



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Quintero Valencia, Anita del Rosario (ORCID: [0000-0003-1124-5727](https://orcid.org/0000-0003-1124-5727))

**ASESORA:**

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-0003-4279-0154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

## Dedicatoria

A mi familia, a mi hija para demostrarle que sí se puede continuar y también me la dedico a mí, para darme valor y demostrarme que puedo seguir y ser mejor.

A todos mis profesores, su enseñanza es un granito de arena en mi conocimiento.

¡Lo logré Ramón, lo logré!

### Agradecimiento

A Dios por permitirme llegar hasta aquí, a mi familia por alentarme a seguir LUCHANDO, a la vida porque a pesar de todas las trabas, salí adelante...

## Índice de contenidos

Carátula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	10
3.3. Escenario de estudio.....	10
3.4. Participantes.....	11
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.6. Procedimiento.....	12
3.7. Rigor Científico.....	12
3.8. Método de análisis de datos.....	13
3.9. Aspectos éticos.....	13
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	14
V. CONCLUSIONES.....	19
VI. RECOMENDACIONES.....	20
REFERENCIAS.....	21
ANEXOS.....	25

## Índice de Tablas

Tabla 1: <i>Expertos que validaron el instrumento de la investigación</i> .....	13
---	----

## Resumen

En la presente investigación se busca analizar ¿Qué funciones comunicacionales presenta el contenido de las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020? , asimismo se determinó como objetivo analizar la presentación de las funciones comunicacionales en el contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, en Setiembre, Lima, 2020. El proceso metodológico se apoyó en el paradigma cualitativo, nivel hermenéutico adoptando el método de la teoría funcionalista de Harold Lasswell y optando como técnica a la observación aplicando las fichas de observación como instrumento el cual tuvo una confiabilidad de 91%. Los resultados mostraron que las funciones comunicacionales se manifiestan en las publicaciones que emite el fan page de la iglesia Catedral de Fe. Las conclusiones a las que se arriba nos indican que la iglesia Catedral de Fe brinda un contenido de interés público, que busca guiar al usuario y brindar un mensaje que origine un cambio en la actitud y conducta y a la vez busca entretenerlos.

**Palabras clave:** *Funciones comunicacionales, contenido, fan page, publicaciones.*

## **Abstract**

This research seeks to analyze what communicational functions does the content of the Fan Page publications of the church “Catedral de Fe”, in September, Lima, 2020 present? Likewise, the objective of analyzing the presentation of the communicational functions in the content of the publications of the fan page of the Cathedral of Faith church was determined, in September, Lima, 2020. The methodological process was based on the qualitative paradigm, hermeneutical level adopting the Harold Lasswell's functionalist theory method and opting for observation as a technique, applying the observation cards as an instrument, which had a reliability of 91%. The results showed that the communicational functions are manifested in the publications issued by the fan page of the Cathedral of Faith church. The above conclusions indicate that the Cathedral of Faith church provides content of public interest, which seeks to guide the user and provide a message that causes a change in attitude and behavior and at the same time seeks to entertain them.

**Keywords:** *Communication functions, content, fan page, publications*

## I. INTRODUCCIÓN

Cuando aparecieron las redes sociales su principal motivo fue el de conectar amigos y familiares y conocer lo que sucede en diferentes partes del mundo, pero con el pasar del tiempo la tecnología, el uso de estas plataformas han incrementado teniendo ahora más posibilidades de uso que solo la conexión con los parientes, incluso ahora se crean eventos, se promocionan productos o servicios, siendo parte esencial de la vida hoy en día. Por ello, actualmente que una persona no tenga un fan page o sea usuario en un perfil social, es inaudito.

Estas plataformas online cuentan con una inmensa cantidad de usuarios, esto ha permitido que las empresas lleguen a su target de manera más eficaz, rápida y directa con páginas web interactivas y fan page en las redes sociales permitiendo tener el acceso a la cantidad de seguidores que siguen a la marca e incluso atender los pedidos y comentarios para mejorar en su imagen.

Las empresas tienen claro que ahora a través de los contenidos se debe generar la mayor retroalimentación, siendo los más conocidos los comentarios y compartidos, para que los usuarios que desconozcan la página se conviertan en seguidores. Díaz (2012) nos dice que: “Las empresas están dejando de ser físicas para convertirse en empresas de carácter virtual”. (p.61), y es cierto ahora todo es tras la pantalla, venta de ropa, venta de comida, trueques, ahora el delivery facilita todo y crea la ausencia de empresas físicas.

En los inicios de las redes sociales y el comienzo de la iglesia en la web tenía publicaciones muy superficiales y casi no había uso de la página en Facebook.

Ahora debido a la pandemia que vivimos la situación facilitó el uso de las redes para poder tener una comunicación virtual superando la presencial que antes había y por la cual se llegaba a usar las funciones comunicacionales pero ahora que todo es en el mundo de la pantalla, ¿Sus publicaciones cumplen con tener las funciones comunicacionales?

Todas las plataformas han ido evolucionando, convirtiéndose el internet en uno de los medios más influyentes, Facebook, por ejemplo es una de las páginas



más usadas día a día y el contenido que brinda es lo que permite diferenciarla de otras páginas.

Las funciones comunicacionales que cumplen estos contenidos pueden variar entre informar, socializar y entretener.

La iglesia Catedral de Fe creó su fan page el 25 de Diciembre del año 2011 y empezó a publicar fotos y vídeos de lo que pasaba domingo a domingo, fechas en donde se celebraba los cultos o servicios con los miembros de la iglesia, a medida que fue pasando el tiempo los miembros del centro de avivamiento fue creciendo así como en la página llegando a tener 14.505 millones de seguidores.

El problema general propuesto en este trabajo de investigación consiste en conocer ¿Qué funciones comunicacionales presenta el contenido de las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020? Además, cuenta con tres problemas específicos; el primero en este trabajo de investigación es ¿Cómo se presenta la función comunicacional de informar en el contenido de las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?

El segundo problema específico es ¿Cómo se presenta la función comunicacional de socializar en el contenido de las publicaciones textuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?

Y el último es ¿Cómo se presenta la función comunicacional de entretener en el contenido de las publicaciones textuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?

La justificación y relevancia de esta investigación es elemental porque permite analizar las funciones del contenido de las publicaciones en el fan page de la iglesia durante el mes de septiembre en Lima, 2020. Y permitirá conocer las funciones que utiliza cada publicación de la iglesia Catedral de fe para poder llegar a los fieles.

Se propone saber si las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe cumplen con tener las funciones comunicacionales en lo que quieren que vea el receptor.

Así mismo, el aporte práctico es que los resultados obtenidos podrán influir a que otros estudiantes puedan usar esta investigación para hacer su investigación en otras páginas, además permitirá a la iglesia saber cómo está orientando cada publicación en la página de facebook y una versión de cómo está siendo percibido el mensaje.

Este análisis será de trascendencia para el estudio de profesionales que se especializan en redes sociales, comunicadoras, periodistas, medios digitales, y cada persona que desee innovar y contribuir con estrategias digitales para el centro laboral.

Esta investigación tiene como objetivo el analizar las funciones comunicacionales del contenido que presentan las publicaciones del Fan Page de la iglesia "Catedral de Fe", Lima, 2020

Y tiene tres objetivos específicos de acuerdo a cada categoría planteada en el trabajo siendo la primera el describir cómo se presenta la función comunicacional informar en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia "Catedral de Fe", Lima, 2020, el segundo objetivo es describir cómo se presenta la función comunicacional socializar en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia "Catedral de Fe", Lima, 2020 y por último describir cómo se presenta la función comunicacional entretener en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia "Catedral de Fe", Lima, 2020

El trabajo de investigación tiene como supuesto general la premisa de que el fan page de la iglesia Catedral de Fe presenta todas las funciones comunicacionales del contenido en las publicaciones del mes de Septiembre.

A su vez cuenta con tres supuestos específicos; el primero es que el fan page de la iglesia Catedral de Fe cumple con presentar la función comunicacional de informar en sus publicaciones de distintos días del mes de Septiembre. El segundo supuesto es que el fan page de la iglesia Catedral de Fe cumple con presentar la función comunicacional de socializar en sus publicaciones del mes de Septiembre. Y el tercer supuesto es el fan page de la iglesia Catedral de Fe

cumple con presentar la función comunicacional de entretener en sus publicaciones del mes de Septiembre.

## II. MARCO TEÓRICO

En esta tesis se buscó cuatro antecedentes nacionales para la consolidación la información del marco teórico de este trabajo de investigación. Agurto, K. (2017), en su tesis titulada “Análisis del contenido multimedia de las publicaciones en la fan page de la Policía Nacional del Perú en el primer trimestre del año 2017”, para la obtención del grado académico de licenciado por la Universidad César Vallejo, tiene como objetivo analizar la presentación del contenido multimedia de las publicaciones en la fan page de la PNP en los primeros tres meses del año 2017. Esta investigación es de enfoque cualitativo de la investigación adoptando la Teoría de la Comunicación Pública y usa las fichas de observación como instrumento. Concluyendo que la Policía Nacional del Perú presenta en sus contenidos un carácter entretenido y humorístico en busca de la sensibilización de los seguidores y que los contenidos que presenta tengan un lenguaje entendible y coloquial para los que siguen la página.

Gómez, F. y Tapia, M. (2010), en su artículo “Estructura de la programación y las funciones de la emisora radio programas del Perú”, busca determinar la organización, estructura, perfil y target de la emisora Radio Programas del Perú, identificando tiempos, empleo de géneros y formatos para identificar las funciones que cumple la radio. La estructura de la programación de RPP combinan géneros y diversos formatos, se presenta como una emisora informativa y se encuentra las funciones: educativa, entretenimiento, tematización, servicios públicos, celebraciones y espectáculos, publicitarios, evidentemente a la función persuasiva se le asigna un rol importante, ya que a través de la publicidad se financia la emisora. Se usó como método la descripción analítica, con la aplicación de las fichas audio gráficas. Se identificó la estructura programática, se estableció las funciones, espacio y tiempos asignados por la emisora. La emisora RPP cumple con las funciones asignadas a los medios de comunicación, siendo la función informativa la más resaltada y utilizando diversos formatos periodísticos, incluye la tematización, la prestación de servicios comerciales sociales, psicológicos y personales, se presencia la

función educativa, seguida por la función persuasiva pero no la función de entretenimiento ya que es mínima. Demuestra que la radio tiene discurso polifónico.

Montesinos, R. (2011), en su tema titulado “Medios de comunicación y ciudadanía” busca analizar la función y los niveles de participación de los ciudadanos en los medios de comunicación, la emisión de los mensajes reflejan el sentir, problemática y necesidades de la ciudadanía y el carácter que poseen los medios. Se usó el método descriptivo y se usó dos instrumentos las técnicas de encuesta y entrevista. Permitieron revelar que la televisión es el medio más usado; el programa informativo más consumido; escaso comportamiento social de los medios; inapropiado tratamiento y cobertura de la problemática ciudadana; ausencia de programas sociales; y una relación directa de los medios con los grupos económicos y políticos.

Dipaz, Y. (2018), en su trabajo titulado “Función de los medios de comunicación social: identidad y aculturación. Aplicación didáctica bilingüe”, para obtener el grado académico de licenciado por la Universidad Enrique Guzmán y Valle, abarca la perspectiva y la evolución de los medios de comunicación social, en la identidad y aculturación. El objetivo del trabajo de investigación es la función de los medios de comunicación social: identidad y aculturación, permite que los estudiantes conozcan la evolución o cambios realizados desde el comienzo de nuestra historia hasta la actualidad, reflejando y orientando en el buen uso de los medios de comunicación y valorar lo que somos y tenemos. Los medios ayudan a estar informados de los sucesos del mundo pero hay personas que no lo utilizan adecuadamente dejando la lectura y escritura atrás.

De la misma manera se buscó 3 antecedentes internacionales que contribuyan a la realización de esta investigación y la consolidación del marco teórico de este trabajo. Concepción, K. y Balmaceda, N. (2012), en su tesis titulada “Funciones comunicacionales de la publicidad transmitida por las pantallas de los buses de la ruta 168 de la ciudad de Managua, de los meses de Julio, Agosto y Septiembre, 2012”, para obtener el grado académico de licenciado por la Universidad Centroamericana de Nicaragua, tienen como objetivo analizar las funciones comunicacionales de la publicidad transmitida en las pantallas de los

buses de la ruta 168 en Managua, durante Julio, Agosto, Septiembre del 2012 para determinar si los anuncios presentados a los usuarios informan, educan, y entretienen mediante su mensaje. Esta investigación es de carácter exploratorio, con un enfoque filosófico mixto, los resultados se presentaron en tres capítulos, se usó como instrumento las encuestas y de las fichas de análisis. Los resultados se presentaron en tres capítulos y permiten observar que los anuncios publicitarios presentados son sencillos, claros y originales por lo cual la audiencia los entiende y hace que el anuncio se diferencie de los demás. Cumplen las funciones comunicacionales de informar, entretener y educar a los usuarios mediante sus anuncios.

Mencía de Garcillán, R. y Martínez, G. (2014), en su investigación titulada “Las funciones de los medios de comunicación en la vida de una persona mayor” busca investigar el papel que ejerce los medios de comunicación en la vida de la persona mayor con el objetivo de encontrar las funciones que dichos medios tienen en su día a día, que uso le dan y cuáles son los principales motivos que les llevan a querer establecer un contacto diario con los diferentes medios. El estudio se enfoca de tres maneras: los medios de comunicación como medio de socialización, información y de entretenimiento. Tiene como conclusiones que las funciones comunicacionales son muy relevantes en las personas mayores y estas les ayudan a socializarse, a informarse y además los entretienen y acompañan.

García, F.; Echaury, A. & Pérez, F. (2011), en su trabajo titulado “Vulnerabilidad social y comunicación, la percepción sobre las funciones de los medios en un desastre”, para la obtención del grado académico de licenciado por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco es desarrollado en el Estado Mexicano de Tabasco durante el período 2008-2009, buscando conocer los efectos sociales de la inundación que en el 2007 asolara a esta entidad. En el ámbito regional se realizaron estudios, entre los que se encuentra el que se presenta en este documento, financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y el Gobierno del Estado de Tabasco y que aborda una parte del proyecto “Efectos sociales de la inundaciones”, relacionada con las funciones de los medios de comunicación. Se aplicó una encuesta en municipios con el fin

de conocer las opiniones sobre el rol de los medios de comunicación antes, durante y después del desastre. Los resultados son las preferencias mediáticas de ciudadanos en un desastre, y la utilidad que le confieren a la información obtenida en los medios.

La teoría funcionalista para la comunicación de masas trata de la función que ejercen los medios en cada individuo. Harold Lasswell dice que la persona debe estar informada, debe reaccionar ante la información y también entretenerse (2015). La principal idea de esta teoría era estudiar la forma en que afecta la comunicación al receptor del mensaje. (2020)

Las funciones de los medios de comunicación van desde tres perspectivas: como medio de socialización, de integración en la sociedad; como medio de información y como medio de entretenimiento, entre otros. (Mencía de Garcillán y Martínez, 2014).

En una sociedad coexisten diferentes sistemas que comunican en diferentes términos, ninguna función puede ser fundamento último y completo de la sociedad. Cada texto varía según lo que el emisor quiere dar a conocer.

Enrique Melón en su libro "Así es la televisión". Las funciones comunicacionales son los deberes, tareas o roles que los enunciados y expresiones del lenguaje cumplen en el proceso comunicativo. (párr. 1)

Canive y Balet (2020) indican en su blog que informar es comunicar datos que sean de interés público o privado. Informar, etimológicamente quiere decir "dar forma". La RAE lo define como enterar o dar noticia de algo, a su vez otros blog dicen que el emisor/a utiliza el lenguaje para transmitir una información. Murphy en el blog Talking mats (2014) indica que el mensaje brindado nos va a permitir conocer algo nuevo que no sabíamos o va a permitir una retroalimentación de lo ya conocido de la persona A a la persona B. Por lo tanto el informar lo encontramos relevante ya que el público desea estar al día en toda circunstancia y lo que es importante para cada uno.

La comunicación tiene como función principal informar, pero depende mucho del objetivo, elementos y tipo de información que esta función varía.

La función informar en esta investigación se divide en interés público e interés privado; interés público tiene como sinónimo el interés social o colectivo y el interés privado es lo que compete a una persona o un grupo pequeño de personas.

Otra función importante que tiene la comunicación es la de socializar, el público está interesado en capacitarse para manejar su entorno cotidiano comprendiendo que esa función cumplen los medios que emiten información útil para la audiencia e inteligentemente tratada. Los medios son muy importantes en la socialización de normas, valores y expectativas de conducta

Los medios son transmisores y generan opinión, diversas conductas y actitudes, Kotler (1998, como se citó en Mencía de Garcillán y Martínez, 2014) dice que a través de la educación se transmite diferentes valores a la sociedad.

Los medios de comunicación son generadores y transmisores de actitudes, comportamientos, valores y opiniones y el proceso de compra se encuentra estrechamente vinculado a ellos. (Mencía de Garcillán y Martínez, 2014)

Herzog (2017), dice que la actitud es una evaluación o juicio psicológico personalmente positivo o negativo hacia un objeto evaluado, como un conjunto de creencias mentales que mantenemos en relación con él, como proporcionarle un valor subjetivo a partir de una escala de valores.

El comportamiento es la respuesta a la motivación en la que se involucra lo psicológico, fisiológico y la motricidad” (p.123) (Roche Robert, 2002, como se citó en Barzola, 2016)

Shmill (2013) indica que los valores son las convicciones que las personas tienen y son las mismas que indican la forma de ser.

La RAE indica que opinión es la idea o concepto que una persona tiene o forma sobre algo.

El público espera que la comunicación sea comprensible y que permita la distracción y la evasión de la preocupación. Es simplemente para divertir y entretener al receptor, el blog COMUPEL y Canive y Balet (2020) lo indican de la misma forma. La RAE brinda dos conceptos para la palabra entretener, el primero es divertir, recrear el ánimo de alguien y el segundo divertirse jugando, leyendo, etc. Y esa definición es perfecta, hoy en día las personas también buscan relajarse o dejar un momento las cargas de los estudios o trabajos por entretenerse un momento a través de una lectura, una imagen o un vídeo es la manera ideal de levantar el ánimo de una persona.

A través de los medios de comunicación se puede evadir o distraer de los problemas, uno se puede relajar, culturizarse o disfrutar y dejar las cargas emocionales. (Mencía de Garcillán y Martínez, 2014)

El uso de un tiempo libre para actividades fuera del trabajo, que sean de la satisfacción de la persona y que mejore su calidad de vida. (Ilich, 2013, p.14)

La relajación permite que la persona controle sus estados críticos de ansiedad y activación. (Weinberg y Gould, 1996; como se citó en Gómez, 2013).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Esta investigación es de enfoque cualitativo, Barrantes (2014) indica que este estudio busca el significado de las acciones humanas y la vida social. (p.82)

En la investigación presentada se definió un estudio de tipo aplicada, ya que se busca solucionar un problema específico teniendo como base conocimientos previos. (Landeau, 2007)

El estudio aplicado no formula teorías, si no busca solucionar problemas exactos.



Es hermenéutico, ya que se explicará, traducirá o interpretará las funciones comunicacionales de las publicaciones en el fan page de la iglesia Catedral de Fe.

El diccionario soviético de filosofía define hermenéutica como el arte de interpretar el texto partiendo de sus bases objetivas y subjetivas

La hermenéutica permite interpretar textos para determinar el significado de las palabras mediante las que uno se expresa.

Hermenéutica viene del vocablo griego hermeneia, el cual significa el acto de la interpretación. Esta interpretación era exclusiva de la Teología, ya que se dedican a interpretar los textos bíblicos (Cárcamo, 2005)

### 3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

La categoría de este informe de investigación son las funciones comunicacionales y las subcategorías son informar, socializar y entretener y cada una tiene códigos. Para la función comunicacional informar está el interés privado y público, para la función socializar están actitudes, conductas, valores, opiniones y para la función entretener es ocio y relajación.

## Anexo 1

### 3.3 Escenario de estudio

El trabajo se realizará en Lima, a la que se le considera la ciudad de Reyes y Virreyes, fundada el 18 de Enero en 1535, por Francisco Pizarro y se analizarán las funciones comunicacionales del contenido del Fan Page de la iglesia “Catedral De Fe”.

La iglesia Catedral de Fe busca el crecimiento de las personas, con base en el fortalecimiento de la religión, y la mejora continua de las prácticas en la sociedad. Tiene como propósito compartir de la palabra de Dios por esa razón

se desea analizar si las publicaciones de la fan page cumplen con las funciones comunicacionales estudiadas en este trabajo de investigación.

### 3.4 Participantes

Hay varios tipos de plataformas virtuales, entre las más usadas se encuentra la plataforma online, Facebook. Esta red es utilizada de manera continua en el país y así ha crecido a pasos agigantados una comunidad de usuarios online.

Las empresas, negocios y organizaciones pueden usar plataformas online para tener presencia en esta red.

Es así como la iglesia “Catedral de Fe” decidió ingresar al mundo virtual para poder alcanzar por este medio a su público objetivo y a la vez informar a los fieles, en este caso, sobre sus servicios o acontecimientos.

Facebook es la opción que considera la mayoría de empresas cuando quieren ser parte de este mundo virtual, porque permite tener un vínculo entre los usuarios y la marca, y su objetivo principal es dar a conocer el servicio o brindar información.

Se buscó la información en tesis, libros de multimedia, revistas indexadas, artículos, blogs que permitieron obtener la información adecuada para elaborar el marco teórico.

### 3.5 Técnicas e instrumentos de estudio

La técnica más favorable para recoger los datos de esta investigación de enfoque cualitativo son las fichas de observación.

Según Valderrama (2014) la observación es el proceso que realiza el investigador con el propósito de obtener información sobre un caso, hecho o problema para luego describirlo y llevar a cabo el análisis de la información, así como la interpretación. (p.272)

Se procederá a analizar las funciones comunicacionales en las publicaciones del fan page de la iglesia “Catedral de Fe” en un tiempo determinado, el mes de septiembre, 2020. El proceso de validación de instrumentos de este informe de

investigación se llevó a cabo usando el coeficiente conocido como la V de Aiken, logrando que el instrumento obtenga un promedio que permita validar su efectividad para la recolección de datos, obteniendo un 91%.

## Anexo 6

### 3.6 Procedimiento

En la presente investigación se estudió la categoría “Funciones Comunicacionales” y la investigación consistió en analizar las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, para ello se seleccionó el mes de setiembre del año 2020, se aplicó fichas de observación a las publicaciones de los días viernes y domingos del mes seleccionado empezando por el día 04 de setiembre y terminando en el día 27 de setiembre, procediendo a describir cada publicación y haciendo su respectiva interpretación para después realizar la discusión, conclusiones y recomendaciones de la investigación. Para de esa manera aportar con un granito de arena a la investigación de otros estudiantes e incluso a las empresas y a la iglesia Catedral de Fe.

### 3.7 Rigor científico

El presente trabajo se ha desarrollado respetando los parámetros de investigación.

Se consultó a expertos en la materia de Ciencias de la comunicación, que a su vez son docentes de diferentes universidades en la capital, cuentan con estudios de especialización (posgrado) y cada uno de ellos contribuyó con su conformidad en la validación del instrumento de este proyecto de investigación, Carlos Enrique Fernández García, Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Educación; Rubén Javier Matos Chura, Magister en Comunicación; Wilder Emilio Moreno López, Magister en Comunicación; José Pérez Terrones, Magíster en Periodismo.

#### **Tabla 1**

*Expertos que validaron el instrumento de la investigación*

<b>N°</b>	<b>Experto</b>	<b>Especialidad</b>
1	Fernández García, Carlos Enrique	Licenciado en Comunicación y Magíster en Educación
2	Matos Chura, Rubén Javier	Magíster en Comunicación
3	Moreno López, Wilder Emilio	Magíster en Comunicación
4	Pérez Terrones, José del Carmen	Magíster en Periodismo

(Elaboración: fuente propia)

El presente estudio se hizo posible gracias a la búsqueda de información de distintos libros, revistas, tesis, diccionarios y artículos académicos que sustenten la veracidad de la información planteada en el marco teórico y definiciones en este trabajo.

Adicionalmente se tomó como antecedentes 7 tesis entre ellas 4 nacionales y 3 internacionales con una realidad similar permitiendo tener un mejor panorama de lo que se va a estudiar e investigar.

### 3.8 Método de análisis de datos

La técnica usada fue la observación, pasando a utilizar como instrumento, la ficha de observación, la cual se aplicó a las 8 publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe del mes de septiembre del año 2020, para después interpretar la información recogida por el instrumento.

### 3.9 Aspectos éticos

En esta investigación se ha recolectado, estudiado, analizado y procesado toda la información requerida, sin necesidad de falsificar los datos obtenidos, contrastando fuentes y verificando su veracidad; parafraseando y citando a los autores como lo indican las normas APA y las normativas de la universidad, y se ha tenido en cuenta los valores de respeto, honestidad responsabilidad, y esfuerzo para poder obtener los objetivos. Además se ha tenido en cuenta lo establecido por el área de investigación para hacer la presente investigación.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para cumplir los objetivos de la investigación, se usaron ocho fichas de observación. Este análisis se realizó colocando dentro de la ficha los puntos conocidos como códigos. Estos códigos se desglosaron de las sub categorías y ellas de la unidad de análisis en base al fan page de la iglesia Catedral de Fe.

El instrumento que se usó para resolver estos objetivos se encuentra en el anexo.

Mediante las fichas de observación, las cuales analizaron las ocho publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe. Se obtuvo una serie de resultados que ayudaron a comprender la importancia de las funciones comunicacionales en las publicaciones que deseen viralizar.

La subcategoría informar se divide en dos códigos que son informe privado e informe público.

Función informar:

La función informar es una pieza importante en las publicaciones de esta página, en ella se indica para quiénes está destinada la información que se da.

- Interés público: en las ocho publicaciones ya sean de imágenes y videos hay un texto que indica que se comparta lo publicado con un público general sin ninguna excepción.
- Interés privado: en las ocho publicaciones que se observó no se muestra algún tipo de exclusividad hacia los usuarios de la página de la iglesia, el contenido se comparte con todas las personas.

Por ello se apreció que las publicaciones de la página son de interés público, cumpliendo la primera función comunicacional que es informar.

Función Socializadora

La función socializadora es fundamental en la comunicación ya que cada publicación tiene dentro de esta función varios códigos que la conforman que son:

- Actitudes: En algunas publicaciones se observó que dan un mensaje en cuanto a la actitud de las personas como sucede en la ficha de

observación en la que analizamos que quiere dar a conocer que la avaricia no es una actitud correcta para el hombre.

- Conductas: En algunas publicaciones se observó que dan un mensaje en cuanto a la conducta de las personas como sucede en una ficha de observación en la que analizamos que quiere afianzar el respeto que se debe tener al Señor y como hacer las cosas correctamente ante sus ojos permitiendo tener un cambio de conducta y analizando como uno ha estado viviendo
- Valores: En las fichas de observación realizadas de las ocho publicaciones no se encontró el código valores de esta función.
- Opiniones: En las fichas de observación realizadas de las ocho publicaciones no se encontró el código opinión de esta función.

Por ello se apreció que en las publicaciones de la página se cumplen los códigos conducta y actitud de la segunda función comunicacional socializadora.

Función entretener

La función entretener es una pieza imprescindible en las publicaciones del fan page, en ella podemos diferenciar si las publicaciones están derivadas al ocio o al relajamiento.

- Ocio: En las fichas de observación realizadas de las ocho publicaciones no se encontró el código ocio de esta función.
- Relajamiento: En algunas publicaciones se observó que buscan relajar y entretener a los niños con sus transmisiones en las que reproducen vídeos de canciones, show de títeres e incluso un bloque donde los niños preguntan, sumándole una historia de la biblia y una breve reflexión.

Por ello se apreció que en las publicaciones del fan page de la iglesia se cumple el código relajamiento de la función comunicacional entretener.

A raíz de los resultados obtenidos mediante la ficha de observación, se ha demostrado que referente al objetivo general la cual es el análisis de las funciones comunicacionales del contenido que presentan las publicaciones del Fan Page de la iglesia "Catedral de Fe", Lima, 2020, que las funciones

comunicacionales se manifiesta en todas las publicaciones del fan page de la iglesia, además emite un mensaje correcto.

Estos resultados guardan relación con la teoría funcionalista, visto desde la perspectiva de Harold Lasswell, que busca que la audiencia esté informada en todo momento, ofrece una forma de reaccionar ante lo informado y entretener a los usuarios. Las funciones comunicacionales están conformados por las sub categorías informar, socializadora y entretener y cada una tiene su propia función, éstas se solidifican de manera conjunta haciendo que su mensaje sea más potente al llegar al usuario

A su vez estos resultados se relacionan con lo que sostiene Concepción & Balmaceda (2012) quienes indican que las funciones son necesarias para el funcionamiento del mercado porque están relacionadas directamente con la producción, venta y consumo de productos o servicios.

Mencía de Garcillán y Martínez (2014) quienes señalan que cada función comunicacional tiene la capacidad de relacionarse y da un peso al mensaje que se quiere emitir. Los autores mencionan además que las funciones comunicacionales permiten que el público este informado, entretenido y educado. Incluso dice que las funciones juegan un papel importante en la vida de las personas mayores porque les permite socializar, entretenerse e informarse además de sentirse acompañados. Además García, Echaury y Pérez (2011) sostienen que las funciones comunicacionales son muy importantes sobre todo cuando se habla de alguna crisis como lo es un desastre natural.

En lo que respecta al primer objetivo específico planteado en este trabajo de investigación como: describir cómo se presenta la función comunicacional informar en las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020 se muestra en el análisis de las fichas de observación de las 8 publicaciones estudiadas que todas tienen un texto en la parte superior de la publicación que invita a compartir lo transmitido con todas las personas sin excepciones de ningún tipo, pasando a ser de interés público no solo por los usuarios de la iglesia sino también por otros afines a la página o interesados con el contenido, cumpliendo con la función comunicacional de informar.

Estos resultados guardan relación con lo que sostienen Gómez, F. y Tapia M. (2010) quienes observan mayor preponderancia en la programación de la emisora de radio programas del Perú ya que abarca buen porcentaje en su estructura autodenominándose una emisora informativa y toda su estructura se rige por esa función comunicacional. Concepción y Balmaceda (2012) indica que los resultados muestran que si logran informar a los clientes con los anuncios que presentan para dar a conocer ciertos productos de la empresa al consumidor en los buses de la ruta 168 de Managua. Mencía de Garcillán y Martínez (2014) indica que los medios aprovechan las funciones como medios de información y estimulación cultural que serán aprovechadas por los mayores. Agurto (2017) dice que la policía nacional de Perú no se centra solamente en informar su labor como institución pública sino que brinda contenido que relaciona su marca con el público de interés.

En lo que respecta al segundo objetivo específico planteado en este trabajo de investigación como: describir cómo se presenta la función comunicacional socializar en las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020 se muestra en el análisis de las fichas de observación de las 8 publicaciones estudiadas que todas buscan orientar o persuadir al público en su conducta o actitud, cumpliendo con la función comunicacional socializadora.

De la misma manera se puede ver sostenido por Mencía de Garcillán y Martínez (2014) indica que los medios se convierten en socializadores porque son generadores y transmisores de actitudes, comportamientos, valores y opiniones, transmiten modelos de comportamiento que imita el receptor. Concepción y Balmaceda (2012) que brinda anuncios mostrando lugares desconocidos y en peligro de extinción con el fin de hacer un llamado a la gente para cuidar el medio ambiente.

En lo que respecta al tercer objetivo específico planteado en este trabajo de investigación como: describir cómo se presenta la función comunicacional entretener en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020 se puede apreciar de las 8 publicaciones analizadas en las fichas de observación que lo publicado corresponde con la



función comunicacional, ya que busca entretener a los niños en las transmisiones en vivo con shows de títeres, canciones e incluso una interacción con un bloque de preguntas y una historia bíblica.

Guardando relación con otros autores que sostienen que Concepción y Balmaceda (2012) presentando anuncios entretenidos en los buses de la ruta 168 de Managua, Mencía de Garcillán y Martínez (2014) indica que los medios de comunicación muestran mundos ficticios que las personas mayores usan como escape y olvido de preocupaciones y soledad. Agurto (2017) La mayoría de estas publicaciones de la Policía nacional del Perú son de carácter entretenido y humorístico, percibiendo que la PNP optó por priorizar la sensibilidad en los seguidores por medio de consejos y recomendaciones desde el entretenimiento.

## V. CONCLUSIONES

Con esta investigación se buscó analizar las funciones comunicacionales en las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, y luego de conocer los resultados y analizarlos a través del instrumento que fue las fichas de observación y de realizar la respectiva discusión se llegó a las siguientes conclusiones:

Se visualiza en la página de la iglesia Catedral de Fe que las publicaciones cumplen con la teoría de Harold Lasswell que dice que las funciones comunicacionales son informar, socializadora y entretener, las mismas que presenta cada publicación en el fan page, acertando en el uso de ellas.

1. El fan page de la iglesia Catedral de Fe ha empleado un buen uso de las funciones comunicacionales en redes sociales en este mes observado mostrando que las publicaciones son de interés público, entretienen y brindan una perspectiva de actitud y conducta.
2. Con respecto a cómo se presenta la función comunicacional informar, el interés público fue el que predominó en las publicaciones hechas por la iglesia "Catedral de Fe". Se llega a la conclusión de que brinda un contenido de interés público, buscando la viralización de diversos usuarios no solo seguidores de la página.
3. En relación a cómo se presenta la función socializadora, la actitud y la conducta fueron las que predominaron en las publicaciones. Se concluye que la iglesia Catedral de Fe brinda un contenido que busca orientar al usuario en su actuar diario a través de sus transmisiones e imágenes.
4. Acerca de cómo se presenta la función entretener, la relajación fue la que predominó. Se concluye que la iglesia Catedral de Fe brinda contenido que busca entretener al usuario por medio de canciones, show de títeres, entre otros.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda que pongan a todas las publicaciones que quieran compartir un link para que se expanda la difusión por otras redes, para de esa manera expandir y aumentar el compartido y las visualizaciones de las publicaciones y a su vez la cantidad de seguidores de la página.

Se recomienda seguir con este tipo de publicaciones ya que se ha demostrado que llega a tener aceptación por parte de los seguidores, y mediante este tipo de contenido se logra captar el mensaje de manera fácil.

Se recomienda hacer videos cortos y no solo transmisiones ya que es probable que no todos entren a los links compartidos.

A su vez se recomienda hacer una investigación sobre el efecto que tienen las publicaciones y transmisiones en la página de la iglesia Catedral de Fe en los seguidores de la iglesia Catedral de Fe.

Se recomienda a los futuros comunicadores hacer una investigación sobre el hipertexto, hipermedia y multimedia de las publicaciones de la página de la iglesia ya que hay bastante material para estudiar en conveniencia de la iglesia para su mejora como para otras páginas y enriquecimiento del estudiante o investigador en su carrera profesional.

Se recomienda a los futuros comunicadores e investigadores investigar la interacción que existe en las publicaciones de la página de la iglesia Catedral de Fe, ya que hay material que puede ser de utilidad en el estudio del profesional en las redes sociales como los community managers, entre otros.

## REFERENCIAS

- Arellano, N., & Cíntora, M. (2006, 5 octubre). *RECUENTO DE TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS (Equipo 1): | Universo de la Comunicación*<sup>3n</sup>. Universo de la Comunicación.  
<http://universo90164.zoomblog.com/archivo/2006/10/05/recuento-De-Teorias-De-La-Comunicacion.html>
- Bangia, R. (2015). *Introduction to Multimedia* (Firewall media ed.). Laxmi Publications Pvt. Limited.
- Barrantes, R. (2014). *Investigación: Un camino al conocimiento, Un enfoque Cualitativo, cuantitativo y mixto*. EUNED.
- Belloch, C. *Aplicaciones Multimedia Interactivas. Unidad de Tecnología Educativa* (UTE). Universidad de Valencia.
- Benassini, C. , et al (1986) *Teorías de la comunicación en Estados Unidos y Europa, tomo I*, Ediciones de Comunicación, México
- Bernardo, C., Carbajal, Y., & Contreras, V. (2019). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*, 91.  
<https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2019-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Canive, T., & Balet, R. (2020, julio 7). *¿Cuáles son las funciones y elementos de la comunicación humana? | Sinnaps*. Gestor de proyectos online.  
<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/funciones-elementos-de-la-comunicacion>
- Cárcamo, H. (2005, enero). *Hermenéutica y Análisis Cualitativo*. Hermenéutica y Análisis Cualitativo.  
[https://www.researchgate.net/publication/28106069\\_Hermeneutica\\_y\\_Analisis\\_Cualitativo](https://www.researchgate.net/publication/28106069_Hermeneutica_y_Analisis_Cualitativo)

- Fleur, M. D. L. (2020). *Teorías de la comunicación de masas* (1.ª ed.). Paidós.
- Díaz, L. (2012). *Teorías de la Comunicación*. Red Tercer Milenio.
- Definición ABC (2007). Recuperado de <https://www.definicionabc.com/>
- Definición de ilustración y tipos de ilustraciones*. (2020, 28 febrero). Arteneo. <https://www.arteneo.com/blog/definicion-de-ilustracion-y-tipos-de-ilustraciones/>
- Elósegui, T., & Muñoz, G. (2015). *Marketing Analytics. Cómo definir y medir una estrategia online*. Anaya Multimedia.
- Giannini, H. (1998). *Breve Historia de la Filosofía*. Catalonia.
- Giraldo, V. (2016, 14 julio). *Rock Content | Software e EstratÁgias de Marketing de ConteÁdo*. Un mensaje agrada, un mensaje con contenido, enamora: ¿Qué son los contenidos en el marketing? <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-elcontenido-en-el-marketing/>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Brujas.
- Martínez, G. G., & Guzmán Martínez, G. (2020b, diciembre 1). *Modelo de Lasswell: los elementos de la comunicación*. Psicología y Mente. <https://psicologiyamente.com/psicologia/modelo-de-lasswell>
- Halliday, M. (1970), "Language structure and language function (1970)", en Halliday, M. A. K., *On Grammar*, (ed. Webster, Jonathan J.), Londres, Continuum, 2002, 173-195.
- Halliday, M. (1982). *Exploraciones sobre las funciones del lenguaje*. Editorial Médica y Técnica. S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación* (Vol. 3). McGraw Hill.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw Hill.
- Herzog, S. (2017). *Experimental Analysis of Attitudes: The Factorial-Survey Approach*. Open Journal of Social Sciences.
- Introducción a la multimedia y conceptos básicos. (s. f.). . Recuperado 08 de junio de <http://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/multimedia.pdf>
- Insa, D., & Morata, R. (1998). *Multimedia e Internet*. Thomson-Paraninfo.
- Jaramillo, M. (2001, 21 diciembre). *Televisión: Pantalla e Identidad*. TV y Video Latinoamérica.  
<https://www.tvyvideo.com/200112213947/noticias/empresas/televisipantalla-e-identidad.html>
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de trabajos de investigación*. Editorial Alfa.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista científica Pensamiento y Gestión, No 20: Ene-Jun 2006*, 174.  
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3576>
- Melón, E. (1996). *Así es la televisión*. RIALP.
- Murphy, J. (2014). *What are the main purposes of human communication? Talking Mats*. Talking mats. <https://www.talkingmats.com/about-talking-mats/>
- P. (2020, 6 febrero). *06 Feb Qué es el contenido audiovisual*. Bamboo Audiovisual. <https://www.bambooaudiovisual.com/que-es-el-contenido-audiovisual/>
- Puerta, A. R. (2020, 28 abril). *Modelo de Lasswell: Elementos, Ventajas y Desventajas*. Lifeder. <https://www.lifeder.com/modelo-lasswell/>
- Rodríguez, G., Gil, J., & García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. ALJIBE.

Rincón, O., & Estrella, M. (2009). *Televisión:pantalla e identidad*.

Schmill, V. (2013). ¿Qué son los valores? Valores, ¡Ten el valor! [Web:  
www.fundaciontelevisa.org/valores/que-son-los-valores/](http://www.fundaciontelevisa.org/valores/que-son-los-valores/)

Valderrama, S. (2014) Pasos para elaborar proyectos de investigación científica.2ª reimpresión. Ed. San Marcos.

Ventura, S. (2020, 10 abril). *post\_title*. Gestion.Org.  
<https://www.gestion.org/que-es-unanuncio/>

## ANEXOS

### Anexo 1 Matriz de categorización apriorística

Problemas		Objetivos		Supuestos		Metodología
General	Específicos	General	Específicos	General	Específicos	
¿Qué funciones comunicacionales presenta el contenido de las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?	¿Cómo se presenta la función comunicacionales de informar en el contenido de las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?	Analizar las funciones comunicacionales del contenido que presentan las publicaciones del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020	Describir cómo se presenta la función comunicacional informar en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020	El fan page de la iglesia Catedral de Fe presenta todas las funciones comunicacionales del contenido en las publicaciones escogidas de distintos días del mes de Setiembre.	El fan page de la iglesia Catedral de Fe cumple con presentar la función comunicacional de informar en sus publicaciones de distintos días del mes de Setiembre.	Enfoque: Cualitativo Tipo: Aplicada Diseño: Hermenéutica Nivel: Interpretativo
	¿Cómo se presentan las la función		Describir cómo se presenta la función		El fan page de la iglesia Catedral de Fe	



	<p>comunicacionales de socializar en el contenido de las publicaciones textuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, en Setiembre, Lima, 2020?</p>		<p>comunicacional socializar en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”, Lima, 2020</p>		<p>cumple con presentar la función comunicacional de socializar en sus publicaciones de distintos días del mes de Septiembre.</p>	
	<p>¿Cómo se presentan las la función comunicacionales de entretener en el contenido de las publicaciones textuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de Fe”,</p>		<p>Describir cómo se presenta la función comunicacional entretener en las publicaciones audiovisuales del Fan Page de la iglesia “Catedral de</p>		<p>El fan page de la iglesia Catedral de Fe cumple con presentar la función comunicacional de entretener en sus publicaciones de distintos</p>	

	en Setiembre, Lima, 2020?		Fe", Lima, 2020		días del mes de Septiembre.	
--	------------------------------	--	--------------------	--	--------------------------------	--

## Anexo 2



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Fernández García, Carlos Enrique

Título y/o Grado: Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magister de Educación

Ph. D..... ( ) Doctor..... ( ) Magister.... ( X ) Licenciado.... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Fecha: \_\_\_\_\_

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

### “Funciones comunicacionales del contenido en las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:

FIRMA

## Anexo 3

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MATOS CHURA RUBEN JAVIER

Título y/o Grado: Comunicador social

Ph. D..... ( )	Doctor..... ( )	Magister.... ( X )	Licenciado.... ( )	Otros. Especifique
----------------	-----------------	--------------------	--------------------	--------------------

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 17/06/2020

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

#### “Funciones comunicacionales del contenido en las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020”

De la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS: Rubén Javier Matos Chura



\_\_\_\_\_  
FIRMA

## Anexo 4



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Moreno López Wilder Emilio

Título y/o Grado: Magister

Ph. D..... ( ) Doctor..... ( ) Magister.... ( X ) Licenciado.... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UNFV - UCV

Fecha: 18 - 06 - 2020

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

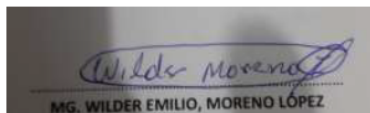
#### “Funciones comunicacionales del contenido en las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRES Y APELLIDOS: WILDER EMILIO MORENO LÓPEZ



MG. WILDER EMILIO, MORENO LÓPEZ

## Anexo 5

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Pérez Terrones José

Título y/o Grado: Maestro en Periodismo

Ph. D..... ( ) Doctor..... ( ) Magister.... ( X) Licenciado.... ( ) Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 17-06-20

#### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

**“Análisis del Contenido Multimedia de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Abril, Lima, 2020”**

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



Mg. José Pérez Terrones

## Anexo 6

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN						
Cualitativo						
Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	experto 4	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	1	4	100%
ITEM 2	1	1	1	1	4	100%
ITEM 3	1	1	1	1	4	100%
ITEM 4	1	1	1	1	4	100%
ITEM 5	1	1	1	1	4	100%
ITEM 6	1	1	1	1	4	100%
ITEM 7	1	1	1	1	4	100%
ITEM 8	1	1	1	1	4	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	1	4	100%
ITEM 11	1	1	1	1	4	100%
						91%

• COEFICIENTE DE V DE AIKEN  

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

Siendo:  
 S= la suma de si  
 Si= valor asignado por el juez i  
 n= número de jueces  
 c= número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)

## Anexo 07

The screenshot shows the Feedback Studio interface. The main content area displays the following information:

- UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
- FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**
- ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**
- TÍTULO PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**
- ASIGNATURA: COMUNICACIÓN**
- ASESORA: Mg. Patricia Revilla de Torres**
- LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSODIA Y FONÉTICA DEL LENGUAJE**
- USUARIO: PERU**

The right sidebar shows a **Resumen de coincidencias** (Summary of coincidences) with a **20%** rate. Below this, a list of sources is shown:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.uco.edu.pe	4%
2	www.socci.net	3%
3	repositorio.uca.edu.ni	3%
4	perito.unlp.edu.ar	2%
5	docplaycr.co	2%
6	Entregado a Universida...	1%

At the bottom of the interface, the status bar shows: **Página: 1 de 21**, **Número de palabras: 6086**, **Text-only Report**, **High Resolution**, **Activado**, and the system clock shows **10:42 a.m. 12/12/2020**.

## Anexo 08

Catedral de Fe  
4 de septiembre a las 10:18 · 🌐

Confiaré y esperaré en mi Padre y en sus promesas. Me cuida y quiere lo mejor para mí.  
Comparte el devocional 📄 <http://bit.ly/DevoCDF04-09>  
#DevocionaldelDia #CDFenCasa



Suelte lo que puede llevarlo a la ambición

“Todo el trabajo del hombre es para su boca, y con todo eso su deseo no se sacia”.  
Eclesiastés 6:7

Viernes 04.09

👍❤️👍 35 · 4 comentarios · 14 veces compartido

👍 Me gusta · 💬 Comentar · ➦ Compartir · 🌐



TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	04 de Setiembre					
N° de publicación	01					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Se indica en el texto encima de la foto que la publicación se comparta.
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES	X		Se muestra la imagen de un escritorio con el logo de Catedral de Fe y escrito Suelta lo que puede llevarlo a la ambición y el texto bíblico "Todo el trabajo del hombre es para su boca, y con todo eso su deseo no se sacia" Eclesiastés 6:7
			CONDUCTAS		X	
			VALORES		X	
			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	
			RELAJACIÓN		X	

## INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe mediante una imagen informa del devocional del día a todos los usuarios con el fin de dar a conocer que la avaricia no es una actitud correcta para el hombre. La iglesia coloca la imagen junto a un link para que sea rápida la compartición del mensaje que quiere dar a todos los seguidores y usuarios de Facebook; acertando en cumplir la función informar y la función socializadora.

## Anexo 09

 **Catedral de Fe**  
6 de septiembre a las 11:25 · 🌐

¡Conéctate con nosotros! #VidaKids



**60 HUESITOS**

**60 HUESITOS**

**Sherlock dogs**  
PRESENTADOR-60 HUESITOS

**STUDIO**

**Catedral de Fe**

**Vida Kids Catedral de Fe**  
6 de septiembre a las 11:00 · 🌐

Hoy tenemos un súper programa para nuestros peques, con las ocurrencias de Lorenzo, el Abuelo Aurelio, Toribio, el León y nuestra sección Pregúntale a Panchito ... [Ver más](#)

👍❤️😄 19      1 comentario 2 veces compartido

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    🗑️

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	06 de Setiembre					
N° de publicación	02					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Se indica en el texto encima de la foto que se conecten al programa.
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	
			CONDUCTAS		X	
			VALORES		X	

			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	Se muestra un video con una introducción de diversos juguetes y formas para luego pasar a un teatro con diversos títeres y luego a cantar la canción “un valiente guerrero” donde salen varios niños y títeres. Hacen un bloque de preguntale a Panchito donde algunos niños le hacen preguntas. Cuentan una historia bíblica y luego hacen reflexión sobre ello.
			RELAJACIÓN	X		

#### INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe informa de la trasmisión que habrá y pide que se conecten sin establecer ningún tipo de rango de edad o género calificándolo como apto para todo público. A su vez los usuarios pueden visualizar los shows de títeres, videos de las canciones, una historia de la biblia y una breve reflexión, acertando en cumplir la función entretener y la función comunicacional de informar.

Anexo 10



TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	11 de Setiembre					
N° de publicación	03					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Se indica en el comienzo de la transmisión el invitar a amigos y familiares a conectarse.
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	Se muestra a los pastores principales de la iglesia Catedral de Fe, Charlie y Anggie Ramos donde hablan sobre ¿cómo se puede tener el temor del Señor? ¿Cómo se puede caminar en el temor del Señor?
			CONDUCTAS	X		
			VALORES		x	
			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	
			RELAJACIÓN		X	

## INTERPRETACIÓN:

La iglesia busca que los usuarios compartan con otras personas la transmisión y afianzando en el mensaje el respeto que se debe tener al Señor y como hacer las cosas correctamente ante sus ojos permitiendo tener un cambio de conducta y analizando como uno ha estado viviendo, cumpliendo con la función comunicacional de informar y la función socializadora.



## Anexo 11

 **Catedral de Fe**  
13 de septiembre a las 11:03 · 🌐

Comenzó nuestro primer turno de [#VidaKids](#). ¡Conéctate y disfruta de nuestra programación de hoy!

[#GeneraciónQueCambia](#)



**Vida Kids Catedral de Fe**  
13 de septiembre a las 11:00 · 🌐

Hoy tenemos un súper programa para nuestros engreídos de la casa, con las ocurrencias de Lorenzo, Toribio, el León, y el Api, nuestra sección "Pregúntale a Panc... Ver más

👍❤️😂 31      1 comentario · 9 veces compartido

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    🌐

Más relevantes ▾

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	13 de setiembre					
N° de publicación	04					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Se indica en el texto encima de la foto que se conecten al programa.
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	
			CONDUCTAS		X	
			VALORES		X	
			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	Se muestra un video con una introducción de diversos juguetes y formas para luego pasar a un teatro con diversos títeres y luego a cantar la canción "esto es una fiesta" donde salen varios niños y títeres. Hacen un bloque de preguntale a Panchito donde algunos niños le hacen preguntas. Cuentan una historia bíblica y luego hacen reflexión sobre ello.
			RELAJACIÓN		X	

## INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe informa de la trasmisión que habrá y pide que se conecten sin establecer ningún tipo de rango de edad o género calificándolo como apto para todo el público. A su vez los usuarios pueden visualizar los shows de títeres, videos de las canciones, una historia de la biblia y una breve reflexión, cumpliendo acertando en cumplir la función entretener y la función de informar.

## Anexo 12

 18 de septiembre · 🌐

Él está conmigo en medio de toda circunstancia. Veré sus bendiciones al buscar su presencia.  
Comparte el devocional <http://bit.ly/DevoCDF18-09>  
[#DevocionaldelDia](#) [#CDFenCasa](#)





SU PRESENCIA ASEGURA  
NUESTRAS BENDICIONES

**YO ESTOY CONTIGO**  
Y TE GUARDARÉ  
POR DONDEQUIERA  
QUE FUERES.  
Génesis 28:15

Viernes 18.09

   40

3 comentarios 14 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir 

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	18 de Setiembre					
N° de publicación	05					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Indica en el texto en la parte superior de la foto compartir el devocional
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	Se muestra un mensaje que dice: Su presencia asegura nuestras bendiciones. Seguido por el texto bíblico: Yo estoy contigo y te guiaré por dondequiera que fueres. Génesis 28:15
			CONDUCTAS	X		
			VALORES		X	
			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	
			RELAJACIÓN		X	

#### INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe mediante una imagen informa del devocional del día a todos los usuarios con el fin de dar a conocer que Dios guía a cada uno en su caminar con él y ello trae bendición. La iglesia coloca la imagen junto a un link para que sea rápida la compartición del mensaje que quiere dar a todos los seguidores y usuarios de Facebook; acertando en cumplir la función informar y la función socializadora.

## Anexo 13

 **Catedral de Fe**  
20 de septiembre a las 11:05 · 🌐

¡Ya comenzamos con nuestra programación de hoy!  
[#VidaKids](#)



**Vida Kids Catedral de Fe**  
20 de septiembre a las 11:00 · 🌐

Hoy, 20 de setiembre, hemos preparado un programa especila para que lo disfruten en familia, junto a nuestros amigos Petunia, Lorenzo, Panchito, la oveja Lanuda... [Ver más](#)

   42 7 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir 

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	20 de Setiembre					
N° de publicación	06					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO		X	
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	
			CONDUCTAS		X	
			VALORES		X	
			OPINIONES		X	



			OCIO		X	<p>Se muestra un video con el videoclip de la canción libre donde salen varios niños y títeres, luego una introducción de diversos juguetes y formas, se hace la presentación del programa con Maricruz y luego una presentación de títeres.</p> <p>Luego cantan la canción "alive" y "yo danzo en el río" donde salen varios niños y títeres.</p> <p>Hacen un bloque de pregúntale a Panchito donde algunos niños le hacen preguntas.</p> <p>Cuentan una historia bíblica y luego hacen reflexión sobre ello.</p>
		ENTRETENER	RELAJACIÓN	X		

## INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe realiza una transmisión en la que se puede visualizar los shows de títeres, videos de las canciones, una historia de la biblia y una breve reflexión, y un bloque de interacción en la que se realizan preguntas a Panchito, acertando en cumplir la función entretener .

Anexo 14



Catedral de Fe  
25 de septiembre · 🌐

En Él, hallaré descanso, porque es poderoso para liberarme de toda carga y peso de mi vida.  
Comparte el devocional <http://bit.ly/DevoCDF25-09>  
#DevocionaldelDía #CDFenCasa

## En Él, hallará descanso

*Venid a mí*  
todos los que estáis  
trabajados y cargados,  
**Y YO OS  
HARÉ DESCANSAR**  
aprended de mí,...  
porque mi yugo  
es fácil, y ligera  
mi carga.  
Mateo 11:28-30

  
Viernes 25.09

👍❤️🙏 33      5 comentarios 17 veces compartido

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	25 de Setiembre					
N° de publicación	07					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Indica en el texto en la parte superior de la foto compartir el devocional
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES		X	Se muestra en la foto un texto que dice: En Él hallará descanso, seguido del texto bíblico: Venid a mí todos los que estáis trabajados y cargados y yo os haré descansar aprended de mí ,... porque mi yugo es fácil y ligera mi carga. Mateo 11:28.30
			CONDUCTAS	X		
			VALORES		X	
			OPINIONES		X	
		ENTRETENER	OCIO		X	
			RELAJACIÓN		X	

## INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe mediante una imagen informa del devocional del día a todos los usuarios con el fin de dar confianza a los usuarios diciendo que Dios se lleva tus cargas, dando la opción de quitarse un peso de encima, de dejar los problemas a él y liberarse. La iglesia coloca la imagen junto a un link para que sea rápida la compartición del mensaje que quiere dar a todos los seguidores y usuarios de Facebook; acertando en cumplir la función informar y la función comunicacional socializadora.

## Anexo 15



Catedral de Fe  
27 de septiembre · 🌐

Iniciamos nuestro primer turno de [#VidaKids](#).  
¡Conéctate con nosotros!



Vida Kids Catedral de Fe  
27 de septiembre · 🌐

Hoy en Vida Kids tenemos un súper programa muy especial para ti con las ocurrencias de nuestros amigos los títeres y un tema espectacular: La alimentación de lo... Ver más

👍❤️😄 25 5 veces compartido

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir    🗄️

TÍTULO	Análisis de las funciones comunicacionales del contenido de las publicaciones del fan page de la iglesia Catedral de Fe, Lima, 2020					
Fecha de publicación	27 de Setiembre					
N° de publicación	08					
CATEGORÍA	TEMÁTICA	SUB CATEGORÍAS	CÓDIGOS	SE OBSERVA	NO SE OBSERVA	DESCRIPCIÓN
FUNCIONES COMUNICACIONALES	FUNCIONES COMUNICACIONALES DEL CONTENIDO	INFORMAR	INTERÉS PÚBLICO	X		Hoy en Vida Kids tenemos un súper programa muy especial para ti con las ocurrencias de nuestros amigos los títeres y un tema espectacular: La alimentación de los 5000. No te lo pierdas!!! #CDFenCasa #VidaKids
			INTERÉS PRIVADO		X	
		SOCIALIZADORA	ACTITUDES	X		
			CONDUCTAS	X		
			VALORES	X		
			OPINIONES	X		

		ENTRETENER	OCIO	X	<p>Se muestra un video con el videoclip de la canción la armadura de pequeños héroes;</p> <p>luego una introducción de diversos juguetes y formas, se hace la presentación del programa con la profesora Maricruz y luego una presentación de títeres.</p> <p>Luego cantan la canción “valiente guerrero” donde salen varios niños y títeres.</p> <p>Hacen un bloque de preguntale a Panchito donde algunos niños le hacen preguntas.</p> <p>Cuentan una historia bíblica y luego hacen reflexión sobre ello.</p>
--	--	------------	------	---	---



## INTERPRETACIÓN:

La iglesia Catedral de Fe informa que habrá un grandioso programa y usa el “para ti”, es decir que no hay excepciones, es apto para todo. A su vez los usuarios pueden visualizar los shows de títeres, videos de las canciones, una historia de la biblia y una breve reflexión y el bloque de interacción de preguntale a Panchito, acertando en cumplir la función entretener y la función informar.