relevancia a las medidas preventivas y concientización de manera efectiva durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
IMPACTO SOCIAL					
D1	❖ EMOCIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN			
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		(1)	(2)	(3)	(4)
P12	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” contribuyó a la reducción de la ansiedad y estrés durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P13	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” logró un bienestar subjetivo y satisfacción del espectador en cada transmisión durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P14	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" fue útil para la autogestión de la salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
D2	❖ COGNITIVO	(1)	(2)	(3)	(4)
P15	Considera Ud. ¿Qué los conocimientos adquiridos del programa "Coronavirus Manta Willaq" relacionadas a las vacunas, medicamentos y lavado de manos fue útil para la prevención durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P16	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” le ayudó a desarrollar un pensamiento reflexivo al proporcionarle herramientas y estrategias para observar la veracidad y confiabilidad de la información durante la pandemia de la Covid -19?	1	2	3	4
	Considera Ud. ¿Qué el programa de				

P17	televisión “Coronavirus Manta Willaq” le motivó desarrollar acciones basadas en el conocimiento adquirido para prevenir la Covid -19?	1	2	3	4
D3	❖ RELACIONAL	(1)	(2)	(3)	(4)
P18	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” promovió la empatía y la solidaridad durante la pandemia de la Covid -19?	1	2	3	4
P19	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de conexión y apoyo social con los televidentes durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
P20	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” influyó en los cambios, interacciones y relaciones cercanas durante la pandemia de la Covid -19?	1	2	3	4

Fuente: Elaboración propia.

5.1.3. Datos cualitativos

5.1.3.1. Audiencia

Durante la crisis sanitaria de la Covid-19, el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” surgió como un faro de información crucial y educación para la población, abordando de manera efectiva la protección y prevención ante el virus. Este programa, diseñado para la capital de Yauri, Espinar, trascendió sus límites iniciales, alcanzando a los ocho distritos de la provincia y extendiéndose incluso a zonas como Canchis, Yanaoca y parte de Quispicanchi.

Lo notable de este programa fue su capacidad para atraer a una audiencia diversa y receptiva, sin distinción de género o edad. Desde adolescentes hasta adultos mayores, tanto hombres como mujeres, encontraron en “Coronavirus Manta Willaq” una fuente confiable de información en un momento tan crítico. Además, se destacó por su enfoque en grupos vulnerables, especialmente mujeres y adultos mayores, proporcionando orientación específica para garantizar su cuidado y protección.

La claridad de la información ofrecida, junto con la disponibilidad en el idioma local, contribuyó en gran medida a su éxito y aceptación. La audiencia buscaba activamente detalles sobre el horario, conductores y contenido del programa, demostrando un interés generalizado en educarse y protegerse de los impactos adversos del coronavirus.

Así se puede evidenciar en los siguientes testimonios:

“Definitivamente fue un programa muy aceptado y que tuvo resultados por demás deseables óptimos frente al momento en el cual nos tocaba vivir que es luchar

contra la Covid... el programa fue planificado para la ciudad para la capital de Yauri Espinar, pero sus implicancias y sus efectos se dieron a nivel de los ocho distritos de la Provincia”.

*(Ing. Werner Salcedo Álvarez, Gerente General de la
Municipalidad Provincial de Espinar - 2020)*

“El tema de la pandemia era de una gran sensibilidad social y este tipo de espacios justamente permitía acercar más información de lo que se desconocía y, yo he observado el impacto sobre todo en grupos sociales vulnerables mujeres y en adultos mayores... Tenía una cobertura provincial y llegaba a todos los pobladores de Espinar”.

*(Licenciado Yuri Ricalde, Jefe de Relaciones Públicas
de la Dirección Regional de Salud - 2020)*

“El programa tuvo bastante audiencia, inicialmente solamente en el hogar, digamos la mamá, los hijos, pero de ahí se involucró el otro género masculino... Debido a que hablaban las cosas claras y la orientación era en su idioma de la población, entonces esto hizo que este programa no solamente se conozca en Espinar, sino que también se pudo conocer, por ejemplo, en Canchis, en Yanaoca y parte de Quispicanchi por la audiencia que tenía”.

*(Dr. Javier Ramírez Escobar - Director Inteligencia
Sanitaria en el 2020)*

5.1.3.2. Opinión pública

El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” se erigió como un pilar crucial en la localidad de Espinar durante tiempos de incertidumbre y desafíos. Su impacto trascendió la capital, llegando a diversos distritos importantes de la provincia, como Coporaque, Suyckutambo, y posiblemente Pichigua. Las municipalidades, conscientes de la necesidad de orientación, replicaron el programa para satisfacer la demanda de información y educación sobre el coronavirus.

La relevancia de este programa fue innegable. La población, ávida de conocimiento, encontró en él una fuente confiable y esencial de información en un contexto donde la Covid-19 era un tema desconocido y urgente. Las preferencias televisivas cambiaron, dejando a un lado las novelas para priorizar la información vital brindada por “Coronavirus Manta Willaq”. Este cambio reflejó la importancia y el impacto positivo que tuvo en la comunidad al ofrecer orientación en un momento crítico de la pandemia.

El programa logró satisfacer las necesidades de la población al abordar de manera efectiva las demandas de información y orientación. Desde el consejo sobre medicinas caseras para aliviar síntomas hasta la promoción de medidas preventivas clave, el programa se convirtió en un aliado indispensable para una población que no tenía fácil acceso a servicios de salud. A través de brigadas y mediante visitas domiciliarias, se amplió el alcance de la ayuda, detectando casos sospechosos y coordinando tratamientos con hospitales locales y regionales.

A pesar de algunas limitaciones, como la falta de información científica detallada a nivel local, “Coronavirus Manta Willaq” logró influir en el comportamiento de la población, fomentando el uso de medidas preventivas y generando conciencia sobre la importancia de seguir las recomendaciones para combatir la propagación del virus.

Así se puede evidenciar en los siguientes testimonios:

“Hasta donde conozco el programa fue visto en toda la capital de Espinar, Yauri, pero también, hubo algunas réplicas del programa en algunos distritos importantes de la provincia como Coporaque (...) las municipalidades captaron la idea y lo llevaron (...) en Suykutambo también hubo y hay otra provincia no recuerdo mucho, y creo que fue en Pichigua que también hubo una réplica de este programa”.

(Econ. Víctor Samaniego Gerencia de Planificación y Presupuesto Municipalidad Provincial de Espinar año 2020)

“Definitivamente tuvo una gran relevancia el programa, porque nosotros inclusive habíamos creado medicinas caseras porque sabíamos que la población estaba digamos dentro de sus casas y era difícil conseguir unos cupos en los centros de salud; era realmente todo un tema psicótico por consiguiente nosotros en el programa sacábamos diferentes medicinas caseras como el uso del ajo; del Kion; de la cebolla; del limón, etcétera, que los ha ayudado en muchos factores inclusive el uso de la Valeriana para los temas de ansiedad y

para aquellas personas que no podían dormir. Imagínense que había mucha población que no podía descansar en la casa por estar encerrados las 24 horas, cundía una ansiedad total y hasta hemos recomendado tomar flor de Jamaica para controlar esa ansiedad y ese tipo de insomnio que se les presentó en ese momento”.

(Dr. Frank Fred Carrillo Pino, Coordinador del Plan Covid-19 Gerencia de Desarrollo Social Municipalidad Provincial de Espinar - 2020)

“La satisfacción nosotros lo medimos en la respuesta, por ejemplo, el uso de las mascarillas, eso era lo que necesitábamos en ese entonces, pero digamos que ha satisfecho las necesidades de información que ameritaba en ese momento la población, porque había mucha desinformación y desconocimiento porque era una situación muy particular. Yo lo veo este en la respuesta que había la población del uso de las medidas de prevención, quizá en ese entonces había mucha información, pero la información fidedigna más confiable considero que fue a través de este programa de televisión”.

(Dr. Javier Ramírez Escobar médico Director Inteligencia Sanitaria en el 2020)

5.1.3.3. Valoración del público

El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” y su recepción por parte del público, fue altamente aceptable, abordando temas relevantes y pertinentes para prevenir y concientizar a la población durante la pandemia de la Covid-19. Los diferentes testimonios resaltan la importancia de las medidas preventivas, la promoción de la concienciación y la transmisión de información clave para ayudar a la comunidad a enfrentar la crisis sanitaria.

La calidad del contenido presentado en el programa recibió elogios por su estructura bien definida, con un enfoque claro y con la colaboración con expertos y profesionales médicos, lo que contribuyó a transmitir mensajes de manera efectiva y comprensible para la audiencia. Además, se destaca la adaptabilidad del equipo del programa para abordar los desafíos específicos que enfrentaba la comunidad de Espinar, como la limitada dotación de agua y otras circunstancias locales.

La respuesta positiva del público, evidenciada por la acogida excepcional del programa en la población de Espinar y el interés notable que generó, sugiere que “Coronavirus Manta Willaq” logró su objetivo de informar, educar y concientizar de manera efectiva durante la pandemia. La audiencia valoró la relevancia de los temas tratados, la calidad del contenido presentado y la capacidad del programa para llegar a la colectividad de una manera clara y comprensible.

Así se puede evidenciar en los siguientes testimonios:

“El programa fue muy relevante, pues nosotros hemos entrevistado a diferentes médicos, a especialistas de los hospitales tanto de EsSalud de Yauri como de

Espinar, porque justamente, necesitábamos de ellos, porque hay muchos pacientes hipertensos, diabéticos, que no podían ir a recoger medicamentos que no podían hacer sus controles de glucosa, sus controles de presión, etcétera o de colesterol o las dolencias el dolor crónico, de los adultos mayores o de los niños que tenían alguna patología de fondo; todas esas cosas se abordaban en este programa ‘Coronavirus Manta Willaq’, justamente para que ellos tengan una alternativa de cómo calmar esas dolencias que tenían porque era realmente muy difícil acceder al hospital o a los centros de salud”.

*(Dr. Frank Fred Carrillo Pino, Coordinador del Plan Covid-19 Gerencia de Desarrollo Social
Municipalidad Provincial de Espinar - 2020)*

“Los conocimientos emitidos por el programa eran necesarios, había necesidad de información y en un estado de emergencia donde lamentablemente los temas sociales rebasaban inclusive la expectativa de cualquier medio de comunicación con información nueva que no manejaban siempre, eran necesarios (...) Yo lo valoro como positivo y aportante al sistema sanitario, por cuanto era un medio de comunicación que nos permite llegar a la colectividad llevando información sobre lo que manejamos como políticas de emergencia sanitaria y con las alternativas que se tenían en el tema de la vacunación etcétera”.

*(Lic. Yuri Ricalde, Jefe de Relaciones Públicas de la
Dirección Regional de Salud - 2020)*

“El mayor aporte fue en las medidas preventivas y la relevancia fue que la población pudo entender cómo podía evitar los contagios o disminuir las muertes en su distrito. Ése fue el mayor aporte: las medidas preventivas que la población

empezó a usar las mascarillas; empezaron a lavarse las manos y eso contribuyó también a que menos casos tengamos (...) considero que los profesionales que manejaron el programa si se han preparado y han visto cuál era el mejor mecanismo para que la población realmente entienda el programa o entienda los mensajes del programa”.

*(Dr. Javier Ramírez Escobar, médico Director
Inteligencia Sanitaria – 2020)*

5.1.3.4. Impacto emocional

El impacto emocional es considerado como aquellos efectos y cambios en las emociones y estados afectivos que experimenta una persona, como consecuencia de diversos estímulos, eventos o circunstancias. Este impacto puede manifestarse de diversas formas, como cambios en el estado de ánimo, niveles de ansiedad, estrés, felicidad, tristeza, miedo, entre otros. En el contexto del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, el impacto emocional se refiere a cómo la información y las experiencias transmitidas en dicho programa, contribuyeron en el bienestar emocional de los televidentes, abordando aspectos como la reducción de la ansiedad, el estrés y la promoción de la calma, la esperanza y la resiliencia emocional en medio de la crisis sanitaria.

Dicho programa emergió como una guía orientadora en medio de la crisis sanitaria, proyectando su apoyo no solo en términos de información sanitaria, sino también en el delicado terreno de la salud mental y la autogestión de la salud de los televidentes en Espinar. A través de testimonios recopilados, se vislumbró un panorama reconfortante: la ansiedad y el estrés, compañeros inesperados de la crisis, cedieron terreno ante la claridad y el conocimiento proporcionados por el programa.

La audiencia, ávida de guía y resguardo, encontró en “Coronavirus Manta Willaq” un aliado en la lucha contra la incertidumbre y el miedo. Aprendieron a defenderse, y a actuar con determinación ante el embate del virus, adoptando protocolos de protección y amor propio.

El cambio en la autogestión de la salud no pasó desapercibido. Los televidentes, empoderados por las enseñanzas del programa, se convirtieron en guardianes activos de su bienestar y el de sus seres queridos. El lavado de manos se convirtió en un ritual sagrado; el distanciamiento social en un gesto de cuidado mutuo; el uso de mascarillas en un símbolo de solidaridad. La conciencia se expandió, la capacidad de protegerse se fortaleció, y la comunidad se convirtió en un escudo colectivo contra la amenaza invisible.

En los hogares, las brigadas de técnicas en enfermería recopilaban historias de transformación. La ansiedad, el insomnio, la depresión y las preocupaciones, antes dueñas de las noches en la crisis sanitaria cedieron paso a la serenidad y la esperanza.

El "Doctor Covid" y su equipo de prensa no solo informaron, sino que también reconfortaron y guiaron, tejiendo una red de protección emocional en medio del caos. La autogestión de la salud se convirtió en un acto de amor propio y colectivo, un compromiso con la vida y la salud comunitaria. La región, consciente de su fragilidad y fortaleza, se unió en solidaridad y resistencia.

A través de la pantalla televisiva, se tejieron lazos invisibles de empatía y comprensión. La salud mental, tan frágil y valiosa, encontró en "Coronavirus Manta Willaq" un oasis de calma y orientación. En cada hogar, en cada televidente, el programa dejó una semilla de esperanza y fortaleza, transformando el miedo en coraje, la incertidumbre en acción, y la desesperanza en un horizonte de posibilidades.

Así se puede evidenciar en los siguientes testimonios:

“Los televidentes consideraron al programa como una herramienta importante para el desenvolvimiento mismo de las familias, de las personas, porque en ese programa enseñaban a cómo defenderse, a cómo actuar en una población que tenía el virus en el cuerpo enseñaban, cómo debían digamos asumir, un lavado de manos o cuando una persona retornaba digamos a su casa, qué es lo que tenían que hacer antes de entrar al interior de la casa, enseñanzas que realmente en la práctica, digamos la población lo implementó”

(Econ. Víctor Samaniego Gerencia de Planificación y Presupuesto Municipalidad Provincial de Espinar - 2020)

“Las personas que sintonizaban el programa tuvieron un calificativo positivo hacia el doctor, ‘Doctor Covid’, el médico que tenía el programa junto con el equipo que lo acompañaban, que era un equipo de prensa de lujo y que estaba preparado para que tengan esa capacidad de comunicarse con la población y en ese reconocimiento tengo entendido que hoy recuerdan el programa”.

(Ing. Werner Salcedo Álvarez, Gerente General de la Municipalidad Provincial de Espinar – 2020)

“Nosotros en ese entonces visitábamos las provincias los distritos. Yo en ese entonces como Director de Inteligencia Sanitaria, debía tener el contacto con la población y ellos me pedían que usáramos este mecanismo que usaba este programa para nuestros establecimientos de salud. Inclusive algunos spots también se pudieron difundir en otros establecimientos de salud. (...) Básicamente el cambio de actitud en este caso fue positivo, porque cambiar de actitud a usar las medidas preventivas ya fue un avance fabuloso en ese entonces”.

*(Dr. Javier Ramírez Escobar, médico Director
Inteligencia Sanitaria – 2020)*

5.1.3.5. Impacto cognitivo

El impacto cognitivo se puede definir como aquellos efectos y cambios observados en el conocimiento, la comprensión y la toma de decisiones de las personas como resultado de la exposición a ciertos eventos, los cuales pueden contribuir a una mayor conciencia y una comprensión más profunda de un tema específico, mediante la adquisición de nuevas habilidades o la modificación de creencias previas.

En este contexto, el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un profundo impacto cognitivo en la población de Espinar durante la pandemia, marcando una notable diferencia en la conciencia y las acciones de los televidentes. A través de la pantalla, se difundieron mensajes fundamentales sobre la importancia de la prevención, la vacunación y la higiene personal en tiempos de crisis sanitaria.

Este programa actuó como un catalizador, transformando la reticencia inicial de la población hacia los exámenes de detección y las vacunas en una actitud proactiva y consciente. Incluso aquellos con menos oportunidades educativas lograron comprender y asimilar la información transmitida, elevando así su nivel de conocimiento sobre cómo protegerse a sí mismos y a sus seres queridos frente al virus.

La audiencia no solo adquirió nuevos conocimientos, sino que también se vio capacitada para tomar decisiones informadas relacionadas con su salud y bienestar. Esta capacidad de elección se tradujo en la adopción de hábitos más saludables, con un enfoque renovado en la prevención y la protección contra la enfermedad.

El impacto del programa se hizo evidente en la mayor aceptación de las vacunas y en la disposición de la población a someterse a exámenes y recibir la vacuna en áreas

previamente renuentes. La sensibilización generada por el programa allanó el camino para un acceso más fluido a la inmunización y reforzó la importancia de las medidas preventivas en la lucha contra la Covid-19.

Así se puede observar en los siguientes testimonios:

“Considero que la información previa a la vacunación ha sido muy importante porque esto se ha visto reflejado también en las primeras dosis de las vacunas, que las coberturas eran altas. Creo que la información que se ha manejado en este tipo de informativos de salud para la prevención sí ha ayudado en el tema de la vacunación propia y posteriormente al cuidado de la salud (...) en los reportes que vi del doctor Frank y en la audiencia que tenía, sí, se veía un cierto número de sintonía que considero que fue por la dinámica que manejaban, pues llamaba un poco la atención y es por eso que tenían ese impacto”.

(Lic. Roy Valencia Cárdenas Córdoba Responsable de Prensa de DIRESA – 2020)

“El programa a través de la televisión llegó y enseñó a la población muchas cosas, implementando estrategias que fueron utilizadas como una herramienta beneficiosa porque era un tema que correspondía a salud, pero esto fue una propuesta interesante una idea que salió de la misma población para que esta se pueda defender ante el coronavirus, el saber asumir situaciones para no contagiarse o en algunos casos sobrellevar la enfermedad, en ese momento fue un instrumento que sirvió demasiado”.

(Econ. Víctor Samaniego Gerencia de Planificación y
Presupuesto Municipalidad Provincial de Espinar –
2020)

“En relación al conocimiento adquirido por la población yo diría que fue de medio a alto, porque mucha gente que tiene un nivel cultural o grado de instrucción, llegaron a un nivel alto de conocimiento, pero había también personas con un nivel cultural bajo que han podido llegar a un nivel medio de conocimiento (...) un buen porcentaje de los televidentes empezaron a tener hábitos saludables, si algo hemos aportado con este programa fue enriquecer y fortalecer los hábitos saludables y esperamos que hasta ahora sigan manteniendo esos hábitos saludables y todos los mecanismos de protección y prevención que se generaron en ese momento cuando nosotros intervenimos”.

(Dr. Frank Fred Carrillo Pino, Coordinador del Plan
Covid-19 Gerencia de Desarrollo Social
Municipalidad Provincial de Espinar – 2020)

5.1.3.6. Impacto relacional

El impacto relacional es entendido como aquellos cambios significativos en las interacciones, conexiones y relaciones entre individuos, grupos o entidades, que resultan de la incidencia de ciertos eventos, programas o circunstancias. El concepto destaca cómo las interacciones sociales, la comunicación y las dinámicas entre las personas experimentan transformaciones que pueden afectar tanto a nivel personal como comunitario. En el contexto de la salud pública y la difusión de información sobre la prevención de enfermedades, como en el programa televisivo 'Coronavirus Manta Willaq', el impacto relacional está vinculado a cómo dicho programa ha contribuido en la forma en que las personas se relacionan entre sí, con las autoridades locales, los proveedores de salud y la información relacionada con la salud, fomentando una mayor conciencia, participación y colaboración en temas de salud y bienestar comunitario.

En este sentido, durante la pandemia, la población de Espinar experimentó cambios profundos en sus relaciones y comportamientos, impulsados en gran medida por dicho programa de televisión. Desde la adopción generalizada de medidas preventivas como el uso de mascarillas y el lavado de manos hasta una mayor conciencia sobre la importancia de buscar atención médica ante los síntomas, se evidenció una transformación en los hábitos y actitudes de la comunidad.

Estos cambios reflejaron una mayor educación en prevención, generada por el programa, que resultó en una participación ciudadana más activa y comprometida en temas de salud. La población mostró un mayor compromiso con prácticas seguras y cuidadosas, exigiendo niveles más altos de limpieza y aseo en lugares públicos, lo que denota un cambio cultural hacia la conciencia y responsabilidad colectiva.

A pesar de las pérdidas y el sufrimiento durante la pandemia, estos cambios en las relaciones y la participación ciudadana en Espinar han sido emblemáticos de una sociedad más consciente y comprometida con la prevención y el cuidado de la salud. El programa no solo informó, sino que también inspiró un cambio de actitud y comportamiento en la población, convirtiéndose en una experiencia vital de aprendizaje para la comunidad en su conjunto. Además, se observó un aumento en la participación ciudadana y en la capacidad de los televidentes para involucrarse activamente en iniciativas relacionadas con la salud a nivel local. La colaboración entre la audiencia, las instituciones locales y el sistema de salud para implementar planes de atención y prevención demostró ser efectiva, especialmente en un momento en el que las restricciones de movilidad limitaban otras formas de intervención.

Así se puede evidenciar en los siguientes testimonios:

“La oportunidad de mejorar la atención en salud vino con el programa, porque las personas no tienen un cuidado con su salud y acuden al establecimiento de salud cuando ya es una enfermedad está avanzada o en casos graves. En cambio, cuando empezó el programa acudían a pedir servicio de salud cuando ya tenían los primeros síntomas, eso también ha hecho un factor de protección contra la mortalidad. Además (...) inicialmente eran las mujeres, no las mamás que se preocupaban con sus hijos, pero al ver que este programa era entendible, los papás se unieron a ese equipo, entonces ya era una protección familiar y al final se convirtió en una protección comunitaria (...) Lo positivo que nos dejó el programa es el mensaje de cambio de actitud. Yo diría que hasta ahora se mantiene el interés por el cuidado de la salud. Esperemos que existan más programas, ahora que no

estamos en pandemia, para que nos puedan colaborar al sector salud, porque, por ejemplo, ahora vemos el riesgo en enfermedades inmunoprevenibles que es alto por las coberturas bajas de vacunación en que nos encontramos, entonces replicar estos programas con mensajes dirigidos en las circunstancias actuales sería importante”.

*(Dr. Javier Ramírez Escobar, médico Director
Inteligencia Sanitaria – 2020)*

“En cuanto a los cambios significativos en las interacciones y relaciones entre los televidentes podría considerar que ese ha sido un efecto interesante que puedo calificar yo de este programa, donde se ha sensibilizado y concientizado a la población (...) En Espinar, como también en la región, pero mucho más en esta localidad, hoy no solo están en una exigencia de tener infraestructura, sino también se encuentran en la exigencia de tener equipamiento y recursos humanos especializado así que en ese sentido Espinar ha llegado a una madurez en su población que coadyuva el trabajo del Estado para poder nosotros tener la salud que se desea para la sociedad”

*(Ing. Werner Salcedo Álvarez, Gerente General de la
Municipalidad Provincial de Espinar - 2020)*

“Recuerdo que los periodistas de allá de la zona de Yauri me empezaron a conocer y decir que era el ‘Doctor COVID’ porque los mismos trabajadores del municipio, el alcalde y todas las gerencias estaban al tanto de lo que estábamos realizando inclusive, se articuló el Plan Tayta que era para hacer el seguimiento a adultos mayores en el marco del distanciamiento social (...) hubo un cambio de actitud en

los televidentes, porque ese programa educativo era lo único que tenía efectividad en ese momento (...) Y había pacientes inclusive entre los mismos trabajadores del municipio que habían adquirido Covid y estaban en sus casas, entonces nosotros teníamos que hacer tele monitoreo y nos escuchaban por la televisión, en ese contexto todo eso ha tenido un buen impacto”

*(Dr. Frank Fred Carrillo Pino, Coordinador del Plan
Covid-19 Gerencia de Desarrollo Social
Municipalidad Provincial de Espinar – 2020)*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente investigación “PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 19 Y SU IMPACTO SOCIAL EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE YAURI, PROVINCIA DE ESPINAR – CUSCO 2020”, no comparte información personal de los participantes. Los datos recopilados se manejarán de forma confidencial y se utilizarán exclusivamente con propósitos investigativos.

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres:

.....

Cargo desempeñado:

Área de trabajo:

PROGRAMA DE TELEVISIÓN	
D1: AUDIENCIA	
1.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' tuvo preferencias de audiencia en cuanto a género, sexo o edad durante la pandemia de la Covid - 19? ¿Por qué?
2.	¿Cuál fue el alcance y la cobertura que el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' tuvo en la localidad de Espinar durante la pandemia de la Covid-19?
D2: OPINIÓN PUBLICA	
3.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' tuvo una gran relevancia en la localidad de Espinar? ¿Por qué?
4.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' logro satisfacer las necesidades de la población? ¿Por qué?
D3: VALORACIÓN DEL PÚBLICO	
5.	Cree Ud. ¿Que los temas abordados en el programa 'Coronavirus Manta Willaq' fueron pertinentes y relevantes para prevenir y concientizar a la población durante la pandemia de la Covid – 19? ¿Por qué?
6.	¿Cómo evaluaría Ud. la calidad del contenido presentado en el programa 'Coronavirus Manta Willaq'? ¿Por qué?
IMPACTO SOCIAL	
D1: IMPACTO EMOCIONAL	
7.	Durante la pandemia. Ud. ¿Recibió comentarios o testimonios de televidentes que indicaban a ver sentido una reducción en la ansiedad y el estrés gracias a la información proporcionada por el programa 'Coronavirus Manta Willaq'?
8.	Durante la pandemia Ud. ¿Observó algún cambio en la autogestión de la salud por parte de los televidentes a raíz de la información proporcionada por el programa 'Coronavirus Manta Willaq'?
D2: IMPACTO COGNITIVO	
9.	Durante la pandemia. ¿Qué grado de conocimiento considera Ud. que los

	espectadores del programa de televisión ‘Coronavirus Manta Willaq’ han adquirido acerca de temas como la prevención, vacunas, medicamentos y lavado de manos para prevenir la Covid - 19?
10.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció algún incremento en la capacidad de los televidentes del programa de televisión ‘Coronavirus Manta Willaq’ para tomar decisiones informadas sobre su salud y bienestar? ¿De qué manera?
D3: IMPACTO RELACIONAL	
11.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció cambios significativos en las interacciones y relaciones cercanas entre los televidentes del programa de televisión ‘Coronavirus Manta Willaq’? ¿De qué manera?
12.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció cambios en la participación ciudadana y en la capacidad de los televidentes para involucrarse activamente en iniciativas relacionadas con la salud dentro de la localidad?

Elaboración propia

5.2. Discusión de resultados

La presente investigación permite afirmar que el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” generó un impacto social alto y significativo en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar, durante la pandemia de la COVID-19. Esta afirmación se sustenta en los niveles elevados de confianza, valoración e influencia reportados por los participantes, así como en la correlación positiva muy fuerte ($r = 0.837$; $p < 0.05$) encontrada entre la exposición al programa y los cambios de comportamiento preventivo frente al virus. Dichos hallazgos se enmarcan en la evidencia teórica que reconoce a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, como agentes de transformación social en contextos de emergencia sanitaria.

En este sentido, los resultados guardan relación directa con el trabajo de Montaña et al. (2020), quienes identificaron que, durante la pandemia, la televisión se consolidó como el medio más creíble y utilizado por la ciudadanía para informarse sobre la COVID-19, superando a las plataformas digitales. De manera similar, en el contexto de Espinar, la televisión local representó el medio de comunicación de mayor confianza y alcance, constituyéndose en un canal idóneo para la difusión de mensajes preventivos y educativos en poblaciones con limitada conectividad a Internet. Esta coincidencia respalda la relevancia del medio televisivo como herramienta eficaz para la gestión de la comunicación en salud pública.

Asimismo, la investigación de Oviedo (2023), coincide con los resultados del presente estudio al evidenciar una percepción favorable hacia los programas televisivos de salud. En su trabajo, el programa “Tu Doctor en Casa” obtuvo un 65 % de aceptación positiva, lo que demuestra la predisposición de la audiencia a recibir contenidos de carácter sanitario mediante

formatos televisivos accesibles. En el caso de “Coronavirus Manta Willaq”, los niveles de aceptación fueron aún más altos superiores al 75 %, lo cual confirma que los programas diseñados con pertinencia cultural y participación local logran un impacto más profundo en el conocimiento y la actitud preventiva de la población.

Por su parte, Pastor (2021), resalta que el lenguaje accesible y el formato didáctico son elementos determinantes para la recepción positiva de los programas televisivos. Este hallazgo se refleja en los resultados del presente estudio, donde la conducción empática del médico local, el uso del quechua y la interacción directa con el contexto sociocultural permitieron establecer una comunicación efectiva, confiable y emocionalmente cercana con la audiencia. Dichos factores contribuyeron a la internalización de los mensajes de prevención y fortalecieron la confianza en el medio televisivo como fuente de orientación sanitaria.

Finalmente, los resultados se relacionan con la investigación de Mamani y Huamani (2019), quienes demostraron que los programas televisivos influyen de manera significativa en el aprendizaje significativo de los estudiantes, al reforzar la adquisición de conocimientos a través de contenidos audiovisuales. De manera análoga, el programa “Coronavirus Manta Willaq” cumplió una función educativa y formativa al fomentar aprendizajes duraderos sobre la prevención, el autocuidado y la solidaridad comunitaria, elementos que constituyen dimensiones esenciales del impacto social alcanzado. En general, la evidencia empírica y los antecedentes revisados sustentan que los programas televisivos con enfoque educativo, intercultural y comunitario constituyen un recurso estratégico para fortalecer la comunicación en salud pública. En particular, el programa “Coronavirus Manta Willaq” demostró que la televisión local, cuando se orienta al servicio de la comunidad y se adapta a su identidad cultural, puede generar transformaciones cognitivas, emocionales y conductuales que

contribuyen al bienestar colectivo y a la construcción de una ciudadanía más informada y resiliente ante las crisis sanitarias.

CONCLUSIONES

Primera. El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”, tuvo impacto social medio y alto en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar. Los resultados evidencian que el programa no solo cumplió una función informativa, sino también educativa y preventiva, influyendo en la conducta y percepción de la población. El impacto social se manifestó en el fortalecimiento del sentido de unión comunitaria, la mejora del nivel de información y una mayor seguridad frente a la pandemia, esto refleja que la propuesta televisiva no solo logró informar, sino también movilizar emocional y socialmente a la población, convirtiéndose en una herramienta clave de comunicación intercultural en salud pública. En general se puede decir que, el programa demostró que la televisión local puede ser un medio eficaz para fortalecer la conciencia sanitaria, promover la resiliencia comunitaria y enfrentar emergencias de salud con pertinencia cultural.

Segunda. Respecto a la audiencia, la opinión pública y la valoración del público se puede considerar que estos fueron factores determinantes para consolidar el impacto social del programa. La credibilidad del contenido, el uso del idioma local y la participación de especialistas favorecieron una comunicación efectiva y cercana con la población. El análisis estadístico mostró una relación positiva muy fuerte entre el programa de televisión y el impacto social. En consecuencia, la valoración positiva del público y la confianza en el medio fueron factores determinantes para consolidar el impacto social, evidenciando que la comunicación local con enfoque cultural puede fortalecer la aceptación de los mensajes sanitarios y generar cambios sostenibles en la conducta ciudadana

Tercera. Finalmente, el impacto social se manifestó en el fortalecimiento del sentido de unión comunitario, la mejora del nivel de información y una mayor seguridad frente a la pandemia. El impacto fue también emocional, cognitivo y relacional, generando cambios sostenidos en hábitos preventivos. En consecuencia, “Coronavirus Manta Willaq” se consolidó como una estrategia comunicacional efectiva generando cambios reales en la percepción y el comportamiento social de los pobladores de Yauri frente a la crisis sanitaria de la Covid - 19.

RECOMENDACIONES

Primera. A la Municipalidad Provincial de Espinar y al equipo de salud de la localidad. A partir de la influencia significativa del programa “Coronavirus Manta Willaq” en la conciencia y educación sanitaria de la población, se propone institucionalizar el uso de los medios locales como herramienta estratégica de comunicación en salud pública. Para ello, se considera pertinente implementar espacios permanentes en radio o televisión destinados a la difusión de información sobre prevención, promoción de la salud y respuesta ante emergencias

Segunda. A la Dirección Regional de Salud del Cusco (DIRESA) hoy Gerencia Regional de Salud del Cusco (GERESA), se sugiere fortalecer e integrar programas de comunicación educativa en salud dentro de la política regional de salud pública. Asimismo, se plantea incorporar estas estrategias comunicativas en campañas escolares, comunitarias y barriales, promoviendo la educación sanitaria desde distintos entornos. Resulta también necesario capacitar a los profesionales de la salud en habilidades comunicativas y mediáticas y en el idioma, con el fin de optimizar la difusión de mensajes a través de los medios masivos.

Tercera. A los líderes comunitarios, asociaciones civiles y promotores de salud. Considerando el impacto relacional del programa y su capacidad para fortalecer la solidaridad y cooperación entre los pobladores, se plantea fomentar la creación de redes comunitarias de comunicación y apoyo mutuo, articuladas con los medios locales, que funcionen como canales bidireccionales para informar, escuchar y coordinar respuestas colectivas ante futuras crisis sanitarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, S. (2023). Los enfoques de investigación en las Ciencias Sociales. *Revista Latinoamericana Ogmios*, 3(8), 82 - 95
- <https://doi.org/https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>
- Aguilar, L. (2017). Una reconstrucción del concepto de opinión pública. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 12(23), 125-148.
- <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmop/n23/2448-4911-rmop-23-00125.pdf>
- Ardévol, A., Gil de Zúñiga, H., & McCombs, M. (2020). Orígenes y desarrollo de la teoría de la Agenda Setting en Comunicación. Tendencias en España (2014-2019). *Profesional de la información*, 1 -23.
- <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/download/74292/60799/268472>
- Arias, J. L. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. Lima - Perú: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf
- Azurmendi, A., Llorens, C., López, N., & Bas, J. J. (2015). La participación del público como valor añadido de servicio público para la televisión de proximidad. Estudio de caso de La noche de..., en ETB 2. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 490 - 518.
- <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1056>
- Bastos, E. (2021). Reflexiones sobre el texto televisivo. *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 10, 149–162.

<https://doi.org/10.5944/signa.vol10.2001.32186>

Battaglino, V. (2018). Emociones, racionalidad y bienestar: Hacia un estudio de las emociones como Juicios de valor. *Tesis de Doctorado*. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1518/te.1518.pdf>

Bergillos, I. (2015). Participación de la audiencia y televisión en la era digital. Propuesta de análisis y evolución de las invitaciones a la participación en la TDT y en otras plataformas. *Tesis Doctoral*. Universidad Autonoma de Barcelona, Barcelona.

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/308326/ibg1de.pdf>

Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Editorial Ateneo. <https://bibliopopulares.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>

Cabezas, V. (15 de octubre de 2019). *Opinión pública y medios de comunicación*. Material didáctico Universidad Estatal de Milagro (UNEMI).

https://sga.unemi.edu.ec/media/recursotema/Documento_2021101165839.pdf

Cabrera, S., & Vásquez, E. (2023). Medios de comunicación digitales: una nueva forma de ver el periodismo. *Polo del Conocimiento*, 994-1007.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9152123.pdf>

Castillo, Y., Muñiz, V., & Legrá, D. (2023). Agenda Setting y etnometodología. su complementación en un estudio de la agenda pública local. *index comunicación*, 173-199.

<https://indexcomunicacion.es/index.php/indexcomunicacion/article/view/1027/1531>

Castillo, Y., Muñiz, V., & Martínez, A. (2021). La teoría de la Agenda Setting. Crítica epistemológica y profundización cualitativa a partir de un estudio antropológico. *Perspectivas de la Comunicación*, 231-272.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8214076.pdf>

CENEPRED. (2021). *Escenario de Riesgo Covid – 19, ciudad de Yauri, provincia de Espinar, departamento de Cusco*. Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción de Riesgos de Desastres.

https://sigrid.cenepred.gob.pe/sigridv3/storage/biblioteca//11635_escenario-de-riesgo-por-covid-19-para-la-ciudad-de-yauri-provincia-de-espinar-y-departamento-cusco.pdf

Chávez, G. C. (2025). Programa televisivo educativo para difundir la internacionalización en una universidad de la región Lambayeque – 2024. *Tesis para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Señor de Sipan, Pimentel - Perú.

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/14973/Chavez%20Carhuapoma%20de%20Aquino%20Gisella%20Catherine.pdf?sequence=1>

Condori, P. (2020). *Universo, población y muestra*. Curso Taller. <https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>

Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.

<https://books.google.com.ar/books?id=gbXhn0bwJdQC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Del Pezo, J. (2024). La libertad de expresión en el medio impreso Super. *Tesis para optar el Título de Licencia en Comunicación*. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La libertad - Ecuador.

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/10682/1/UPSE-TCO-2024-0016.pdf>

Eco, U. (1965). *Apocalípticos e integrados*. Casa Ed. Valentino Bompiani.

https://perio.unlp.edu.ar/catedras/hdelconocimiento/wp-content/uploads/sites/42/2020/06/Eco_Umberto_Apocalipticos_E_Integrados_1984-1-36.pdf

Escalante, R. (2022). El programa de televisión Combate y su influencia en los estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Inca Garcilaso de la Vega. *Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco - Perú.

https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6506/253T20220116_T_C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Estrada, J. L., & Mendieta, A. (2019). Las campañas electorales de 2018 en México: inequidad de género en la cobertura mediática. *Perspectivas de la Comunicación*, 39-56.

<https://www.scielo.cl/pdf/perspectcomun/v12n2/0718-4867-perspectcomun-12-02-00039.pdf>

Fiske, J. (1985). *Teoría de la comunicación*. Editorial Herder.

<https://idolotec.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/02/modelo-de-shannon-y-weaver1.pdf>

- Flores, C., & Flores, K. (2021). Pruebas para comprobar la normalidad de datos en procesos productivos: Anderson-Darling, Ryan-Joiner, Shapiro-Wilk y Kolmogórov-Smirnov. *Societas Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas*, 23(2), 83-106.
<https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2302/2137>
- Flores, E. (2021). COVID-19 y comunicación de salud: Análisis de medios digitales ecuatorianos. *Revista Scientific*, 6(19), 122-141.
<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.19.6.122-141>
- García , L. (2022). Radio, televisión, audio y vídeo en educación. Funciones y posibilidades, potenciadas por el COVID-19. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 25(1), 9-28.
<https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31468>
- GERESA. (2022). *Análisis de la situación de Salud del distrito de Yauri - Espinar 2022*. Red de servicios de salud Canas Canchis - Espinar.
https://www.redsaludcce.gob.pe/Modernidad/archivos/epidemiologia/ASIS/ASIS_Yauri-Espinar_2022.pdf
- Girón , A. (2007). Difusión de innovaciones. *Tesis para optar el grado academico de doctor en Ciencias Administrativas*. Universidad Experimental Simón Rodríguez, Caracas - Venezuela.
<https://fcvinta.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/08/teoria-de-la-difusion-de-innovaciones.pdf>

Gómez, Á. (6 de octubre de 2022). *Reflexión sobre la utilización del Muestreo Probabilístico y No Probabilístico en las Ciencias Sociales*. tauniversity.org.

https://tauniversity.org/sites/default/files/articulo_reflexion_sobre_la_utilizacion_del_muestreo_probabilistico_dr_angel_gomez.pdf

Gomez, C., & Arcangeletti, C. (2023). De escenario central a telón de fondo: tematización y generic news frames de la pandemia extendida en diarios digitales argentinos. *Revista de Comunicación*, 22(1), 165 - 184.

<https://doi.org/10.26441/RC22.1-2023-3063>

Gómez, E. (2020). Análisis correlacional de la formación académico profesional y cultura tributaria de los estudiantes de marketing y dirección de empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 478-483.

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-478.pdf>

Gonzales, A., Quintas, N., & Gallardo, J. (2020). La medición de la audiencia televisiva: desafíos ante las nuevas plataformas de video. *Comunicación y sociedad*, 17, 1 - 23.

<https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7284>

Guirado, J., & García, M. (2020). La comunicación no verbal en la era Covid. una revisión de la bibliografía actual. *Sabir. International Bulletin of Applied Linguistics.*, 1(2), 199-217.

<https://ojs.ual.es/ojs/index.php/IBAL/article/view/4180/3999>

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26 - 38.

<http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v30n58/v30n58a02.pdf>

Guzmán, I. (2020). Agenda Setting y Framing – modelos para el análisis del proceso comunicativo. *Kritica 1.0 : contenidos, encuadres y discursos en los medios de comunicación*, 53-106).

<https://libros.usc.edu.co/index.php/usc/catalog/download/134/164/2369?inline=1>

Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 210-236.

<https://www.redalyc.org/pdf/935/93500915.pdf>

Ibañez, C. R., Medina, E. L., & Jiménez, V. G. (2025). El estado emocional y su impacto en el aprendizaje actitudinal de estudiantes del nivel primario. *Revista Invecom*, 5(1), 1 - 11.

<https://ve.scielo.org/pdf/ric/v5n1/2739-0063-ric-5-01-e501099.pdf>

Jauset, J. (2008). *Las audiencias en television*. Editorial UOC.

<https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/06633783-edc4-4e7d-bb8a-c647a3467359/content>

Ladino, P. (2017). *Teorías de la comunicación*. Bogotá - Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.

<https://core.ac.uk/download/pdf/326425815.pdf>

Levis, D. (2020). Comunicación: Principios básicos. *Comunicación y Crítica: Material de Cátedra*, 1 -14.

<https://comunicacionycritica.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/04/materialdecatedra1.pdf>

- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). La pantalla global, cultura mediática y cine en la era hipermoderna. *Revista Comunicación y Hombre*(5), 205 - 208.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3088974>
- Lomelí, L. (2015). La Educomunicación de Paulo Freire: Esencia de la educación como práctica de libertad. *Revista IC Investigación*, 26 - 35.
https://revistaic.instcamp.edu.mx/uploads/Ano2015No8/Ano2015No8_26_35.pdf
- Mamani, M. (2020). La comunicación oral en el idioma inglés: la construcción de una revisión teórica. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, 2(1), 26 - 40.
<https://educas.com.pe/index.php/paidagogo/article/view/24/196>
- Mamani, R., & Huamani, F. (2019). Influencia de los programas televisivos en el aprendizaje significativo de los estudiantes de 6° grado de la institución educativa n° 56106 “Altiya Canas” de Yanaoca – Canas – Cusco - 2018. *Tesis para optar al Título Profesional de Licenciado en Educación*. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco - Perú.
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4774/253T20190709_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martello, V. (2021). ¿Qué hacemos con la información? Organización, análisis e interpretación. *Actas de Diseño*, 37, 31 - 375.
<https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/download/5617/8399/>
- Martín - Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S.A.

https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf

Martín, J. I. (2023). Comunicación, violencia cultural y Alianza de Civilizaciones tras el 11-S. De la Espiral del Silencio de Noelle-Neumann y el Cultivo de Gerbner a las Espirales. *Tesis doctoral*. University, New York.

https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/669096/2013_Tesis_Martin%20Galan_Jose%20Ignacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y

McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación - Las extensiones del ser humano*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

https://semioticaderedes-carlon.com/wp-content/uploads/2018/04/McLuhan_Marshall_Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf

McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación en masas*. Ediciones Paidós.

<https://locucionucvcohortelvii.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass*. SAGE Publications Ltd. academiaedu:

https://www.academia.edu/36441695/McQuails_Mass_Communication_Theory

Mejía, C., Rodríguez, F., Garay, L., Enríquez, M., & Moreno, A. (2020). Percepción de miedo o exageración que transmiten los medios de comunicación en la población peruana

durante la pandemia de la COVID–19. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 39(2), 1 - 20.

<http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v39n2/1561-3011-ibi-39-02-e698.pdf>

Merino, F. (2023). Análisis de la campaña de comunicación digital de Juan Dupuy para la alcaldía de Ate del 2022. *Trabajo de suficiencia profesional*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Perú.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/9043d7ea-eb37-4152-b8f2-9076c7337587/content>

Ministerio de Salud. (14 de abril de 2021). *Resolución Ministerial*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1920118/Informe%20final%20del%20grupo%20de%20trabajo%20te%CC%81cnico%20con%20cifra%20de%20fallecidos%20por%20la%20COVID-19.pdf.pdf>

Montaña, M., Ollé, C., & Lavilla, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 155-167.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7625672>

Morley, D. (1992). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Routledge, Londres.

<https://lenguajes3unr.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/03/morley-television-audiencias-y-estudios-culturales.pdf>

Muniz, C. (2021). *Medios de Comunicación y pandemia de Covid-19 en México*. Editorial Tirant Humanidades México.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/66276702/Corduneanu_Muniz2021b-libre.pdf?1618533444=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMEDIOS_DE_COMUNICACION_Y_PANDEMIA_DE_COV.pdf&Expires=171355306&Signature=bCYJt~W24WSALgO1y78-G9MQsDuCnqc5Y1Ap6MPN

Neira, P., & Álvarez, D. (2025). Impacto emocional de la pérdida de conectividad por fallo eléctrico en jóvenes. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 58, 1-21.

<https://doi.org/10.15198/seeci.2025.58.e940>

OMS. (2020). *Informe de la Misión Conjunta OMS-China sobre la Enfermedad por Coronavirus 2019 (COVID-19)*. Organización Mundial de la Salud.

https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/who-china-joint-mission-on-covid-19-final-report.pdf?sfvrsn=fce87f4e_2

Organización Panamericana de la Salud. (2021). *La prolongación de la crisis sanitaria y su impacto en la salud, la economía y el desarrollo social*. CEPAL.

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5d7d5402-188b-4d6a-8d0c-49eec0709554/content>

Oviedo, E. (2023). Percepción del programa televisivo “Tu Doctor en Casa” en los estudiantes de la Escuela de Medicina Humana, UN Tumbes, 2022. *Tesis para optar el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Nacional de Tumbes, Tumbes.

<https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/64713/TESIS%20-%20OVIDO%20VELASQUEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pastor, L. (2021). Consumo televisivo y percepción del programa Entrevista2 de JPP Televisión en los residentes de Gunma, Japón 2021. *Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo – Perú.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69729/Pastor_MLM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Peña, S., & Rojas, D. (2021). Eficacia de los mensajes de salud durante la pandemia del Covid – 19 en el Centro Poblado “El Establo” Paramonga - 2021. *Para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Nacional de Faustino Sanchez Carrión, Huacho – Perú.

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/5620/Pe%C3%B1a%20y%20Rojas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, F. (2023). *Los Medios de Comunicación en la era digital*. España: Bilbao: Fundación BBVA.

https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2023/07/DE_2023_MediosComunicacion_Ivie.pdf

Puerto, A., Regueira, D., & Rodríguez, M. (2018). El impacto de los medios de comunicación en la educación. *Revista Publicando*, 14(3), 72-91.

https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/download/1304/pdf_912/0

- Rando, D. (2020). Eficacia de la Comunicación sanitaria vía Redes Sociales. *Tesis Doctoral*. Universidad de Málaga, Málaga - España.
https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/21230/TD_RANDO_CUETO_Dolo res.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Real Academia Española. (30 de diciembre de 2023). *Panhispanico*.
<https://dpej.rae.es/lema/programa-de-televisi%C3%B3n>
- Rivas, R. V. (2018). Impacto de los programas reality shows en discentes de la escuela ciudad de Machala, sur de Guayaquil – Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*(9), 1 - 9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9643535>
- Ruiz, R. E. (2025). Inteligencia Emocional y Relaciones Interpersonales Ambiente del Ciclo Complementario: Una Revisión Sistemática. *Revista Científica Ciencia & Sociedad*, 5(2), 256-275.
<https://cienciaysociedaduatf.com/index.php/ciesocieuatf/article/view/201/143>
- Sanchez, A. (2021). Medios de Comunicación y su impacto en la sociedad, Huacho 2019. *Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación*. Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrión, Huacho - Perú.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/4588/ALBERT%20JAI RO%20SANCHEZ%20COLAN%201.pdf?sequence=1>
- Valadés, B. (2023). Modelo de clasificación sobre el impacto social de los emprendimientos sociales digitales. *aDResearch ESIC*.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8989427.pdf>

Villa, J., Velásquez, N., Barrera, D., & Avendaño, M. (2020). El papel de los medios de comunicación en la fabricación de recuerdos, emociones y creencias sobre el enemigo que facilitan la polarización política y legitiman la violencia. *El Ágora USB*, 20(1), 18 - 49.

<http://www.scielo.org.co/pdf/agor/v20n1/1657-8031-agor-20-01-18.pdf>

Vizcaíno, P. I., Cedeño, R. J., & Maldonado, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723 - 9762.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Wheeler, K. (16 de octubre de 2015). *The Relationships Between Television Viewing Behaviors, Attachment, Loneliness, Depression, and Psychological WellBeing*. Honors College Theses:

https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1142&context=honors-theses&utm_source.com

Zambrano, R. (2021). Análisis del discurso del programa “De casa en casa” transmitido por “TC televisión” y su recepción en los pobladores del Cantón Salitre. *Trabajo de Titulación para optar el grado de Licenciado de Comunicación Social*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

<https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/6b45ca37-3b9d-434b-9e23-b71d197a8b7c/content>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 19 Y SU IMPACTO SOCIAL EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE YAURI, PROVINCIA DE ESPINAR – CUSCO 2020						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿De qué manera el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020?	Determinar de qué manera el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020.	El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un impacto social significativo en la lucha contra la COVID-19 en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante el año 2020.	Variable independiente: PROGRAMA DE TELEVISIÓN	▪ Audiencia	- Preferencias de género - Preferencias de edad - Alcance y cobertura demográfica: (personas a las que llegó el programa de televisión Corona Virus Manta Willaq)	Tipo: Básica Nivel: Correlacional Diseño: No experimental Enfoque: Mixto -Cuantitativo -Cualitativo Población: (30 861) pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar departamento del Cusco. Muestra: (379) televidentes del Programa "Corona Virus Manta Willaq" -Actores clave. Técnicas e instrumento Técnicas - Encuestas - Entrevistas Instrumentos: - Cuestionario de preguntas cerradas
				▪ Opinión publica	- Nivel de confianza que tuvo el programa - Nivel de importancia que tuvo el programa - Nivel de satisfacción del programa - Nivel de influencia del programa en la comunidad	
				▪ Valoración del público	- Relevancia de temas en el programa - Calidad del contenido - Recomendación del programa	

						- Guía de entrevista Técnicas y procesamiento de datos
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	Variable dependiente: IMPACTO SOCIAL		- Ansiedad y estrés reducido - Bienestar subjetivo y la satisfacción del espectador - Autogestión de la salud	Análisis cuantitativo - Procesamiento de datos por el estadístico SPSS V.26
P.E.1: ¿Cómo la audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión Coronavirus Manta Willaq contribuyeron al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19?	O.E.1: Identificar cómo la audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” contribuyeron al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.	H.E.1: La audiencia, la opinión pública y la valoración del público del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” son factores que contribuyen positivamente al impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.		▪ Emocional		Análisis cualitativo - Transcripción textual de las entrevistas por código y categorías.
				▪ Cognitiva	- Conocimientos adquiridos del programa sobre el COVID-19 - Fomento del pensamiento reflexivo (habilidad para identificar y cuestionar sesgos o desinformación relacionada con el COVID-19.) - Acción basada en el conocimiento adquirido (Cambios en las actitudes y comportamientos de los espectadores)	
P.E.2:	O.E.2: Conocer el impacto social			▪ Relacional	- Empatía y solidaridad - Conexión y apoyo social - Cambios en las	

¿Cuál fue el impacto social atribuibles al programa de televisión Coronavirus Manta Willaq en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19?	atribuible al programa de televisión Coronavirus Manta Willaq en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, durante la pandemia de la COVID-19.	H.E.2: El programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” generó un impacto social positivo en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco, reflejados en aspectos emocionales, cognitivos y relacionales durante la pandemia de la COVID-19.			interacciones y relaciones cercanas	
---	--	--	--	--	-------------------------------------	--

Elaboración propia.

Anexo 2. Instrumento para la recolección de datos



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO
ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E
IDIOMA**



ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Estimado Sr.(a). Recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con sinceridad y veracidad el siguiente cuestionario de preguntas que tiene por finalidad recoger la información para la realización del proyecto: “Programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” en la lucha contra la Covid – 19 y su impacto social en los pobladores del distrito de Yauri, provincia de Espinar – Cusco 2020”. Estos datos se utilizarán de manera discreta y solo serán usados con fines de investigación.

Agradecemos su valiosa colaboración la cual será de mucha utilidad para el desarrollo de la presente investigación.

2. Ud. Fue televidente del programa Coronavirus Manta Willaq transmitida en el año 2020:

2. (SI) 2. (NO)

Si la respuesta es “No” finalizar la encuesta.

PROGRAMA DE TELEVISIÓN					
DATOS PERSONALES					
P2: Sexo		P3: Edad	P4: Procedencia		
2. (M) 2. (F)					
A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones, seleccione la opción que mejor represente su opinión en una escala del 1 al 4: Donde 1 es Totalmente en desacuerdo y 4 Totalmente de acuerdo.					
D2	❖ OPINIÓN PÚBLICA	ESCALA DE MEDICIÓN			
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		(1)	(2)	(3)	(4)
P5	Considera Ud. ¿Qué la información proporcionada por el programa “Coronavirus Manta Willaq” generó un nivel de confianza adecuado en la población con respecto a la información relacionada con la salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
P6	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de importancia significativo para mantener informado(a) a la población sobre temas relevantes para la salud durante la pandemia de la Covid - 19?	1	2	3	4
P7	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de satisfacción relevante en cuanto a la calidad de la información proporcionada durante la pandemia de la Covid - 19?	1	2	3	4
P8	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de influencia significativo en la conciencia de la comunidad sobre la importancia de seguir las pautas de salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
D3	❖ VALORACIÓN DEL PÚBLICO	(1)	(2)	(3)	(4)
P9	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo relevancia en temas relacionados a la	1	2	3	4

	salud para la comunidad durante la pandemia de la Covid-19?				
P10	Considera Ud. ¿Qué la calidad del contenido proporcionada por el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” fue eficiente?	1	2	3	4
P11	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” proporcionó relevancia a las medidas preventivas y concientización de manera efectiva durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
IMPACTO SOCIAL					
D1	❖ EMOCIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN			
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		(1)	(2)	(3)	(4)
P12	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” contribuyo a la reducción de la ansiedad y estrés durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P13	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” logró un bienestar subjetivo y satisfacción del espectador en cada transmisión durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P14	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión "Coronavirus Manta Willaq" fue útil para la autogestión de la salud durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
D2	❖ COGNITIVO	(1)	(2)	(3)	(4)
P15	Considera Ud. ¿Qué los conocimientos adquiridos del programa "Coronavirus Manta Willaq" relacionadas a las vacunas, medicamentos y lavado de manos fueron útiles para la prevención durante la pandemia de la Covid – 19?	1	2	3	4
P16	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” le ayudó a desarrollar un pensamiento	1	2	3	4

	reflexivo al proporcionarle herramientas y estrategias para observar la veracidad y confiabilidad de la información durante la pandemia de la Covid -19?				
P17	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” le motivó desarrollar acciones basadas en el conocimiento adquirido para prevenir la Covid -19?	1	2	3	4
D3	❖ RELACIONAL	(1)	(2)	(3)	(4)
P18	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” promovió la empatía y la solidaridad durante la pandemia de la Covid -19?	1	2	3	4
P19	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” tuvo un nivel de conexión y apoyo social con los televidentes durante la pandemia de la Covid-19?	1	2	3	4
P20	Considera Ud. ¿Qué el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” influyo en los cambios, interacciones y relaciones cercanas durante la pandemia de la Covid -19?	1	2	3	4

Elaboración propia.

Anexo 3. Guía de entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMA

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Guía de Entrevista

La presente investigación “PROGRAMA DE TELEVISIÓN “CORONAVIRUS MANTA WILLAQ” EN LA LUCHA CONTRA LA COVID – 19 Y SU IMPACTO SOCIAL EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE YAURI, PROVINCIA DE ESPINAR – CUSCO 2020”, no comparte información personal de los participantes. Los datos recopilados se manejarán de forma confidencial y se utilizarán exclusivamente con propósitos investigativos.

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres:

.....

Cargo desempeñado:

Área de trabajo:

PROGRAMA DE TELEVISIÓN	
D1: AUDIENCIA	
13.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión ‘Coronavirus Manta Willaq’ tuvo preferencias de audiencia en cuanto a género, sexo o edad durante la pandemia de la Covid - 19? ¿Por qué?
14.	¿Cuál fue el alcance y la cobertura que el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' tuvo en la localidad de Espinar durante la pandemia de la Covid-19?
D2: OPINIÓN PUBLICA	
15.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión ‘Coronavirus Manta Willaq’ tuvo una gran relevancia en la localidad de Espinar? ¿Por qué?
16.	Cree Ud. ¿Qué el programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' logró satisfacer las necesidades de la población? ¿Por qué?
D3: VALORACIÓN DEL PÚBLICO	
17.	Cree Ud. ¿Que los temas abordados en el programa 'Coronavirus Manta Willaq' fueron pertinentes y relevantes para prevenir y concientizar a la población durante la pandemia de la Covid – 19? ¿Por qué?
18.	¿Cómo evaluaría Ud. la calidad del contenido presentado en el programa 'Coronavirus Manta Willaq'? ¿Por qué?
IMPACTO SOCIAL	
D1: IMPACTO EMOCIONAL	
19.	Durante la pandemia. Ud. ¿Recibió comentarios o testimonios de televidentes que indicaban a ver sentido una reducción en la ansiedad y el estrés gracias a la información proporcionada por el programa 'Coronavirus Manta Willaq'?
20.	Durante la pandemia Ud. ¿Observó algún cambio en la autogestión de la salud por parte de los televidentes a raíz de la información proporcionada por el programa 'Coronavirus Manta Willaq'?
D2: IMPACTO COGNITIVO	

21.	Durante la pandemia. ¿Qué grado de conocimiento considera Ud. que los espectadores del programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' han adquirido acerca de temas como la prevención, vacunas, medicamentos y lavado de manos para prevenir la Covid - 19?
22.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció algún incremento en la capacidad de los televidentes del programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq' para tomar decisiones informadas sobre su salud y bienestar? ¿De qué manera?
D3: IMPACTO RELACIONAL	
23.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció cambios significativos en las interacciones y relaciones cercanas entre los televidentes del programa de televisión 'Coronavirus Manta Willaq'? ¿De qué manera?
24.	Durante la pandemia Ud. ¿Evidenció cambios en la participación ciudadana y en la capacidad de los televidentes para involucrarse activamente en iniciativas relacionadas con la salud dentro de la localidad?

Elaboración propia

Anexo 4. Registro fotográfico

Fotografía 1.

Entrevista en el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”



Nota. Dr. Frank Fred Carrillo entrevistando al Dr. Cosme Medina director del hospital de Espinar.

Fotografía 2.

Entrevista en el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” a Lic. en enfermería



Nota. Dr. Frank Fred Carrillo, entrevistando a la licenciada en enfermería Lisbeth Mercedes Quispe Medina, que lideraba una de las brigadas de Salud “Casa por casa”.

Fotografía 3.

Entrevista en el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” a la directora del hospital de Espinar



Nota: Dr. Fred Carrillo, entrevistando a la doctora Nubia Blanco Pillco directora del Hospital de Espinar.

Fotografía 4.

Brigada de salud - Espinar



Nota. Brigada de Salud, antes de recorrer “Casa por Casa” en la ciudad de Yauri brindando información de la pandemia. Efectivos del Ejército Peruano, custodiaban a enfermeras debido al Estado de Emergencia a nivel nacional e inmovilización social obligatoria las 24 horas del día.

Fotografía 5.

***Coordinación con la Oficina de la Gerencia de Desarrollo Social de la
Municipalidad provincial de Espinar***



***Nota. Dr. Frank Fred Carillo, en la Oficina de la Gerencia de Desarrollo Social de la
Municipalidad Provincial de Espinar, coordinado con las jefas de las brigadas de
salud antes de salir a campo.***

Fotografía 6.

Set de la Televisión Municipal Canal 5 de Espinar



Nota. Dr. Frank Fred Carrillo, en el set de la Televisión Municipal Canal 5 de Espinar, entrevistando a uno de los doctores de EsSalud Espinar sobre prevención del Covid 19. Ambientes del canal para montar fondo digital.

Fotografía 7.

En vivo del programa “Coronavirus Manta Willaq”



Nota. Dr. Frank Fred Carrillo, en el set de la Televisión Municipal Canal 5 de Espinar con una invitada durante la transmisión en vivo del programa “Coronavirus Manta Willaq”.

Fotografía 8.

Transmisión del programa “Coronavirus Manta Willaq”



Nota. Dr. Frank Fred Carrillo, en el set de la Televisión Municipal Canal 5 de Espinar durante una transmisión del programa “Coronavirus Manta Willaq”, en entrevista con el Dr. Javier Ramírez, Director de Inteligencia Sanitaria ex DIRESA Cusco.

Fotografía 9.

Afiche oficial del programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq”

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE ESPINAR**

**PROGRAMA TV
CORONAVIRUS
MANTAWILLAQ**

CANAL 5

**HORARIO
LUNES A VIERNES
6:00PM - 7:00PM**

**ENTREVISTA A LAS
INSTITUCIONES
PRESTADORAS DE SALUD**

- * MINSA
- * ESSALUD
- * CENTRO DE SALUD
MENTAL ESPINAR

PERÚ Ministerio de Salud

**LINEA COVID
966 501 335**

**INFORMAMOS NUESTRO
TRABAJO DIARIO DE LAS
BRIGADAS DE SALUD
MUNICIPAL Y MEDIDAS
PREVENTIVAS PARA EL
COVID - 19.**

**Sr. Lolo Arenas Armendariz
Alcalde**

**Gestión
2019 - 2022**

Nota. Afiche oficial elaborado para promocionar el programa de televisión “Coronavirus Manta Willaq” emitido por Televisión Municipal Canal 5 de Espinar, de lunes a viernes de 18 a 19 horas.