

**UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**



*Lenguaje Audiovisual y las preferencias educativas en el  
caso spot publicitario Inspiramos al país con las nuevas  
maneras de hacer empresa Lima 2019*

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

**PRESENTADO POR:**

Roberto Misael Celestino Chuhue Mendoza

**ASESOR**

Edwin Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

## CAPITULO I

### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### **.1 Descripción del problema**

“Los individuos son explicativo y son influenciado por el ambiente, esta condición le ha permitido evolucionar de tal manera que los relatos se han constituido en elementos imprescindibles para su sobrevivencia. A través de las historias las personas se vinculan entre sí, se transmiten conocimientos de generación en generación y crean explicaciones para entender la esencia misma de las cosas y su existencia en la realidad”

Por eso en la actualidad la información ya no es suficiente ya que los publicistas pretenden crear una conciencia colectiva sobre las nuevas tecnologías por eso: ¿qué se necesita para poder ser más persuasivos? ¿Cómo motivar a las personas para que el buen uso de la tecnología?

“El ser humano es narrativo por naturaleza, contar historias ha permitido: la transmisión de conocimientos de generación en generación, el desarrollo de las civilizaciones o representar la realidad. Una de las formas más efectivas que se ha podido inventar para hacerlo es el lenguaje audiovisual (aplicado en el cine, la televisión, la web o los videojuegos). Este conjunto de herramientas basadas en las imágenes en movimiento y los sonidos también ha sido y es utilizado en la publicidad, es en este ámbito comunicacional donde su capacidad se pone a prueba porque debe ser sintético, interesante y efectivo; esto debido al breve tiempo en que se tiene que emitir un spot, sobre todo en la televisión o actualmente también en la web”.

“Las capacidades narrativas del hombre han llegado a tal grado de desarrollo que ahora se crean relatos utilizando imágenes en movimiento y sonido, los cuales han repercutido en la civilización pos industrial de tal manera que son los más producidos y consumidos en la actualidad. Narrar audiovisualmente significa llegar a muchos espectadores porque es un tipo

de comunicación decodificable que guardan un alto grado de iconicidad con los elementos que representa”.

“Los medios audiovisuales han evolucionado en la medida en que la tecnología se lo permitía, pero también han ido desarrollándose los modos narrativos, en la actualidad el cine, la televisión, el internet y los videojuegos se constituyen en las plataformas de consumo mediático para estos relatos, a su vez existen ámbitos narrativos donde se genera una producción discursiva propia y son el periodismo, la ficción, el entretenimiento, el documental y la publicidad”.

“En la publicidad existe una clara tendencia a promocionar los bienes o servicios a través de la narrativa de historias, ya no basta con solo anunciar el producto, ahora es necesario acompañarlo de una historia, esta investigación busca establecer la relación que existe entre la creación del contenido publicitario y su materialización a través del uso del lenguaje audiovisual”.

“De esta forma en nuestro país, la publicidad de las entidades universitarias ha ingresado con fuerza a los medios digitales, como podemos ver no solo se enfocan en la TV sino en las redes sociales, especialmente al Facebook, con contenido propio de la marca, por lo cual entendemos que se preocupan por también tener presencia en la plataforma digital de una manera uniforme, es por ello se analizará el contenido del spots publicitario “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, para saber cuál es la protoforma de sus mensajes y comprobar si es correcta la manera como está realizando el mensaje que desea”.

## **.2 Formulación del problema**

### **.2.1 Problema principal**

¿De qué manera el lenguaje audiovisual influye en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019?

## **.2.2 Problemas específicos**

¿Cuáles son los elementos audiovisuales que influyen en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019?

¿Cuáles son los lineamientos tanto principales como las preferencias que influyen en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019?

¿Cuáles son las similitudes entre el diseño y la ejecución de la estrategia que influyen en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019?

## **.3 Objetivos de la investigación**

### **.3.1 Objetivo general**

Determinar como el lenguaje audiovisual influye en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

### **.3.2 Objetivos específicos**

Analizar los elementos audiovisuales que influyen en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

Verificar cuáles son los lineamientos tanto principales como las preferencias que influyen en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

Identificar cuáles son las similitudes entre el diseño y la ejecución de la estrategia que influyen en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

## **.4 Justificación de la investigación**

### **.4.1 Justificación teórica**

“La presente investigación se realiza a en la medida que permite generar conocimiento teórico acerca de la publicidad audiovisual que toma historias reales y las empleas como ideas narrativas trasladándolas a su dinámica comunicacional. Los ejes temáticos elegidos (lenguaje audiovisual y concientización) permitirán analizar la efectividad de la campaña, y cómo la construcción del mensaje publicitario adquiere efectividad, estructuración y coherencia. La utilización de los medios empleados para el desarrollo de la campaña publicitaria, tuvo una importancia relevante dentro de todo el proceso, ya que fueron el instrumento de llegada activa a los consumidores de la marca y a aquellos que también se engancharon con el mensaje subjetivo que mostraba la campaña”.

#### **.4.2 Justificación metodológica**

“Analizando la investigación en cuestión a los consumidores y la sociedad en la que se reproduce y en cuanto a la determinación de la muestra, es importante reconocer que los estudiantes de comunicación publicitaria de la Universidad de Lima brindarán una doble dimensión informativa respecto a estos contenidos audiovisuales publicitarios, por un lado, nos manifestarán la perspectiva de espectadores que se pueden sentir o no identificados con el mensaje”.

#### **.4.3 Justificación practica**

“El objetivo principal de este proyecto fue mantener la esencia del video, fuera del ámbito promocional y comercial, que siempre debe mantenerse en el rubro de la concientización; se planteó una manera subjetiva y eficaz de llegar al consumidor, sin condicionarlo exclusivamente ya que los jóvenes deben tomar conciencia del abuso de la tecnología, pero sin embargo un buen tratamiento de lo mismo puede hacer su vida más fácil sin caer en el abuso, es por eso que se desea mostrar el otro lado de lo que normalmente se veía

en las publicidades, poder reconocer un sentimiento de capacidad, de toma de decisiones entre otros, y que permita ayudar y buscar una solución rápida para el correcto uso de la tecnología”.

## **.5 Delimitación de la investigación**

### **.5.1 Temporal**

Esta indagación se llevara a cabo entre meses de enero a julio del año en curso.

### **.5.2 Espacial**

En la presente indagación se realizará en el Distrito de Santiago de Surco, específicamente en la Pre de la Universidad de Lima.

### **.5.3 Social**

“La investigación permitirá involucrar a los postulantes a la Universidad de Lima, para mejorar su pensamiento sobre la vida, la profesión y lo logros que desean alcanzar, por eso se utilizara cada uno de los medios empleados para el desarrollo de la campaña publicitaria, tuvo una importancia relevante dentro de todo el proceso, ya que fueron el instrumento de llegada activa a los consumidores de la marca y a aquellos que también se engancharon con el mensaje subjetivo que mostraba la campaña”.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **.6 Marco histórico**

“El término audiovisual empieza a usarse en Estados Unidos en los años treinta tras la aparición del cine sonoro. Sin embargo, es en Francia, durante la década de los cincuenta, cuando esta expresión comienza a ser usada para referirse a las técnicas de difusión simultáneas. A partir de entonces el concepto se amplía y el término se sustantiva. En el terreno de los medios de comunicación de masas se habla de lenguaje audiovisual y comunicación audiovisual. El término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje”.

“La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante ciertos mecanismos”:

- “1. La armonía en el que a cada sonido le corresponde una imagen.
2. La complementariedad; lo que no aporta uno lo aporta el otro.
3. El refuerzo de los significados sonoros y visuales que insisten en un mismo propósito.
4. El contraste entre ambos que determina eel significado nace del contraste entre ambos”.

“En un audiovisual la realidad se percibe acotando la imagen y el sonido. El lenguaje audiovisual tiene como principal característica la multiplicidad de sus códigos. Algunos son específicos, como los que se derivan del montaje, pero otros provienen de formas de comunicación anteriores como el lenguaje verbal y escrito, la gestualidad corporal o la música. El cine no es la realidad sino el producto de ciertas convenciones basadas en los condicionamientos del sistema perceptivo y de la cultura”.

“El origen del audiovisual está en el cine. Pero también puede considerarse el cómic una antecedente de la comunicación audiovisual en la medida que integra texto e imagen. En este sentido deben señalarse las innovaciones en el diseño gráfico asociadas a los movimientos de vanguardia que buscaban una integración “cinematográfica” de texto e imagen. La fecha oficial del nacimiento del cine fue el 28 de diciembre de 1895”.

“Los hermanos Lumière mostraron sus películas en el Salón Indien de París, uno de los primeros” “La llegada de un tren a la estación de Closat”, “mostraba una locomotora que parecía salirse de la pantalla. Su éxito que comenzó a declinar cuando el público empezó a cansarse de contemplar la vida cotidiana que ofrecían sus proyecciones”: “Salida del trabajo” o “Tráfico”, todas ellas, en un único plano fijo.

“Fue Georges Méliès quien dio sentido al cine con una puesta en escena teatral aun manteniendo el plano general. Fue el primero en la temática argumental y puede considerarse como el inventor de la ficción”: “Viaje a la Luna” de 1902 o “Viaje a través de lo imposible” “de 1904 son algunas de estas obras con argumentos de ficción que ofrecían al público mucho más que las simples escenas de la vida diaria. Méliès descubrió la posibilidad de sobreimpresionar imágenes cuando se le trabó su cámara. Cuando esta se puso nuevamente en marcha, observó que en el último cuadro habían quedado sobreimpresas dos imágenes. También inició la técnica del” “stop motion” “haciendo desaparecer cosas de la imagen, las dobles exposiciones o el uso de maquetas”.

“Hacia 1902, en Inglaterra, aparece la denominada Escuela de Brighton, que concibe el montaje como narración. Destaca Edwin Porter, que hizo dos películas muy importantes”: “Salvamento de un incendio” donde mezcla imágenes reales de los bomberos con imágenes ficticias e introduce la acción paralela; y “Asalto y robo de un tren”, “considerado el primer “western” de la historia y la primera película con un argumento estructurado en un núcleo esencial. Hay un montaje alternado de las acciones, incorpora escenarios cerrados con espacios



abiertos. Presenta imágenes estáticas e imágenes dinámicas e introduce al final de la obra un primer plano. Estas innovaciones permitirán que los espectadores aprendan a relacionar imágenes aisladas que responden a un principio de continuidad. El montaje se convierte en la base del lenguaje cinematográfico”.

## **.7 Antecedentes**

### **.7.1 Nacionales**

Olivares (2018) en su investigación “Análisis del lenguaje audiovisual de la propaganda “Pasajero, Súmate a Yo Hago el Cambio” del MTC, Lima 2018”, para optar el título de licenciada en ciencias de la comunicación. Universidad Cesar Vallejo. Tuvo como objetivo analizar cómo se presenta el lenguaje audiovisual en la propaganda “Pasajero, súmate a Yo Hago el Cambio del MTC”. Realizado en Lima Metropolitana, 2018. La población es el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y la muestra seleccionada es la propaganda “Pasajero, súmate a Yo Hago el Cambio”. La tesis está enmarcada en la teoría del Estructuralismo, la investigación es Hermenéutica de enfoque cualitativo. Se utilizó la técnica de observación y el instrumento ficha de observación. Con lo mencionado, se pudo concluir que el lenguaje audiovisual es importante se emplee de manera adecuada para que el mensaje llegue de manera adecuada al receptor.

Herrera (2017) en su investigación “El audiovisual como herramienta de comunicación publicitaria. la producción audiovisual del spot amazonas de la campaña navideña el Gran Retablo de D’onofrio para la marca Panetón D’onofrio de Nestlé Perú”, para optar el título de licenciado en comunicación. Universidad de Lima. Tuvo como objetivo analizar la producción audiovisual del spot publicitario “Amazonas”. Investigación descriptiva analítica donde se analizó la producción general del spot publicitario Amazonas, con un guion creado por Publicis por encargo de Nestlé para la campaña navideña El gran retablo de D’onofrio. El proyecto fue

licitado en concurso en el mes de junio del año 2013 por tres casas productoras, resultando ganador la empresa La Tribu Producciones bajo la dirección de José Zelada, más conocido como El Tunche, quienes me contrataron para responsabilizarme de la producción general. Las tareas que asumí incluyeron la producción de todo el proceso, una vez ganada la licitación hasta concluida la grabación. Se concluyó que la fundamentación conceptual sobre la que se sostiene un proyecto audiovisual profesional y la comprensión de que todos los detalles de la puesta en escena son esenciales para la narración, es un tema que a veces se pierde en la práctica cuando los cronogramas son muy ajustados. Al plantear un cronograma hay que considerar todas las etapas de producción dependiendo de las dimensiones del proyecto y no acelerar este proceso ya que arriesga el resultado final. En la medida de lo posible, siempre he tratado de armar planes y cronogramas de trabajo lo suficientemente holgados para trabajar el proyecto sin perjudicar el resultado. En este sentido, he aprendido a tener que lidiar con clientes y muchas veces he decidido no aceptar proyectos pues las condiciones de trabajo no eran las óptimas para su ejecución.

Tume (2016) en su investigación “Análisis del rol del lenguaje audiovisual en el cortometraje “DESCONEXIÓN” de Yecid Benavides, sobre la temática “Viveza Criolla, raíz de la corrupción”, para optar el título de licenciado en ciencias de la comunicación. Universidad Cesar Vallejo. Tuvo como objetivo analizar el rol del lenguaje audiovisual en la temática “viveza criolla, raíz de la corrupción” del cortometraje “Desconexión” de Yecid Benavides. Dicho análisis consistió en la observación y aplicación de una ficha de observación a la producción con un factor de validación del 97% llegando a la siguiente conclusión. El lenguaje audiovisual cumple el rol de reforzador de la temática “Viveza Criolla, Raíz de la Corrupción” abordada en el cortometraje “Desconexión”, pues a través de sus elementos visuales y sonoros permitió identificar las acciones representadas en la historia y acercar al espectador a los personajes y familiarizarlos con las adversidades que tienen que pasar por su forma de actuar

ante un momento decisivo. El estudio concluyó que el lenguaje audiovisual brinda importancia a un producto cinematográfico pues es el soporte de la narrativa de la historia.

Castro (2018) en su investigación “Diseño audiovisual sobre la orientación vocacional y la concientización en estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E, Santa Anita – 2018”, para optar el título de licenciado en arte y diseño gráfico empresarial. Universidad Cesar Vallejo. Tuvo como objetivo conocer el nivel de relación que existe entre un diseño audiovisual sobre la orientación vocacional y la concientización en estudiantes 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E., Santa Anita – 2018. Los cuales se encuentran en una etapa escolar en donde hablar del tema vocacional es muy importante, pues muchos estudiantes no tienen una idea clara de que estudiar una vez acabada la secundaria, dejando así pasar oportunidades en un ámbito profesional. Con una muestra de 268 estudiantes se optó por utilizar la técnica de encuesta con un instrumento de recolección de datos basado en un cuestionario de 12 preguntas, para luego procesar los resultados en el programa SPSS Statistics. Esta investigación tiene un diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, correlacional y transversal. Logrando obtener una correlación positiva media con un 0,547 y una significancia de 0,00, aceptando la hipótesis de investigación de ambas variables. Demostrando que si existe relación entre el diseño audiovisual sobre la orientación vocacional y la concientización en estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria de dos I.E, Santa Anita – 2018.

## **.7.2 Internacionales**

Aispuru (2016) en su investigación “El audiovisual como herramienta de cambio social de jóvenes en situación de exclusión en Guatemala (2004-2014)”, para optar el título de doctor en problemas en la sociedad de la información. Universidad Complutense. Madrid. Tuvo como objetivo analizar si los proyectos dirigidos a jóvenes que utilizan el audiovisual como herramienta formativa y de cambio social inciden efectivamente en la transformación, tanto de

los participantes como de su entorno comunitario más próximo y de la sociedad en un sentido amplio. Indirectamente, también se evalúan las potencialidades del vídeo como herramienta de cambio social en contextos y grupos sociales vulnerables. Investigación descriptiva. Donde se concluyó que el uso educativo del modelo participativo fomenta, entre otros valores: la conciencia crítica, la horizontalidad, el diálogo, la toma de decisiones y la responsabilidad del sujeto sobre su propia existencia, aumentando su autoestima y su independencia. Las entrevistas realizadas a los participantes y los resultados defendidos por los responsables de los proyectos demuestran que el uso de esta metodología en el área educativa informal resulta altamente eficiente en la promoción de estos ideales relacionados con la comunicación para el cambio social.

## **.8 Marco teórico**

### **.8.1 Lenguaje audiovisual**

#### **Antecedentes**

“El lenguaje audiovisual tiene su origen en el cine. La televisión si bien hereda dicho lenguaje y lo ajusta a un nuevo soporte bajo condiciones tecnológicas específicas, aporta con nuevas posibilidades. Se trata de, para empezar, características vinculadas a la producción en vivo de la imagen, pero también a su difusión en dispositivos de pequeñas pantallas”.

“Con el tiempo, esto también ha ocurrido con otros soportes audiovisuales de producción y recepción vinculados a la industria de la televisión, como el uso de cámaras de video digital y las condiciones de recepción de los diversos dispositivos de recepción que han ido apareciendo a través de una historia de más de cincuenta años”.

Por eso para Fernández y Martínez (2015)

“La narrativa audiovisual y el lenguaje (audiovisual) se nutren de reglas y códigos comunes que han ido estableciéndose a lo largo de más de un siglo de existencia del cine. Más de cien años de esfuerzos en pro de comunicar todo tipo de mensajes destinados a la comprensión de los receptores han configurado una gramática mundialmente aceptada, una suerte de lenguaje universal que entienden los espectadores de manera natural y que los creadores han de dominar para conseguir eficacia comunicativa” (p. 16).

“Esta cita hace referencia al cine como proceso cultural de producción, distribución y consumo, del lenguaje audiovisual; es decir al papel histórico del cine para configurar a través de sus dispositivos y de su industria dicho lenguaje. Sin embargo, otros dispositivos y otras industrias también aportado a la configuración de este lenguaje. Es posible plantear el lenguaje audiovisual mediante el desagregado de sus elementos, convirtiéndose estos en el fundamento para la realización de cualquier producto audiovisual: sea cine, televisión o video”. (Fernández y Martínez, 2015, p. 17)

“El lenguaje audiovisual se ha construido a lo largo de más de cien años de innovaciones visibles en productos audiovisuales del cine y la televisión. En un principio, durante los primeros años de la televisión, las emisiones solo se realizaban en vivo. Es recién a mediados de la década de los años sesenta, con la aparición y difusión del uso del videotape y los primeros sistemas de edición que los procesos de producción de la imagen televisiva se asemejan a los de producción del cine. De esta manera, las condiciones de producción y recepción estabilizaron un lenguaje audiovisual televisivo, vinculado a los formatos de los programas en los que el ritmo de la narrativa era muy distinto al del lenguaje cinematográfico”. Como señala Vivas (2016) “en el Perú la producción televisiva de los años sesenta en adelante mejoró por el uso de los sistemas de edición. Dicho cambio se manifestó, por ejemplo, en la producción de las telenovelas”. (p. 122)

“El cambio fue radical. Una nueva máquina de videotape entró a operar para posproducir novelas y los planes de trabajo se pusieron patas arriba: en lugar de grabar cinco capítulos seguidos, se grabaría uno por día. No se ensayaría toda la semana para soltar en una sola expiración el rollo contenido, sino que se respiraría a modo de cine, ensayando cada escena una vez y en seco antes de echar a correr la cinta” (Vivas; 2016, p. 127)

“Retomando el concepto de lenguaje audiovisual, habría que decir que se trata de una convención, entre espectador y realizador, que a través de sus elementos articula y permite la comprensión del relato”.

Según lo expuesto por Castillo (2014) opina que:

“No podemos olvidar que todos los lenguajes tienen sus normas (su gramática), sin las cuales no serían un medio de comunicación y entendimiento, sino un caos y el de la pantalla también las tiene, aunque sin olvidar que los lenguajes son entes vivos, en permanente evolución y así, el lenguaje cinematográfico que está formado por normas generadas de manera colectiva, ha evolucionado desde unas historias resueltas con una simplicidad que hoy nos hace sonreír, hasta desarrollos dramáticos de gran complejidad técnica y narrativa” (p. 411).

### **Conceptos**

Para Díez y Abadía (2015) sostienen que “el lenguaje visual con imágenes en movimiento se fue configurando en la práctica cinematográfica, perfeccionándose en la creación de los relatos de ficción”. (p. 21)

“Con la llegada del sonido, el color, acercamiento de la cámara a los personajes, movimientos de cámara, profundidad de campo, y los avances técnicos acercan el cine a la realidad; sin embargo, los creadores sabían que la profundidad de campo era finita, los planos agrandaban al sujeto de la pantalla, haciendo que la cámara fracasase en la misión de sustituir al

ojo. Es por eso que los creadores comenzaron a representar la realidad relatándola, creado y construyendo el lenguaje audiovisual”. (Díez y Abadía, 2015, p. 22).

Uno de los conceptos que requiere de mayor comprensión es el del *lenguaje audiovisual*, elemento básico dentro del proceso de realización de cine y televisión. El particular los críticos de cine Bedoya y León (2014) manifiestan:

“El *lenguaje audiovisual* se estructura, básicamente, a través de las operaciones de selección y combinación de imágenes en movimiento. La selección se materializa en el encuadre, mientras que la combinación lo hace en el montaje o edición. Son componentes del encuadre los planos, los ángulos de toma, los movimientos de cámara, la iluminación, el color, la escenografía, el vestuario y los actores, a los que se agrega el sonido compuesto por ruidos, música y voces humanas”. (p. 13)

El lenguaje audiovisual, tal como lo señalan la mayoría de especialistas, tiene origen cinematográfico. Dentro de las terminologías que se emplean y que en un principio causan cierta confusión están *la toma* y el *encuadre* ¿Quieren decir lo mismo? ¿En qué se diferencian?

Al respecto, Bedoya y Frías (2013) señalan:

Cuando se habla de toma en un filme o en un programa de televisión se hace referencia al aspecto puramente físico de la unidad espacio-temporal. (p. 20)

Marcel (2014), implica un aspecto creativo, entra a tallar la composición de la imagen. La realidad exterior se transforma en materia artística, es decir “el modo como el realizador desglosa y, llegado el caso, organiza el fragmento de realidad que presenta al objetivo y que se volverá a ver idéntico la pantalla” (p. 41)

Bardin (2015) menciona: “El diseño audiovisual es un medio transversal que, cada día, está más integrado en nuestras vidas de forma íntima y orgánica” (p.2).

Según Ráfols y Colomer (2013) “El tiempo es donde transcurre la descripción y explicación del espacio, presenta momentos donde se siguen reglas para ejecutar un ritmo de la secuencia o flujo de las imágenes”. (p. 33)

## **Planos**

“Tiene, aunque sin olvidar que los lenguajes son entes vivos, en permanente evolución y así, el lenguaje cinematográfico que está formado por normas generadas de manera colectiva, ha evolucionado desde unas historias resueltas con una simplicidad que hoy nos hace sonreír, hasta desarrollos dramáticos de gran complejidad técnica y narrativa” (Castillo 2014: 411).

“Los planos constituyen el primer aspecto de la participación creadora de la cámara en la filmación de la realidad exterior, para transformarla en materia artística. Se trata de la composición del contenido de la imagen, es decir, el modo como el realizador desglosa y, llegado el caso organiza, el fragmento de realidad que presenta al objetivo y que se volverá a ver idéntico en la pantalla” (Martin, 2015, p. 41).

“En la cita expuesta se reitera la idea del plano como la unidad mínima del lenguaje audiovisual. En dicha unidad el realizador interviene al determinar la dimensión de lo mostrado y al organizar la información, de forma que lo registrado contribuya a la narración audiovisual de modo significativo. Dicha organización de elementos dentro del plano se denomina composición y será revisada más adelante en este punto”.

“(…) Se puede entender por plano un fragmento continuo de imágenes. Generalmente, el plano muestra una parte del acontecer de la historia propuesta por el relato y que se desarrolla en un universo diegético. Ahora bien, hay que tener en cuenta que no es imprescindible que sea una unidad espacio-temporal diegética, es decir, que se muestre un espacio y tiempo continuos. El plano forma parte tanto de la historia del relato (por aquello que muestra) como del discurso (por como lo muestra)” (Canet y Prosper 2009: 289)



“La referida cita bibliográfica describe la estrecha relación entre el plano y la narración audiovisual. La elección de determinado plano afectará la narración, por lo que muestra y cómo lo muestra. Por ejemplo, no sería lo mismo mostrar, en un relato audiovisual, a una madre llorando en un plano general rodeada de gente, a mostrar a la misma madre en un plano cerrado de su rostro, en el que destaca la expresión del llanto y las lágrimas brotando de sus ojos. Como se ha expuesto la acción es la misma, pero el significado del relato variará dependiendo del plano seleccionado.”

#### A) Planos largos

“Los planos largos se caracterizan por describir espacios muy amplios. Son utilizados con frecuencia como referencia de acontecimientos y contexto para los personajes. En esta se encuentra el plano general largo, el plano general, el plano conjunto y el plano entero” (Canet y Prosper 2016: 292).

##### A.1.) Plano general largo y el plano general

En el plano general largo, «es muy común que sean tomas a vista de pájaro y que muestren una ciudad o paisaje. También hay que tener en cuenta el efecto espectacular que producen» (Canet y Prosper 2016, p.292).

“Por otro lado, el plano general, al igual que el plano general largo, muestra un espacio amplio”. Sin embargo, en este la figura humana si puede ser percibida. En este tipo de plano «domina el escenario, tiene una clara función referencial y permite ubicar al espectador. Por estas características, el plano general es un tipo de plano muy utilizado como plano de situación» (Canet y Prosper 2016: 293).

##### A.2.) Plano entero

«El plano entero es el de la figura humana por excelencia ya que la convierte en el elemento clave del mismo, demandando toda la atención. Todavía está contextualizando el cuerpo humano, pero el ambiente ya es claramente un elemento secundario» (Canet y Prosper 2016: 293).

## B) Planos medios

“Los planos medios se caracterizan por contextualizar a los personajes registrados. Suelen usarse para mostrar las relaciones entre personajes y el espacio que los rodea. Asimismo, estos planos tienen una función narrativa, que permite ver las expresiones de los personajes mediante sus gestos, miradas o diálogos. En esta se encuentra el plano americano y el plano medio” (Canet y Prosper 2016, p. 293).

### B.1.) Plano americano

“Dicho plano presenta a los personajes tomando como referencia la parte superior del cuerpo de los personajes desde la rodilla. El aporte de dicho plano es mostrar al individuo en el contexto. Recibe el nombre de plano americano, ya que era muy usado en las películas del Oeste para mostrar a los personajes desenfundando sus armas en los duelos. Por ejemplo, en la figura 4 se muestra un personaje femenino en posición frontal caminando, la cantidad de información del contexto se reduce dándole mayor peso visual al sujeto. Por otro lado, en programas de ficción y no ficción” «se emplea cuando un presentador o actor está de pie, solo ante la cámara, combinándolo con planos abiertos o más cerrados» (Castillo 2014, p. 414).

### B.2.) Plano medio

“Dicho plano toma como referencia la mitad del cuerpo del personaje. El aporte de dicho plano es mostrar al individuo o elemento del encuadre en un contexto. Los posiciona con

relación a un lugar”. «Estos planos permiten apreciar con mayor claridad la expresión del personaje, aunque conservando una distancia respetuosa» (Fernández 2013, p. 33).

### C) Planos cortos

“ Los planos cortos se caracterizan por tener una función primordialmente expresiva. Asimismo, descontextualizan lo mostrado en el encuadre. En esta se encuentra el primer plano, el primerísimo primer plano y el plano detalle”. (Canet y Prosper 2016, p. 293).

#### C.1.) Primer plano

«El rostro adquiere para el cine y, aún más, para la televisión una importancia mayor que en ningún otro arte visual» (Castillo 2014, p. 411).

#### C.2.) Plano detalle

“Consiste en un encuadre más cerrado que el primer plano de un elemento. Por el acercamiento, posiblemente, las características no son fácilmente percibidas en primera instancia, requieren una lectura visual más aguda del espectador”.

### D) Composición del plano

Según el Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual, la composición «(es) la organización de todos los elementos visuales en el interior del encuadre. Componer es agrupar, ordenar todos los valores visuales tomados aisladamente para obtener imágenes con sentido, según una idea guía, un estilo dirigido a alcanzar un efecto estético, informativo o narrativo determinado» (Fernández y Martínez, 2017, p. 65).

“Existen diversas técnicas para obtener una composición lograda en productos audiovisuales<sup>8</sup>. Sin embargo, la principal y más difundida es la regla de los tercios. Dicha técnica consiste en dividir el encuadre a modo de retícula en tres partes, horizontales y verticales”. Según el texto *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*, las intersecciones de los vértices que dividen el encuadre generan puntos fuertes. Asimismo, por la retícula trazada «han de pasar esas líneas o vectores, pues no solo nos referimos a vías de tren o postes de telégrafo, sino también a desplazamientos o miradas. Y lo más importante, las líneas deben dirigir la mirada al centro de interés» (Castillo 2014: 215).

### Edición

«Desde que llegó el video tape (a la televisión peruana) en 1962 existió la posibilidad de capturar y guardar ese chorro electrónico en distintos soportes cada vez más accesibles y difundidos» (Jochamovitz 2016: 56).

“La edición, también conocida como montaje, es uno de los procesos más utilizados en las producciones de cine, televisión y video. En dicho proceso se construye el significado de una producción audiovisual mediante la concatenación de los planos. Asimismo, es importante resaltar que es uno de los varios procesos de la posproducción. Sin embargo, también es necesario indicar que la relevancia de la edición va más allá de la construcción narrativa”.

“El montaje es mucho más que la compaginación sucesiva de estas tomas o planos. Es un proceso creativo del que depende, como afirmaba Pudovkin, la fuerza y el ritmo de la obra audiovisual”. En el montaje no nos limitamos a reconstruir u ordenar un espacio y un tiempo fragmentados previamente, sino que podemos inventar, crear espacios y tiempos inexistentes en la realidad, ahí radica su verdadera grandeza, eso que se ha dado en llamar “la magia del montaje” (Castillo 2014: 507).

Esta investigación empleará la clasificación propuesta por Fernández y Martínez (2014) “son cuatro tipos de montajes según el significado que generan: Narrativo, Descriptivo, Expresivo y Simbólico” (p. 189).

“En primer lugar, está el montaje narrativo. Esto ocurre cuando la edición se adecua al desarrollo temporal de un relato. Utiliza recursos como la elipsis, el flashback, el flashforward, las acciones en paralelo, entre otros. Este tipo de edición se encuentra en la mayoría de productos audiovisuales de ficción”.

“Un segundo tipo de montaje es el descriptivo. Esto ocurre cuando la edición privilegia la apreciación de los espacios físicos y los objetos representados. Utiliza recursos como el plano secuencia, el ritmo interno de los planos son más largos. Este tipo de edición se encuentra en la mayoría de productos audiovisuales de ficción y no ficción: publicitarios o documentales”.

“En tercer lugar, existe el montaje expresivo. Esto ocurre cuando la edición mediante el ritmo interno y externo busca reiterar el contenido del producto audiovisual”.

“En cuarto lugar, está el montaje simbólico. Cuando la edición emplea metáforas que pueden asociarse y emitir valores conceptuales. Este tipo de montaje puede estar integrado o no a la narración. Utiliza recursos vinculados a lo estético y artístico. Este tipo de montaje puede encontrarse en productos audiovisuales de videoarte”.

«El ritmo puede ser percibido de tres formas diferentes: lo escuchamos, lo vemos y lo sentimos» (Block 2016: 198). “En el caso de la edición el ritmo es visual porque se trabaja con imágenes, fijas o en movimiento. Asimismo, el ritmo en la edición está determinado por el contraste o afinidad entre los planos seleccionados por sus características, el orden y su duración. Cuando se habla del ritmo en la edición, este puede ser interno o externo”.

«Ingreso o salida de elementos en el plano, el movimiento de objetos al frente o detrás de otros, elementos fijos o en movimiento, el cambio de dirección» (Block 2016: 205).

“El ritmo externo se define por el corte y la duración de cada plano. Se habla de un ritmo externo apropiado en un producto audiovisual cuando «guarda una relación que percibimos adecuada entre las intenciones o velocidades de las acciones, narración y el propio ritmo interno” (Dettleff y Cassano 2017: 198).

### **Movimientos y posición de cámara**

“La cámara puede ser fija, pero también puede tener movimiento. La simple acción de mover la cámara brinda cierto dinamismo a la narración audiovisual. Sobre los movimientos de cámara en producciones audiovisuales”, «a pesar de que los movimientos de cámara tienen una función narrativa o descriptiva en el film, no por ello debe perderse de vista que su utilización puede responder a necesidades expresivas» (Borras 2017: 41).

“El movimiento de la cámara se consigue de dos formas: La primera, moviendo la cámara sobre su mismo eje, vertical u horizontal, denominados paneos o tilts respectivamente. Y, la segunda, sobre un dispositivo de movimiento o con el movimiento del operador de la cámara”. Según Martin (2015), “existe una clasificación de siete funciones de los movimientos de cámara”: (p. 55)

- “Acompañamiento de un personaje u objeto en movimiento”.
- “Creación de movimiento ilusorio en un objeto estático”.
- “Descripción de un espacio o de una acción”.
- “Definición de relaciones espaciales entre dos elementos de la acción”.
- “Relieve dramático de un personaje o de un objeto”.
- “Expresión subjetiva de la visión de un personaje en movimiento”.
- “Expresión de la tensión mental de un personaje”.

“Al hablar de la función descriptiva y expresiva de los movimientos de cámara hay códigos que deben respetarse o romperse de acuerdo con el género audiovisual realizado, ya sean estos de ficción o no”.

“También es importante mencionar dentro de los movimientos de cámara al zoom y los movimientos compuestos. El zoom les permite a los realizadores audiovisuales hacer movimientos de cámara virtuales, ya que no hay movimiento real del eje de la cámara” (Martin 2013: 185). “Este tipo de movimiento se realiza cerrando o abriendo el ángulo de visión generando la sensación de cercanía o lejanía de las personas y objetos encuadrados. Por otro lado, los movimientos compuestos implican el uso de dos tipos de movimientos”.

“La posición de la cámara como un referente de continuidad es importante para la narración audiovisual en los productos de cine y televisión, puesto que mantiene también las relaciones y un orden espacial de los objetos y personajes registrados. La enriquece con diversos puntos de vista y significado. Como se ha señalado, esta investigación no pretende ahondar en el desarrollo teórico de este punto, por lo que se consideraran solo algunas de sus características. Una de ellas, la ley de 180°”.

“Consiste en delimitar el eje (de acción del sujeto o de miradas) e imaginarnos a uno de los lados un semicírculo, dentro o sobre el cual, podremos situar la cámara sin problemas; cualquier toma desde este lado del recorrido e incluso desde el propio eje producirá una misma dirección del movimiento del sujeto en la pantalla” (Castillo 2016, p. 432).

“Según la cita, la ley de 180° implica una norma que garantiza la continuidad en las acciones representadas por los personajes en un producto audiovisual, de ficción o no”.

## Iluminación

“La iluminación es la técnica, valga la redundancia, por la que se iluminan objetos o locaciones para ser registradas por una cámara. Marcel Martin explicó sobre la iluminación que

«Constituye un factor decisivo de la creación de la expresividad de la imagen. Sin embargo, su importancia no es distinguida, y su papel, ante el espectador no advertido, no se manifiesta en forma directa, pues contribuye en especial a crear la ‘atmosfera’» (Martin 2014: 63). La iluminación, implica una propuesta estética total, que debe estar a la altura de las sensaciones que se busquen transmitir en un producto audiovisual específico, ya sea este televisivo o cinematográfico”.

“La clave alta se emplea para describir una propuesta donde la iluminación es pareja y presenta poco contraste. «Las tomas hechas en clave alta son alegres y brillantes. Comunican un estado de ánimo joven y feliz. Tienen mucho blanco y los grises suaves modulan su tono. Esto tiende a darles su aspecto optimista característico» (Castillo 2017: 113). La clave alta es característica en programas de trama ligera. Además de programas informativos y de entretenimiento”.

«Las tomas hechas con esta clase de iluminación (clave baja), tienen la tendencia a ser sombrías, serias, formales y dignas. Téngase en cuenta, además, que este tipo de iluminación incrementa notablemente el contraste de la imagen» (Castillo 2016:115

«la manera que esta se distribuirá sobre la zona hacia la que ha sido dirigida y al tipo de sombras que generara al impactar sobre un volumen determinado» (Dettleff, 2016: 74). “La calidad de la luz puede ser concentrada o difusa. Otra forma de explicar esta característica se produce ya que las partículas que componen el haz de luz mientras más cohesionadas se encuentren producen una luz concentrada o dura. Por el contrario, si dichas partículas están más dispersas, producen una luz más difusa”.

“Otra de las características es el de potencia de la luz. Dicha característica «se refiere a la cantidad de energía lumínica que genera una luminaria específica» (Dettleff, 2016: 74). La potencia está medida en watts. A medida que es mayor el número de Watts, la potencia de la luz será mayor”.



La intensidad también es una de las características que menciona Dettleff (2016) “La describe como lo opuesto a la potencia. «La intensidad lo hace en el punto de llegada, ahí donde cae la luz y rebota, facultando la visibilidad de los objetos» (p. 78).

### **Dirección de Arte**

“Al igual que la iluminación, la dirección de arte es un elemento que esta investigación considera ligado al lenguaje audiovisual. Dicho elemento es un campo muy amplio. Se propone resumir algunos de sus características que considera contribuye en la narración audiovisual de un producto como los programas de cocina. Se considerarán el vestuario, la locación y la utilería como elementos relevantes de la dirección de arte”.

#### **A. Vestuario**

“El vestuario, al parecer un elemento muy simple, es llevado por los personajes y como en la realidad, fuera de las pantallas, tiene la función esencial de cubrir los cuerpos. Sin embargo, su importancia es medular en una producción audiovisual de cualquier género, ya sea ficción o no ficción”. Según Martin (2013) e”l vestuario puede ser realista, pararealista o simbólico” (p. 68).

#### **B. Locación**

“Otro de los elementos de la dirección de arte es la locación. En esta se desarrollan las acciones registradas por la cámara. Estas pueden ajustarse a distintos contextos: recreados en estudio o espacios reales, interiores o exteriores”. «En el caso de la televisión, cuando contamos con un buen estudio de televisión (son pocos en nuestro país), trabajamos en él y esto exige de

nuestra parte un trabajo cuidado con los backings, los colores y las texturas para darles verosimilitud» (Cassano, 2017, p. 134).

### C. Utilería

“Finalmente, la variable de utilería está ligada con el de dirección de arte, ya que esta es necesaria para el desarrollo de las acciones en la narración audiovisual”. “La dirección de arte o el trabajo con los espacios, las texturas y el color del libro Introducción a la realización de ficción”, «La utilería es integral a la narración porque nos ayuda a recuperar lo cotidiano, lo natural de las acciones de nuestros personajes» (Cassano 2017: 135).

### Sonido

“El sonido es importante para el lenguaje audiovisual porque complementa la parte visual de un producto televisivo o cinematográfico”. En ese sentido, «el lenguaje “audio-visual” recibe este nombre porque ambos componentes trabajan al unísono para llevar la sensación, la información, e incluso el placer al receptor, que lo recibe por ese doble canal, el oído y los ojos. Su riqueza, su magia, reside en esa dualidad» (Castillo 2014, p. 396).

“La exitosa incorporación del sonido en sincronía a las imágenes en movimiento del cine, durante la década de los veinte, revolucionó la producción y consumo. Dicha sincronía enriqueció los relatos audiovisuales debido a que aportaba mayor información y sensaciones a los espectadores”. “En el caso de la televisión, esta nació sonando. Sin embargo, en muchas ocasiones el sonido no recibe la atención necesaria. Muchos autores, señalan que recibe mayor atención en la televisión cuando falla y cuando logra su objetivo, pasa inadvertido. A lo largo de los años los avances tecnológicos para la producción audiovisual han mejorado la cadena de producción sonora, elevando significativamente la calidad del registro y transmisión del sonido”. (Oliart 2017, p. 141).

## A. Voz

“Dicho elemento tiene origen humano. En el caso del cine o televisión la voz, se manifiesta como uno de los medios que mayor información brinda al espectador”.

«En la locución, hay que valorar en primer lugar la inteligibilidad, ya que un locutor habla para ser entendido por los espectadores. La inteligibilidad depende de diversos factores: prominencia de las consonantes, características espectrales de la voz, ritmo, articulación, vocalización (...)» (Castillo 2013, p. 401).

“La inteligibilidad en la locución asegura una correcta recepción de información emitida en las producciones audiovisuales. Asimismo, no se debe dejar de lado la importancia del registro técnico, puesto que este determinará la calidad con la que los espectadores recibirán el contenido”.

## B. Música

“El segundo es la música. La música cumple un papel muy importante en las producciones audiovisuales, ya que puede tener también una finalidad expresiva. Asimismo, la música puede ser diegética y extradiegética”. «Es aquella que adquiere el protagonismo esencial de la historia o de la acción. Oímos lo que vemos, la fuente de la música está presente y juega dramáticamente» (Castillo 2014, p. 401).

## C. Efectos de sonido

«Entendemos como “efecto” cualquier sonido incorporado a la acción que enriquezca y aumente el realismo o la intención dramática de la producción audiovisual» (Castillo 2014, p. 402). Los efectos de sonido en las producciones audiovisuales tienen orígenes diversos, pueden provenir del registro en directo o ser añadidos durante la posproducción.

## D. Silencio

“Y, finalmente, el cuarto elemento es el silencio. Dicho elemento consiste en la ausencia de sonido”. No obstante, dependiendo del género, algunas producciones audiovisuales, aprovechan el silencio como un recurso expresivo, debido a que «su uso dosificado puede generar expectación, o un impacto emotivo fuerte cuando el desarrollo lógico de la escena hace esperar un sonido fuerte» (Castillo 2014, p. 405).

### **.8.2 Disciplina educativa**

“La orientación vocacional es un campo de actividad de los científicos sociales. Con una serie de ejes que van desde el asesoramiento en la elaboración de planes de estudio hasta la selección en la vocación” (Bohoslavsky, 1985, p. 13).

“Lo que el autor quiere decir es que, la orientación vocacional es un rubro analizado por científicos sociales, es decir se enfocan y analizan grupos de la sociedad, en este caso en la educación de estudiantes de secundaria, tiene una serie de bases empezando por, asesorar un plan de estudios hasta elegir una vocación, lo cual es de utilidad para los estudiantes, quienes necesitan una idea mucho más clara de su vocación”.

“Así mismo, para Anthony y Cols (1984) la Orientación Vocacional es un proceso que tiene como objetivo despertar intereses vocacionales, ajustar dichos intereses a la competencia laboral del sujeto y a las necesidades del mercado de trabajo. El primer paso de la rehabilitación vocacional es la elección de un interés realista que permita al sujeto alcanzar su meta laboral. Es decir, la orientación vocacional se basa en encontrar un interés en la vida que tenga cada estudiante y que pueda desarrollarlo conforme pase el tiempo, este interés está sujeto a un mercado laboral que lo demande, siempre y cuando su interés sea realista dentro del mercado y este pueda ser desarrollado sin ningún problema”.

“Es así que entendemos la orientación vocacional, como un proceso que debe ser analizado, elaborado y desarrollado por los estudiantes, los cuales tendrán un asesoramiento en dicho proceso, esto lo ayudará a encontrar un interés por una vocación que piensen es la mejor para ellos, logrando de esa manera darle un rumbo y sentido a su vida profesional”.

“La elección y duelo es donde el individuo, se define como lo que quiere ser a futuro, toma un rol más maduro y adulto, se da el tiempo de conocerse mucho más para comenzar su cambio, y esto se lleva a cabo mediante un proceso de etapas”. (Bohoslavsky, 1985, p. 71 - 75).

La primera etapa (Lamento), es donde “el adolescente se queja de que “si hubiera estudiado en otro colegio entonces...” Se queja de que “si hubiera prestado más atención a los profesores...” entonces no tendría los conflictos que tiene” (p. 75).

“Es decir, el adolescente busca a quien culpar, teniendo como primera opción al colegio, para después entender que es su culpa por la falta de atención a sus profesores y sobre todo a la falta de interés personal”.

“La segunda etapa (Decepción y desesperación)”, “En el sentido de “des-esperar” de que nada va a ser alcanzado. De que “no puede hacer nada”, este momento cumple un papel funcional porque el joven rompe los antiguos moldes de conducta, examina sus sistemas de valores, ideología y relaciones con los objetos” (p. 76).

“Es decir, el adolescente siente una desesperación pues cree que no podrá hacer o alcanzar algo, deja de lado su vieja conducta y examina sus valores, su ideología y su relación con lo que lo rodea, amigos, familia y sociedad

“Todo lo anterior, ayuda a comprender mejor el tema que se busca dar a conocer, simplificando algunos aspectos y rescatando los que más se acerquen a nuestro objetivo. El estudiante entenderá estos aspectos y será capaz de comprender mejor el problema de orientación vocacional que presenta tanto el, cómo su entorno social”.

“La concientización es un acto de conocimiento, implica un desvelamiento de la realidad, con el cual yo voy adentrándome poco a poco en la esencia misma de los hechos que tengo frente a mí” (Freire, 1980, p.68)

“Es decir que la concientización es conocer la realidad, dándole interés para así poco a poco adentrarse y reconocer los hechos que están en frente de uno, para un estudiante significa conocer el problema a profundidad, darle un interés y un tiempo para analizarlo, para después pasar a buscar una posible solución que ayude a despejar sus dudas”.

Así mismo, para Bondy (2015). “Concientizar es equivalente a adoctrinar, a poner en la mente de otro, y especialmente del educando menor, ciertas nociones y valores”. (p. 98)

“Es decir que, la concientización busca implantar, una idea, un valor, un pensamiento, una postura, etc en la mente del estudiante, el cual se lleva una nueva forma de ver las cosas, de reconocer los problemas y sobre todo de entender su realidad frente a los demás”.

“Con esto podemos entender que la concientización en los estudiantes, busca dar a conocer una realidad sobre un problema que suele desconocerse por la falta de información que se le brinda, y de esta manera darle un interés mayor y un tiempo de análisis, lo cual generará nuevas ideas, nuevos valores, y un pensamiento más fresco y renovado, llevándolo a tomar conciencia sobre el problema que se presenta tanto el, como en quienes lo rodean, para el caso sus compañeros”.

Bondy (2015) opina que “La conciencia ingenua es donde el individuo no comprende sus conexiones causales, aunque haya indagado, quizás por la experiencia, dichas causas” (p. 19).

“Es decir, el estudiante desahoga toda su agresión en las personas que lo rodean, en este caso familia o amistades, todo ello a causa de no tener aún una comprensión más amplia del problema, entonces busca a quien culpar de forma agresiva”.

“La Infelicidad es donde existe una agresión hacia sí mismo (intrapunición). Es decir, el estudiante ahora dirige su ira y agresión hacia sí mismo, haciéndose daño, esto a causa de no encontrar respuestas en la agresión a los demás, entonces opta por auto agredirse, esperando conseguir respuestas, es infeliz consigo mismo y no logra valorarse”.

“La conciencia mágica es donde el individuo al no comprender el porqué de las cosas se siente dominado por ellas. En otras palabras, el estudiante al ver que aún no comprende el porqué de las cosas, se siente dominado, atrapado y controlado, por ellas, sin poder manejarlo a su gusto, dejando ser manipulado por el problema y sin respuestas hacia ello”.

“La impotencia es donde es individuo siente fuerzas angustiosas que lo confunden. Es decir, el estudiante siente una angustia enorme que lo molesta en exceso, siente una presión y una fuerza que agobia, confunde, amarga, etc, y esto se convierte en impotencia por no saber más del problema”.

“La resignación es donde el individuo espera un golpe de suerte y que esta cambie sola. Es decir, el estudiante pierde toda esperanza y se conforma esperando que su suerte cambie sola, no busca hacer más al respecto dejando de lado cualquier tipo de interés que alguna vez tuvo”.

“La conciencia crítica es donde el individuo identifica las cosas y el problema, y se empeña en conocer sus componentes internos”.

“En otras palabras, el estudiante recapacita, empieza a identificar las cosas que lo rodean y busca conocer más sobre ello, despierta un interés por el problema y busca indagar sobre este de manera más segura y confiada, analizando e identificando la realidad que tiene en frente”.

“Reconocer las debilidades logra alcanzar el entendimiento en su nivel más acabado”. La confianza es donde “su reflexión eleva su autoestima en sí mismo y en sus iguales” (Freire, 1980, p. 68).

“Es decir, el estudiante logra una confianza en sí mismo la cual contagia a su entorno, quienes también se sienten con más confianza sobre el tema, esto permite que tenga una autoestima más alta, y un grado de confianza en sus decisiones más acertada, dejando atrás a quien culpar y culpándose a sí mismo, y como ya se mencionó, logra contagiar esta confianza a sus semejantes, es decir, sus compañeros de aula que pasaran por el mismo proceso”.

### **Educación y concientización**

“Acoplar las palabras «educación» y «concientización» tiende a evocar de inmediato el trabajo y el pensamiento de Paulo Freire, cuya contribución puede apreciarse de manera muy penetrante desde el campo del ministerio educativo. Para Freire, la educación es evento gnoseológico, ejercicio de la libertad, aproximación crítica a la realidad” (Freire, 1974).

“Esto es así porque su enfoque muestra críticamente la íntima relación y la armonía que deberían existir entre la práctica y la teoría. Freire presenta de manera consistente y explícita las conexiones que existen entre los fundamentos filosóficos y los principios de la práctica educativa. Además, interpreta la vinculación entre práctica y teoría no en términos de oposición o superioridad de la una sobre la otra, sino más bien como una asociación dialéctica que subraya tanto la tensión y correlación crítica entre las dos como también su unidad, en la tradición de Hegel y Marx” (Elias, 2016, P. 96).

“Paulo Freire diseñó y desarrolló su modelo educativo y su filosofía de la educación durante varios años de compromiso activo y directo en el Brasil y Chile. Trabajó primero entre los pobres del ámbito rural en un programa de alfabetización y concientización altamente exitoso que se pensaba implementar en el Brasil, pero que fue abortado por el golpe militar de 1964” (Freire, 1970).

“Mientras estaba en el exilio en Chile, Freire trabajó durante cinco años con analfabetos del campo y la ciudad, y también se ocupó de los aspectos educativos del plan de reforma



agraria del gobierno demócratacristiano. Esta fue una excelente oportunidad para adaptar, probar, desarrollar y promover sus ideas educativas. El trabajo y el pensamiento de Freire continuaron desarrollándose en el contexto de su estadía de una década en Ginebra, como asesor educativo del Consejo Mundial de Iglesias (Oficina de Educación), y en el Institut d'Action Culturelle (IDAC)".

“Ningún otro filósofo de la educación de primera línea ha estado jamás involucrado personalmente en una diversidad tan grande de proyectos. Debe recalcarse además que la esposa de Freire, Elza, también educadora, fue la compañera indispensable y la crítica constructiva de Paulo Freire a lo largo de cuarenta años” (Freire, 1970). “La pedagogía y la filosofía educativa de Freire se centran en el potencial que el ser humano tiene para la libertad y la creatividad en medio de una realidad histórica de opresión cultural y político-económica” (Schipani, 2014, p. 23). “El pensamiento freireano apunta a descubrir e implementar alternativas liberadoras en la interacción humana a través de un enfoque socio-político radical, originalmente identificado con el nombre de” «conscientização» (Freire, 1974).

“La concientización, según Freire, es un proceso de acción cultural a través del cual las mujeres y los hombres despiertan a la realidad de su situación sociocultural, avanzan más allá de las limitaciones y alienaciones a las que están sometidos, y se afirman a sí mismos como sujetos concientes y co-creadores de su futuro histórico” (Freire, 1974). “Además de tomar profunda conciencia de esa realidad sociocultural que moldea sus vidas, las personas verdaderamente comprenden la magnitud del potencial que tienen para transformar la realidad, y transformarse a sí mismas como parte de esa realidad. En otros términos, la concientización implica mucho más que el mero hecho de «despertar» o «tomar» conciencia”.

“Por lo menos dos dimensiones adicionales más están implicadas en este concepto. Primero, la concientización debe verse como un proceso disciplinado e intencional de acción y educación, que Freire denominó «acción cultural». En sus palabras, se trata de «la forma en que

confrontamos la cultura”. Significa ver la cultura siempre como un problema, no dejar que se vuelva estática, que se convierta en un mito y nos mistifique» (Freire, 1975, p. 29).

“Segundo, la concientización debe entenderse como un proceso continuo que implica una praxis, en el sentido de la relación dialéctica entre acción y reflexión. Esto es, el enfoque de Freire, fundado en la praxis, propone una acción que reflexiona críticamente y una reflexión crítica moldeada por la práctica y validada en ella”. En sus términos, la interrelación entre autoconciencia y acción constituye una «dinámica permanente y constante de nuestra actitud hacia la cultura misma» (Freire, 1975, p. 5).

“Es precisamente en el nivel de la praxis donde ocurre la concientización en el sentido freireano del término, dado que la concientización implica una «inserción crítica en la historia», es decir, un compromiso y una toma de conciencia voluntarios, personales e históricos con miras a la transformación del mundo”. “Y este asumir de conciencia crítica conduce no sólo al análisis y la comprensión, sino también a los medios de la transformación, juntamente con otras y otros que asumen el rol de sujetos” «para darle forma a su existencia a partir de los materiales que la vida les ofrece» (Freire, 1974, p. 23).

«la concientización implica que, cuando el pueblo advierte que está siendo oprimido, también comprende que puede liberarse a sí mismo en la medida en que logre modificar la situación concreta en medio de la cual se percibe como oprimido» (Freire, 1974, p. 25).

“Esta inserción crítica en un proceso histórico determinado, que va de la mano con el compromiso de transformar la realidad, se dinamiza por una actitud utópica frente al mundo”. Freire utiliza la palabra «utopía» en el sentido positivo de una visión realista y esperanzada de un «lugar bueno», futuro y posible a la vez, donde todos pueden experimentar bienestar, libertad y comunidad, justicia y paz. La concientización conlleva un doble requerimiento utópico: por un lado, denunciar la deshumanización, la opresión y la alienación; por otro, anunciar estructuras alternativas para la humanización y la liberación.

“El lenguaje de la protesta, la resistencia y la crítica va de la mano con el lenguaje de la posibilidad y la esperanza” (Freire, 1970). “En consecuencia, la concientización estimula una toma de posición profética y esperanzada, que mantiene el futuro abierto para aquellos que se comprometen con el proceso de transformación. Se trata de una toma de posición utópica, que inspirará la praxis ulterior y que, a la vez, irá siendo reformulada por la misma praxis”.

“Por último, debería recalcar que el significado de la transformación asociada a la concientización, la praxis y la utopía, está ligado con el giro epistemológico que condujo a Freire a asumir una epistemología radical” (Freire, 1970). “Por esta razón, Freire comenzó a enfocar su análisis más agudamente hacia la educación y la política en el marco de situaciones históricas concretas, la lucha de clases y el apuntamiento ideológico de la pedagogía, y la educación como una forma de praxis revolucionaria en el contexto de un compromiso en favor de y con los oprimidos”. “A la luz de esta reformulación epistemológica, Freire definió la concientización poniendo un mayor énfasis en la relación dialéctica entre el conocer la realidad y la tarea de transformarla (esto es, el vínculo acción-reflexión), y en la necesidad de una opción ideológica previa en favor del cambio social radical para la liberación y la justicia” (Freire, 1970b).” Por tanto, la contribución freireana se convierte al menos parcialmente, en un intento de articular la pedagogía implícita en las «Tesis contra Feuerbach», de Karl Marx, a la vez que aporta la perspectiva para explorar la dinámica del conocimiento, la acción y el poder” (Mathews, 1980)

### **Educación como concientización**

“Una de las grandes intuiciones de Paulo Freire es haber percibido la asociación y la continuidad estructural que existen entre su método de alfabetización en su dimensión lingüístico-simbólica, por un lado, y el proceso de concientización en el nivel del yo y de la interacción social, por el otro. Freire ha puesto de manifiesto las interconexiones que vinculan

al lenguaje, la política y la conciencia, al estudiar la manera en que el lenguaje moldea nuestras percepciones del mundo, y nuestras intenciones frente al mundo”.

“Por tanto, él afirma que la concientización debe ocurrir simultáneamente con el proceso de alfabetización o post-alfabetización, dado que la palabra no es algo estático o desconectado de la experiencia existencial de la gente, sino más bien una dimensión de su pensamiento-lenguaje acerca del mundo. A través de la participación crítica en el proceso educativo, los educandos redescubren sus propias palabras, y expanden su capacidad para expresarse a través del desarrollo de su imaginación creativa” (Freire, 1975).

“La visión que Freire elabora de la educación y la sociedad debe entenderse en el contexto de su compromiso en la lucha por capacitar a las masas sumergidas para que emerjan y efectivamente” «digan su palabra». Cree que la sociedad moderna no estimula la libertad auténtica ni promueve el desarrollo de una conciencia crítica. Inclusive, sostiene que los seres humanos deben liberarse a sí mismos para completar su potencial humano, a la luz de su vocación ontológica como hacedores de la historia. Estos presupuestos inspiran su incisiva crítica a la concepción tradicional, «bancaria», de la educación, a la que considera un instrumento «necrofílico» de opresión y domesticación (Freire, 1970).

“Freire saca a la luz los presupuestos básicos del modelo bancario, y expone sus elementos distorsionantes: la dicotomización entre conciencia y mundo, la contradicción entre educador y educando, y la ausencia de diálogo y de mutualidad en el proceso y el contexto educativos”. Freire propone, en cambio, una educación «biofílica» y liberadora, fundada en el enfoque de la concientización. Freire adopta los términos «necrofílico» y «biofílico» de Erich Fromm, quien a su vez los toma de Miguel de Unamuno (Fromm, 2013, P. 93).

“En esta concepción de la educación, los participantes están comprometidos el uno con el otro en las distintas fases del enseñar y el aprender –la investigación, la tematización, y la problematización, y todo emana de y conduce a la praxis concreta en situaciones existenciales

dadas. La pedagogía de Freire es acción cultural dialógico-política, que problematiza y estimula la conciencia crítica, la acción transformadora y la síntesis cultural” (Freire, 1970).

“Aunque esta caracterización se aplica básicamente a todo tipo de proyectos educativos, Freire destaca el paradigma de alfabetización-concientización al utilizar la metáfora de” «alfabetización política» para describir la educación para la liberación: «debemos aprender a leer (interpretando y comprendiendo críticamente) la realidad de forma tal que las situaciones limitantes y opresivas se confronten y trasciendan en el proceso de pronunciar nuestra palabra y re-escribir –aquí está la acción transformadora– la historia y el destino de nuestro mundo» (Freire, 1970, p. 68).

“Freire ha identificado la falta de una conciencia crítica –antes que la mera «ignorancia» como tal– como la causa de la marginación, el atraso cultural y la opresión histórica de las masas populares. Supone que la manera en que conocemos depende de la forma como experimentamos la realidad a través del pensamiento y el lenguaje. Por tanto, los estados de conciencia oprimidos constituyen un problema histórico y epistemológico”.

“La idea de los distintos niveles de conciencia es crucial para entender la concientización. Para Freire, existen varias maneras claramente identificables de visualizar la relación que cada uno tiene con la realidad. Se trata de los niveles de conciencia, históricamente condicionados por cierto, que deben entenderse a la luz de la realidad histórico-cultural como una superestructura en relación con una infraestructura” (Freire, 1975).

“En este contexto, Freire ha propuesto la superación de las diversas formas de” conciencia «mágica» e «ingenua», y el desarrollo de una conciencia crítica, como los objetivos fundamentales del enfoque de concientización, especialmente en el área de los registros cognitivos y lingüísticos del comportamiento. Según Freire, aquel conocimiento que es auténticamente «liberador» y «transformador» es visto como el movimiento hacia niveles más elevados de conciencia.

“El contenido de la conciencia incluye la visión que los seres humanos tienen de su propia existencia en medio de la realidad social, como también el poder que poseen para determinar su destino y su futuro”.

“El proceso de aprendizaje comienza con el presente nivel (o los distintos niveles) de conciencia y educación tal cual se refleja en el lenguaje, las condiciones de vida, el concepto que uno tiene de uno mismo y la visión del mundo” (Freire, 1970). “Freire suplementa sus consideraciones acerca de los distintos niveles de conciencia con un enfoque de la dinámica” del «yo» y la «clase social». En los términos de esta dinámica, el movimiento del «emerger humano» va desde la conciencia oprimida, que es una falsa conciencia, hacia la conciencia de opresión, que es liberadora (Freire, 1970).

“De esta forma Freire se apropia del motivo hegeliano de la dialéctica amo-esclavo, que plantea el problema de la subordinación a la conciencia del opresor y la incorporación de ella. De hecho, aquí está la clave para entender la pedagogía del oprimido en cuanto pedagogía para el ser humano completo” (Freire, 1970b). “Desde la perspectiva freireana, la gran tarea humanista, pedagógica e histórica de los seres oprimidos es liberarse a sí mismos y también a sus opresores. Además, la auténtica solidaridad con los oprimidos involucra luchar a su lado para la transformación de la realidad objetiva que los convierte en «seres-para-otro” (Freire, 1970).

“Esta pedagogía del oprimido tiene dos etapas diferentes. En la primera, los oprimidos y las oprimidas desenmascaran el mundo de opresión y, a través de la praxis, se comprometen con su transformación. En la segunda, cuando la realidad de opresión está siendo transformada, esta pedagogía se convierte en una pedagogía para todos los seres humanos en el proceso de liberación permanente” (Freire, 1970).

“Este estudio del trabajo y el pensamiento de Paulo Freire nos llevan a la conclusión de que su enfoque contiene una estructura evolutiva y contribuye a nuestra comprensión del

desarrollo humano como tal. Se ha establecido, además, que la pedagogía de Freire es verdaderamente liberadora, en la medida en que el proceso de conocimiento y maduración de veras se reactiva por una recapitulación del movimiento de transición por las etapas del desarrollo” (Schipani, 2014).

“Se debe reiterar, por otra parte, que la concientización y la conciencia crítica no son fines en sí mismos. El objetivo por excelencia es el «emerger humano» o la humanización, a través de ese proceso liberador de acción cultural para la transformación social que faculta y capacita tanto a las personas como a las comunidades en la búsqueda de libertad, justicia y paz” (Freire, 1970).

Según Freire (1974), la concientización facilita el aprendizaje en torno a las «perspectivas de sentido», definidas como estructuras psicológicas integradas por distintas dimensiones tales como pensamiento, sentimiento y voluntad. Las perspectivas de sentido son más que una manera de ver las cosas en el sentido estricto del término: se trata de propuestas para encarar la propia vida que implican una opción práctica, una decisión de actuar.

“La posibilidad de adoptar una nueva perspectiva y de actuar consecuentemente con ella, depende de la asociación comunitaria con personas que comparten esta nueva perspectiva, y apoyan y refuerzan todo este proceso”. De hecho, el proceso que Mezirow (2014) “describe como una tarea fundamental de desarrollo hacia la madurez, es sorprendentemente análogo a un proceso creativo” (p. 78).

“ A la luz de este enfoque, un proceso de enseñanza y aprendizaje fundado en la concientización apuntará a identificar, catalizar, facilitar y vigorizar la transformación de las perspectivas de sentido del educando así como también la implementación de las correspondientes estrategias pedagógicas de acción por parte del educador”.

### **Concientización y creatividad**

“La concientización estimula una forma especial del emerger humano que es consistente con el esquema del proceso creativo, con una integridad estructural propia. Confronta las estructuras internas y externas que frustran el movimiento hacia la libertad, la plenitud y la comunidad; se opone a estas estructuras, las cuales, a través de poderosas fuerzas de socialización, imponen la adaptación y el conformismo sobre el espíritu creativo de las personas”.

“La dinámica de la concientización afecta, de esta manera, a diversas dimensiones de la vida humana, tales como el pensamiento-lenguaje, el yo, la interacción comunitaria y las estructuras institucionales, socioculturales y político-económicas. Se cree, entonces, que esta perspectiva provee de hecho la más fructífera evaluación del enfoque de la concientización, en la medida en que da cuenta de su eficacia y se mantiene fiel a la esencia de la contribución de Freire, incluyendo la fusión de sus fundamentos epistemológicos y educativos” (Schipani, 2014, p. 62).

“Cuando observamos el método freireano de alfabetización de adultos dentro del modelo paradigmático de la educación como práctica de la libertad y el cambio social, nos damos cuenta de que, como crítico de la educación, Freire ha respondido creativamente frente a la supresión y la represión de la creatividad. Ya en el primer manifiesto educativo de Freire” (1970),

“La educación como práctica de la libertad, encontramos una articulación clara y explícita de la libertad y la creatividad dentro de su enfoque de concientización”. “Freire y sus colegas estaban interesados en diseñar un proyecto educativo que sirviera como introducción a la democratización de la cultura, un programa con los seres humanos como «sujetos más que como meros receptores, un programa que sería en sí mismo un acto de creación, capaz de liberar otros actos creativos, un programa en el cual los estudiantes desarrollarían la impaciencia y la vivacidad que caracterizan a la búsqueda y a la invención” (Freire, 1980, p. 43).



“La idea era estimular el descubrimiento de la persona misma como hacedora de cultura, dotada de un impulso creativo y re-creativo” (Freire, 1980). “Como sabemos, el proyecto de alfabetización que se llevó a cabo en Brasil fue muy exitoso porque los participantes realmente experimentaban su potencial para crear y transformar”. “Freire y sus compañeros captaron la atención de los pobres, quienes comenzaron a alimentar la esperanza de que podrían «decir su palabra de una manera activa, frente a los grandes temas sociales, económicos y políticos de la realidad”. “La participación constructiva en el proceso político se presentaba como un resultado deseable y un objetivo alcanzable del proceso educativo” (Miller, 2015, p. 91). “La creatividad se estimulaba y nutría en el contexto de un proceso dialógico de enseñanza y aprendizaje llevado a cabo en los círculos de cultura”.

#### **2.4. Marco conceptual**

**“Vulnerabilidad:** Es el grado en que las personas pueden ser susceptibles a las pérdidas, los daños, el sufrimiento y la muerte, en casos de desastre. Se da en función de las condiciones físicas, económicas, sociales, políticas, técnicas, ideológicas, culturales, educativas, ecológicas e institucionales. La vulnerabilidad se relaciona con la capacidad de un individuo o de una comunidad para enfrentar amenazas específicas en un momento dado”.

**“Violencia:** Es el tipo de interacción humana que se manifiesta en aquellas conductas o situaciones que, de forma deliberada, aprendida o imitada, provocan o amenazan con hacer daño o sometimiento grave (físico, sexual, verbal o psicológico) a un individuo o a una colectividad; o los afectan de tal manera que limitan sus potencialidades presentes o las futuras”.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. Hipótesis de investigación**

##### **3.1.1. Hipótesis general**

El lenguaje audiovisual influye significativamente en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

##### **3.1.2. Hipótesis específicas**

Los elementos audiovisuales influye significativamente en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

Los lineamientos tanto principales como las preferencias que influyen significativamente en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

Las similitudes entre el diseño y la ejecución de la estrategia que influyen significativamente en las preferencias en las disciplinas educativas de la Universidad de Lima, 2019

#### **3.2. Variables de la investigación**

##### **3.2.1 Definición conceptual**

**Variable independiente:** lenguaje audiovisual

Para Hernández (2016) opina que es un “conjunto de símbolos y normas de utilización que permiten la comunicación con otras personas., donde el lenguaje verbal se usa ordinariamente al hablar o escribir, tiene sus elementos morfológicos, gramaticales y recursos estilísticos” (p. 16)

**Variable dependiente:** Preferencia en las disciplinas educativas universitarias

Para Freire (1974) opina que la concientización “es el proceso de acción cultural a través del cual las mujeres y los hombres despiertan a la realidad de su situación sociocultural, avanzan más allá de las limitaciones y alienaciones a las que están sometidos, y se afirman a sí mismos como sujetos conscientes y co-creadores de su futuro histórico” (p. 74)

### 3.2.2. Definición operacional

**Variable independiente:** lenguaje audiovisual

Es la comunicación que transmitimos a través de los sentidos de la vista y del oído y es considerada un arte en la publicidad además que el lenguaje audiovisual puede ser desde una imagen estática a una dinámica e incluso un sonido. Con todo esto nos comunicamos con un receptor (aquel que escucha u observa).

**Variable dependiente:** concientización de jóvenes

Es el diálogo franco; la liberación que produce la concientización exige una desmitificación total; donde la concientización es la mirada más crítica posible de la realidad, y que la desvela para conocerla y conocer los mitos que engañan y que ayudan a mantener la realidad de la estructura dominante.

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	REACTIVOS	ALTERNATIVAS	
				Si	No
Lenguaje audiovisual	• Elementos audiovisuales	• Planos • Ángulos			
	• Lineamientos principales y secundarios	• Movimiento de cámara • Iluminación			
	• Similitudes entre el diseño y la ejecución de estrategia	• Color • Escenografía • Vestuario			
preferencia en las disciplinas educativas universitarias	• Preferencia personales	• Características personales • Orientación vocacional	• ¿Por qué llegaste a desear estudiar educación? • ¿Qué profesión querían tus Padres que estudiaras? • ¿Principal razón por la que elegiste tu carrera?		

### **3.3. Tipo, nivel y diseño de investigación**

#### **3.3.1. Tipo de investigación**

Tipo de investigación aplicada, cuyo propósito es dar solución a situaciones o problemas concretos e identificables (Hernandez, 2015, p. 125). La investigación aplicada parte (por lo general, aunque no siempre) del conocimiento generado por la investigación básica, tanto para identificar problemas sobre los que se debe intervenir como para definir las estrategias de solución.

Para Murillo (2015) “la investigación aplicada recibe el nombre de “investigación práctica o empírica”, (p. 21) que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación. El uso del conocimiento y los resultados de investigación que da como resultado una forma rigurosa, organizada y sistemática de conocer la realidad.

La investigación aplicada persigue fines más directos e inmediatos. Tal es el caso de cualquier estudio que se proponga evaluar los recursos humanos o naturales con que cuenta una región para lograr su mejor aprovechamiento, o las investigaciones encaminadas a conocer las causas que provocan una enfermedad, con el fin de proteger la salud. Hay investigadores que, un poco candorosamente, prefieren dedicarse a este tipo de trabajos porque piensan que de ese modo podrán influir más directamente en su entorno. No negamos la buena intención que pueda existir en tales casos pero, lamentablemente, debemos recordar que una cosa es la posible aplicabilidad de una investigación y otra muy distinta su aplicación concreta y efectiva,

especialmente en el caso de las ciencias sociales. Para que ello se produzca es preciso que existan tanto la voluntad como los recursos que pueden llevar las conclusiones teóricas al plano de la vida real.

### **3.3.2. Nivel de investigación**

El nivel que se aplicará será el descriptivo- explicativo; por cuanto en primer lugar se describen las teorías sobre la primera variable y cómo repercute sobre la segunda variable.

#### **Nivel descriptivo.**

Caballero (2016) “describir significa narrar, dibujar los controles de una cosa, sin entrar en su esencia”. (p. 102) Por lo tanto, constituye el primer nivel del conocimiento científico. Como consecuencia del contacto directo o indirecto con los fenómenos, los estudios descriptivos recogen sus características externas: enumeración y agrupamiento de sus partes, las cualidades y circunstancias que lo entornan, etc.

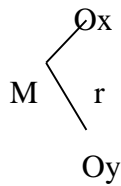
“Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema”. (Caballero, 2016, p. 103)

#### **Nivel explicativo.**

Para Sanchez (2014) como segundo nivel del conocimiento científico, aquí se requiere un conocimiento de la teoría, los métodos y técnicas de investigación, pues se trata de efectuar un proceso de abstracción a fin de destacar aquellos elementos, aspectos o relaciones que se consideran básicos para comprender los objetos y procesos. La razón de lo anterior radica en que la realidad inmediata e inicial se nos presenta como efecto (variables dependientes) y el

trabajo científico consiste en descubrir los factores, condiciones o elementos que los generan (variables independientes).

### 3.3.3. Diseño de investigación



Dónde:

**M** es la muestra de investigación

**Ox** es la primera variable

**Oy** es la segunda variable

**r** es el grado de relación entre ambas variables

Estos diseños describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. Se trata también de descripciones, pero no de categorías, conceptos, objetos ni variables individuales, sino de sus relaciones, sean estas puramente correlacionales o relaciones causales.

Lo que se mide-analiza (enfoque cuantitativo) o evalúa-analiza (enfoque cualitativo) es la asociación entre categorías, conceptos, objetos o variables en un tiempo determinado. Es uno de los diseños más usados en el ámbito de la investigación en educación y las ciencias sociales. Permite encontrar la relación existente entre dos o más variables de interés, en una misma muestra de sujetos o el grado de relación entre dos fenómenos o eventos observados.

Los diseños correlacionales-causales pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar el sentido de causalidad ni pretender analizar relaciones de causalidad. Cuando se limitan a relaciones no causales, se fundamentan en ideas o hipótesis correlacionales, y cuando buscan evaluar relaciones causales, se basan en ideas o hipótesis causales.

### 3.4. Población y muestra

#### 3.4.1. Población

La población estará compuesta por 926 estudiantes de la Universidad de Lima

#### 3.4.2. Muestra

Estará constituida por 272 estudiantes pertenecientes a la Universidad de Lima

#### 3.4.3. Muestreo

Para definir el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio simple y aplicado la fórmula estadística para poblacione:

$$n = \frac{(p.q)Z^2 .N}{(EE)^2 (N - 1) + (p.q)Z^2}$$

**Dónde:**

<b>N</b>	Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta para el trabajo de campo. Es la variable que se desea determinar.
<b>P y q</b>	Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo a la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

<b>Z</b>	Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error= 0.05, lo que equivale a un intervalo de confianza del 95 % en la estimación de la muestra, por tanto el valor $Z = 1.96$
<b>N</b>	El total de la población.
<b>EE</b>	Representa el error estándar de la estimación. En este caso se ha tomado 5.00%

**Sustituyendo:**

$$n = (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2 \times 926) / (((0.05)^2 \times 926) + (0.5 \times 0.5 \times (1.96)^2))$$

**n = 272.**

**3.5. Métodos de investigación**

El método que se aplicará en este trabajo es el descriptivo. También es aplicable el método inductivo.

El método descriptivo permite especificar las utilidades de la primera variable. El método inductivo permite inducir los beneficios que se dará frente a la segunda variable.

Para Sampiere (2015) “Consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos relacionados con otras variables tal como se dan en el presente. El método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural; por tanto las posibilidades de tener un control directo sobre las variables de estudio son mínimas por lo cual su validez interna es discutible”. (p. 126)

A través del método descriptivo se identifica y conoce la naturaleza de una situación en la medida que ella existe durante el tiempo de estudios. Por consiguiente no hay administración



o control manipulativo o un tratamiento específico. Su propósito básico es: describir cómo se presenta y qué existe con respecto a las variables o condiciones en una situación”.

Definimos al método descriptivo como el estudio sistemático que describe, analiza e interpreta un fenómeno o situación de manera inmediata que obtiene datos e información instantánea obteniéndolo de un suceso en forma natural o actual.

"El objeto del método descriptivo consiste en describir y evaluar ciertas características de una situación particular en uno o más puntos del 'tiempo'. En la investigación descriptiva se analizan los datos reunidos para descubrir así, cuáles variables están relacionadas entre sí. Sin embargo, es habitualmente difícil interpretar qué significan estas relaciones. El investigador puede interpretar los resultados de una manera, pero desgraciadamente ésta será a menudo sólo una de las varias maneras de interpretarlos".

### **3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

#### **3.6.1. Técnicas de procesamiento de datos**

Se utilizó como técnica la encuesta, está según Carrasco (2016) es una técnica para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen una unidad de análisis. Considerando este aporte, recogeremos información con la técnica de la encuesta aplicando un cuestionario para los alumnos.

#### **3.6.2. Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento es el cuestionario correspondiente a la técnica de la encuesta, según Carrasco (2016, p.318) los cuestionarios consisten en presentar a los encuestados unas hojas conteniendo una serie ordenada y coherente de preguntas formuladas, con claridad, precisión y objetividad, para que sean resueltas de igual modo. En este sentido se elaboró un cuestionario

con preguntas en las cuales el usuario pueda responder interrogantes referentes a las variables.

**CAPITULO IV**  
**ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

**4.1. Cronograma de actividades.**

AÑO-MESES	2019							
	Mayo				Junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>ACTIVIDADES</b>								
Idea e inicio de elaboración del proyecto	X	X						
El problema		X	X					
Objetivos y justificación		X	X					
Maco contextual histórico social		X	X	X				
Marco teórico propiamente dicho			X	X	X			
Hipótesis, variables y operacionales de las mismas					X			
Aspectos metodológicos					X	X		
Población y muestra del estudio					X			
Técnicas e instrumentos de recolección de datos					X			
Plan de recolección y análisis de datos						X		
Sustentación del proyecto de investigación							X	
Aprobación del proyecto.								X

**4.2. Presupuesto y financiamiento.**

<b>ITEMS</b>	<b>COSTE</b>
--------------	--------------

	<b>(en nuevos soles)</b>
Asesor	250.00
Colaborador	80.00
Referencias literarias	220.00
Material físico	150.00
vehículo	190.00
Meriendas	120.00
Útiles de escritorio	50.00
Impresiones	80.00
Fotostáticas	15.00
Gestión documental	350.00
Otros	70.00
<b>TOTAL</b>	<b>1,525.00</b>

- **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Adam, J. y Bonhomme, M. (2013). La argumentación publicitaria, retórica del elogio y de la persuasión. Madrid: Ediciones Cátedra.

Apareci, R. (2015). La imagen análisis y representación de la realidad. España: Editorial Gedisa S.A.

Gedisa. Bedoya, R. y León, I. (2013). Ojos Bien Abiertos: El Lenguaje de las Imágenes en Movimiento. Perú, Lima. Universidad de Lima.

Canet, F. y Póspser, J. (2016). Narrativa audiovisual, estrategias y recursos. Madrid: Editorial Síntesis.

Carmona, R. (2016) Cómo se comenta un texto fílmico. Madrid: Cátedra signo e imagen.

Cassano, G.; Deffleff, J.; Oliart R. y Sertzen Q. (2015). Introducción a la realización de ficción. Perú, Lima: PUCP.

Casetti, F. y Di Chio, F. (2015). Cómo analizar un film. Barcelona: Paidós.

Castillo, JM. (2014). Televisión, realización y lenguaje audiovisual. Madrid: Instituto RTVE.

- Castillo, JM. (2016) Elementos del Lenguaje Audiovisual en televisión. España: Instituto RTVE
- Fernández, C. y Galguera, L. (2014) Teorías de la Comunicación. España: MC Graw Hill.
- Fernández, F. y Martínez, J. (2014). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
- Fernández, F. (2016). Manual Básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual. Barcelona: Editorial Paidós Ibérica.
- Field, S. (2016). El manual del guionista: ejercicios e instrucciones para escribir un buen guion paso a paso. Madrid: Plot Ediciones.
- McKee, R. (2013). El guion. Barcelona: Alba editorial. 8va edición. Gubern, R. (1996) Historia del Cine. Barcelona. Editorial Baber. 1995.
- Jaramillo, F. (2014). Televisión corporativa. Colombia: Sello editorial. Magny, J. (2005). Vocabulario de cine. Barcelona: Editorial Paidós.
- Moreno, I. (2013). Narrativa audiovisual publicitaria. Barcelona: Editorial Paidós.
- Nicolau, D. y otros (2013). Las técnicas de la Imagen. Barcelona: Editorial Mitre.
- Ortega, E. (2014). La comunicación publicitaria. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Popp, V. (2014). Morfología del cuento. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Pulecio, E. (2015). El cine: Análisis y estética. Bogotá: Ministerio de Cultura.
- Rodríguez, A. (2018). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona: Paidós.
- Soler, L. (2018). Así se Crean los Documentales y Reportajes Para Televisión. Barcelona: CIMS.
- Tamayo San Román, A. (2014) El spot publicitario, producción y realización. Lima: Universidad de Lima.
- Tamayo San Román, A. (2016). Teoría y práctica del guion de ficción. Lima: Universidad de Lima.

Tamayo, A. y Hendrix, (2015). La dirección de arte en el cine peruano. Lima: Universidad de Lima.

Villain, D. (2017). El encuadre cinematográfico. Barcelona: Editorial Paidós

## **ANEXOS**



## Matriz de consistencia

**Título:** El lenguaje audiovisual influye en la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS:	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<p><b>Problema principal</b> ¿De que manera el lenguaje audiovisual influye en la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son los elementos audiovisuales ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019?</li> <li>• ¿Cuáles son los lineamientos tanto principales como secundarios o complementarios en la estrategia comunicacional ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019?</li> </ul>	<p><b>Objetivo general</b> Analizar el lenguaje audiovisual y la influencia en la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar los elementos audiovisuales ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</li> <li>• Establecer los lineamientos tanto principales como secundarios o complementarios en la estrategia comunicacional ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</li> <li>• Identificar las similitudes entre el diseño y la ejecución de la</li> </ul>	<p><b>Hipótesis general</b> El lenguaje audiovisual y la influencia significativamente en la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los elementos audiovisuales son significativos ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</li> <li>• Los lineamientos tanto principales como secundarios o complementarios son significativos en la estrategia comunicacional ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</li> <li>• Las similitudes entre el diseño y la ejecución de la estrategia</li> </ul>	<p><b>VARIABLE:</b> Lenguaje audiovisual</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos audiovisuales</li> <li>• Lineamientos secundarios</li> <li>• Similitudes entre el diseño y la ejecución de estrategia</li> <li>• Forma de lenguaje</li> </ul> <p><b>VARIABLE:</b> concientización de jóvenes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atracción</li> <li>• Interés</li> <li>• Generación de necesidad</li> </ul>	<p>Tipo de investigación: Elemental sustantiva</p> <p>Investigación de nivel descriptivo</p> <p>Método: Descriptivo</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p><b>Por el diseño de la investigación:</b> Descriptivo</p> <p>Población: Jóvenes estudiantes de la Universidad de Lima</p> <p>Técnica: Encuesta.</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles son las similitudes entre el diseño y la ejecución de la estrategia ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019?</li> </ul>	<p>estrategia ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</p>	<p>son significativas ante la concientización de jóvenes a través del Spot publicitario de la Universidad de Lima “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”, 2019.</p>		
---	---	---	--	--



## Instrumentos de investigación.

### CUESTIONARIO

#### Estimado Colaborador:

El presente cuestionario se realiza con fines de investigación, es anónima que permitirá realizar una serie de afirmación, las mismas que deberán leerse atentamente y contestar de acuerdo a las instrucciones respectivas.

**INSTRUCCIONES:** Lea atentamente cada afirmación y marca la respuesta que usted crea que se adecue a su necesidad.

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

#### I. DATOS PERSONALES

1. Edad:.....
2. Estado civil:.....
3. Religión:.....
4. Zona de residencia:.....
5. Nivel de educación:.....

		1	2	3	4	5
1.	Considera que los roles de los personajes están de acuerdo con el contenido narrativo en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
2.	Los roles de los personajes secundarios están de acuerdo con el contenido narrativo en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
3.	Los atributos fisiológicos de los personajes concuerdan con el desarrollo del contenido del spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
4.	Los atributos sociológicos de los personajes están representados en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
5.	Los atributos psicológicos de los personajes están presentes en el contenido del spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
6.	los espacios interiores naturales están representados en el contenido del spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
7.	los espacios exteriores naturales se muestran en el contenido del spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
8.	La cronología en que se desarrollan los hechos en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa” está estructurada ordenadamente					

9.	Los hechos narrados tienen una frecuencia adecuada en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
10.	Cree usted que hubiese sido pertinente narrar el contenido en un plano secuencia (diégesis pura) en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
11.	la duración del relato a través de la diégesis impura (tomas con cortes y elipsis) hace comprensible el contenido del spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa”					
12.	las acciones mostradas en el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa” corresponden a una estructura dramática coherente					
13.	En el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa” se aprecia que las acciones cumplen la función referencial al vincular coherentemente a los personajes, los espacios y los tiempos					
14.	Considera que las acciones realizadas por los personajes en los espacios y tiempos cumplen con la función hermenéutica porque se interpretan coherentemente como partes integrantes de un spot publicitario					
15.	En el spot “Inspiramos al país con las nuevas maneras de hacer Empresa” los planos descriptivos (Gran plano general y plano general) ubican al espectador en el lugar donde se desarrollará la historia					

### **Prueba de confiabilidad del instrumento.**

El cuestionario fue aplicado a 15 estudiantes de la Universidad de Lima, de la ciudad de Lima-Perú. el cuestionario en mención consta de 12 ítems, se analizó los datos en el software estadístico SPSS, los resultados se muestran a continuación:

<b>Alfa de cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</b>	<b>N° de elementos</b>
,835	,845	15

Cuando se analizaron los datos, el resultado a nivel global de Alfa de Cronbach, cuyo valor es de 0.845 indica que el instrumento tiene una confiabilidad alta, por lo que se puede aplicar.

## Confiabilidad de instrumento

### Lenguaje audiovisual

	Media de escalas si elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregidos	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Pregunta N° 1	16.07	12.409	.456		.824
Pregunta N° 2	16.77	12.668	.364		.831
Pregunta N° 3	16.40	9.283	.623		.820
Pregunta N° 4	16.77	12.530	.406		.828
Pregunta N° 5	16.23	10.392	.671		.801
Pregunta N° 6	16.77	12.116	.534		.818
Pregunta N° 7	16.77	12.668	.364		.831
Pregunta N° 8	16.90	11.472	.711		.803
Pregunta N° 9	16.40	9.283	.623		.820
Pregunta N° 10	16.77	12.116	.534		.818
Pregunta N° 11	16.23	10.392	.671		.801
Pregunta N° 12	16.77	12.116	.534		.818
Pregunta N° 13	16.40	9.283	.623		.820
Pregunta N° 14	16.77	12.530	.406		.828
Pregunta N° 15	16.23	10.392	.671		.801

En la presente tablas se muestra los valores de Alfa de Cronbach de cada uno de los ítems, los valores encontrados son superiores a 0.8 en todos los ítems. Con los valores que se observa, se asegura que el Cuestionario tiene una alta fiabilidad interna, en todos sus ítems, por lo cual se considera un instrumento confiable.