

# FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

**“LA RELACIÓN DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL Y EL  
IMPACTO DEL MENSAJE EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO AÑO DE  
SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA LOS JAZMINES DEL  
NARANJAL - LIMA. CASO: SPOT “YO ME QUEDO EN CASA” DEL  
MINISTERIO DE SALUD AÑO 2020.”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales.

Autor:

Ángel de Jesús Canales Tanta

Asesor:

Lc. Michael Helfer Mancilla

Lima-Perú

2020



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

## **DEDICATORIA**

Dedicado a mi madre Carmen, quién me acompañó y apoyó en mi vida universitaria y sobre todo por guiarme día a día, dándome fuerzas para cumplir con mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

Al profesor Michael Helfer Mancilla por guiarme y orientarme en la investigación. A todas las personas que compartieron su tiempo para apoyarme en la tesis.

## TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	6
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN .....	8
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....	43
CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	54
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	86
REFERENCIAS.....	91
ANEXOS.....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA N°1:</b> Cantidad de alumnado.....	44
<b>TABLA N°2:</b> Resumen de procesamiento de casos.....	52
<b>TABLA N°3:</b> Estadística de fiabilidad.....	52
<b>TABLA N°4:</b> Resultado de la pregunta N°1.....	54
<b>TABLA N°5:</b> Resultado de la pregunta N°2.....	56
<b>TABLA N°6:</b> Resultado de la pregunta N°3.....	57
<b>TABLA N°7:</b> Resultado de la pregunta N°4.....	59
<b>TABLA N°8:</b> Resultado de la pregunta N°5.....	60
<b>TABLA N°9:</b> Resultado de la pregunta N°6.....	62
<b>TABLA N°10:</b> Resultado de la pregunta N°7.....	63
<b>TABLA N°11:</b> Resultado de la pregunta N°8.....	65
<b>TABLA N°12:</b> Resultado de la pregunta N°9.....	66
<b>TABLA N°13:</b> Resultado de la pregunta N°10.....	68
<b>TABLA N°14:</b> Resultado de la pregunta N°11.....	69
<b>TABLA N°15:</b> Resultado de la pregunta N°12.....	71
<b>TABLA N°16:</b> Resultado de la pregunta N°13.....	72
<b>TABLA N°17:</b> Resultado de la pregunta N°14.....	74
<b>TABLA N°18:</b> Resultado de la pregunta N°15.....	75
<b>TABLA N°19:</b> Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis general.....	79
<b>TABLA N°20:</b> Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 1.....	81
<b>TABLA N°21:</b> Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 2.....	83
<b>TABLA N°22:</b> Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 3.....	85

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N°1:</b> Resultados de la pregunta N°1.....	55
<b>GRÁFICO N°2:</b> Resultados de la pregunta N°2.....	56
<b>GRÁFICO N°3:</b> Resultados de la pregunta N°3.....	58
<b>GRÁFICO N°4:</b> Resultados de la pregunta N°4.....	59
<b>GRÁFICO N°5:</b> Resultados de la pregunta N°5.....	61
<b>GRÁFICO N°6:</b> Resultados de la pregunta N°6.....	62
<b>GRÁFICO N°7:</b> Resultados de la pregunta N°7.....	64
<b>GRÁFICO N°8:</b> Resultados de la pregunta N°8.....	65
<b>GRÁFICO N°9:</b> Resultados de la pregunta N°9.....	67
<b>GRÁFICO N°10:</b> Resultados de la pregunta N°10.....	68
<b>GRÁFICO N°11:</b> Resultados de la pregunta N°11.....	70
<b>GRÁFICO N°12:</b> Resultados de la pregunta N°12.....	71
<b>GRÁFICO N°13:</b> Resultados de la pregunta N°13.....	73
<b>GRÁFICO N°14:</b> Resultados de la pregunta N°14.....	74
<b>GRÁFICO N°15:</b> Resultados de la pregunta N°15.....	76

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio ha sido analizar si existe una relación directa entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020. Así mismo, se ha realizado el estudio bajo en enfoque cuantitativo de tipo descriptivo correlacional y con diseño no experimental, se utilizó el cuestionario como instrumento para medir por medio de la escala de Likert para la obtención de los resultados. Además, se empleó el Chi-Cuadrado de Pearson para la verificación de las hipótesis. En el estudio, se concluyó que la narrativa audiovisual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

**Palabras clave:** Narrativa audiovisual, impacto del mensaje, narrativa, mensaje y comunicación audiovisual.

## CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

La tecnología ha facilitado el envío y recepción de los mensajes, la narrativa audiovisual por su parte, junto con sus componentes son aprovechados cómo un recurso para enviar uno o varios mensajes a través de una historia. Es así que las personas han optado por contar historias, convertir el presente a un pasado, es decir; dar sentido a las experiencias vividas. Independientemente de cómo se haya empleado la narrativa, lo importante es la intención, ya que toda narración tiene consigo uno o varios objetivos que han sido considerados previamente.

Según Acuña (2019) todos nos expresamos con cierta intensidad, igual sucede con la narrativa audiovisual, por ejemplo, si solo se envía el mensaje a través de imágenes estáticas alusivas a un tema o problema, requerirá de otros elementos expresivos, pues no tiene tanto impacto a la hora de recibir el mensaje, este impacto por ejemplo es considerado de expresividad baja.

También afirma que cuando se crean videos con imágenes y sonidos, pero estos no dan suficientes detalles que permitan aclarar dudas o reforzar conocimiento, estamos en presencia de un recurso de expresividad media y como en el caso anterior, será necesaria la intervención de otros elementos para aclarar los detalles y hacer efectiva la entrega del mensaje.

Por último, cuando se realiza un video con un objetivo intencional completo, con teorías, ejemplos y demostraciones concluyentes y además durante su transmisión o al final del mismo se haya logrado una respuesta por parte del espectador, podemos afirmar que estamos en presencia de un recurso de expresividad alta, ya que por sí solos son capaces de transmitir a detalle el mensaje. (Acuña, 2019).

Con relación a lo mencionado párrafos arriba, diferentes tipos de instituciones, como por ejemplo la Organización Mundial de la Salud (OMS) con el objetivo de preservar la salud, ha hecho uso de diferentes recursos visuales y audiovisuales para informar y concientizar a las personas sobre el mortal virus que ha surgido el mundo denominado COVID-19, el cual ha arrasado con vidas de muchos inocentes.

Se conoce por medio de La Radio y Televisión Española que a nivel mundial existen más de 40 millones de casos confirmados y que por lo menos 1 millón de personas han fallecido. El país más afectado por el virus son los Estados Unidos, en dónde existen 8,3 millones de casos de COVID-19 siendo su incremento absolutamente elevado, haciendo un total de fallecidos de 220 mil personas, el segundo lugar en total de casos y fallecidos es la India, seguido por Brasil, Rusia, Argentina, España, Colombia y Francia consecutivamente, en noveno lugar está nuestro país, Perú.

Nuestro país, como se sabe, no escapa de las cifras mortales causadas por dicho virus, los casos confirmados y muertos por coronavirus en el territorio nacional son alarmantes, Según Bendezú (2020) el primer caso de COVID-19 en el Perú fue reportado el 6 de marzo del 2020, desde entonces los casos detectados han sido de 874,118 y va aumentando diariamente, de igual manera las muertes han ido incrementando. A la fecha hay 33,875 fallecidos a nivel nacional y la cifra va en aumento. Las estadísticas afirman que, los fallecidos en su mayoría, son los adultos mayores, ya que es la población vulnerable a las consecuencias del COVID-19 en las personas.

En ese sentido, el Ministerio de Salud del Perú, desde el conocimiento del primer caso registrado sobre COVID-19 ha producido diversos tipos de materiales para informar y concientizar a la sociedad acerca de las letales consecuencias que trae el nuevo virus.

Dentro de todos, ha producido un spot, con un mensaje y una narrativa audiovisual interesante e intrigante, con el objetivo conmover y a la vez concientizar a las personas y así lograr en cierta medida, reducir los casos de contagio y por consiguiente minorizar los casos de muertes a nivel nacional.

Sin embargo, las cifras de contagio y muertes están es constante aumento, a pesar de los esfuerzos que hace el Gobierno del Perú produciendo contenido audiovisual, para prevenir el contacto con el virus y minorizar los casos de contagio y muertes, en tal sentido, se analizará la narrativa audiovisual y al impacto del mensaje dentro del spot “Yo Me Quedo En Casa” realizado por el Ministerio de Salud, ya que al parecer el mensaje no llega al público de manera clara y precisa.

Para ello, dicho spot será la base para estudiar si existe relación entre ambas variables en los estudiantes del 5to año de secundaria del Colegio los Jazmines del Naranjal, la realidad dentro de dicha institución es que hay alumnos contagiados, quienes son propensos a contagiar a personas cercanas a ellos, sean padres de familia, tíos, abuelos entre otras personas, esta información se ha notificado por medio de los alumnos hacia el docente y posteriormente al director de la institución, con el objetivo de tener conocimiento del estado de salud del alumno para considerarlo dentro de los permisos por salud y en sus calificaciones en las diversas materias, por ellos y como se mencionó antes, se desea conocer si la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje está llegando adecuadamente a este público influyente dentro de la problemática.

Referido a esto, la OMS, manifiesta que las personas más vulnerables son los adultos mayores y las personas más propensas a contagiar a otras, son los jóvenes. Basándonos en ello, se ha tomado al spot “Yo Me Quedo En Casa” porque involucra en sus personajes a la población vulnerable y también a las personas quienes son más propensas a contagiar.

A continuación, se presentarán algunos antecedentes nacionales e internacionales para conocer más acerca de las variables en estudio.

### **Antecedentes Nacionales:**

Rodríguez (2017) en su investigación titulada “Tratamiento de la narrativa audiovisual en la producción de videos musicales Wara Producciones” - Puno. Llegó a la conclusión que dentro de los videos musicales se ha producido un cambio en la forma de mostrar el material audiovisual, la narrativa audiovisual tiene un papel fundamental en la construcción de videos en la actualidad, existen varios factores que pueden perjudicar o beneficiar la narración del video, como lo son; la composición de la imagen, el encuadre, los planos, iluminación entre otros. Además, afirma que la coherencia de lo mostrado con lo escuchado es sustancial para capturar a quienes observan el producto, en su investigación determinó que la narrativa audiovisual de la producción Wara no han manejado de manera adecuada los elementos para contar la historia inmersa en el video musical, por lo que es difícil entender lo que se cuenta visualmente, con lo que se escucha.

Al respecto, Valenzuela (2017) en su investigación de licenciatura titulada “El poder narrativo del sonido: el sonido como herramienta narrativa en la película el laberinto del fauno” – Lima. con el objetivo de describir el diseño del sonido en la película el laberinto del fauno y demostrar su importancia como herramienta narrativa central. Llegó a la conclusión que, en efecto, el sonido es una herramienta fundamental que está a la disposición de la narración de la historia, siendo de utilidad en la construcción y caracterización de personajes, en la creación de atmósferas dramáticas, añade personalidad y carga emocional y da contexto a otros elementos en la narrativa. El sonido acompañado del video, logran un alto grado de efectividad sumergiendo al espectador-

oyente en la narrativa audiovisual, afirma que los elementos sonoros trabajan en conjunto con la imagen, para crear una historia.

Por otro lado, Ojeda (2017) en una “Propuesta de material audiovisual para fomentar cultura ambiental en los estudiantes de ciencias de la comunicación de la Universidad Señor de Sipán” utilizando una metodología cuantitativa descriptiva-preexperimental y con el objetivo de elaborar una propuesta de material audiovisual para fomentar cultura ambiental en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Señor de Sipán. Mostró que el 64.7% del alumnado está totalmente de acuerdo en que el material audiovisual es una herramienta efectiva para fomentar la cultura ambiental, ya que la creación del contenido audiovisual, como por ejemplo la voz, el sonido, las imágenes, los planos, los personajes, entre otros, dan sentido y coherencia al tema tratado ya que juntas cooperan para enseñar y/o fomentar la cultura ambiental.

Trujillo (2017) en su trabajo de licenciatura titulado “Análisis de la narrativa audiovisual de la película Asu Mare 2”- Lima, con el objetivo de analizar cómo se presenta la narrativa audiovisual en la película, obtuvo como una de sus conclusiones que el personaje dentro de la narrativa, a partir de su construcción, puede llegar a involucrarse a todo público social para sumergirlos en la historia de manera coloquial y objetiva, esto puede conllevar a que el espectador se identifique con la historia. Además, el espacio y tiempo dentro de la narrativa ubica a los espectadores y los contextualiza en el film. Afirma también que el sonido es otro factor importante dentro de la narrativa ya que según como pretenda el autor, puede realzar el contenido generando emociones en las escenas.

Asimismo, Valderrama (2017) en su tesis de licenciatura “El impacto del mensaje publicitario de la campaña somos tambo y su relación con el posicionamiento de marca en los estudiantes de educación secundaria de 4to y 5to año de la institución educativa Alberto Fujimori del distrito de Los Olivos” sostiene que el impacto del mensaje

publicitario tiene relación con el posicionamiento de marca, por lo que se considera un impacto del mensaje fue positivo entre los estudiantes. El impacto positivo es en otras palabras y dentro de la investigación, viene a ser la recordación y reconocimiento de un producto o marca.

Ríos (2018) en el “Análisis de la narrativa audiovisual de la serie 13 Reasons Why de Netflix” - Lima. Asegura que la narrativa audiovisual que presenta la serie se da de manera adecuada, ya que los elementos que presenta logran transmitir las emociones de los personajes, además genera intriga a la audiencia, así como despierta interés social sobre un tema problemático, lo cual era uno de los objetivos de los creadores de la serie. También toma un papel fundamental los saltos de tiempo llamados “flashbacks” elemento que ha ayudado en el transcurso de la serie a entender sucesos pasados, logrando capturar al público con las escenas y personajes. Además, el sonido dentro de la serie aporta un gran valor ya que refuerza las imágenes, logrando construir la atmósfera dramática necesaria para sentir y empatizar con los personajes. La voz en off, por su parte ha ayudado a generar emotividad en algunas escenas, permiten entender al personaje y sus pensamientos. La combinación de los elementos de la narrativa audiovisual logra transmitir el gran mensaje social que acontece en indistintos contextos.

En ese sentido, Cáceres (2018) en su tesis de licenciatura titulada “Héroes y narrativas audiovisual: la construcción de la figura del héroe postclásico a través de la mirada de Cano-Gómez en la serie de televisión espartacus” – Lima, en donde señala que la narrativa audiovisual tiene la facultad de generar mensajes hacia los espectadores de manera clara y precisa, ya que fundamenta la construcción de la narrativa audiovisual como cuidadosa, delicada y compleja, para generar un sentimiento en las personas que observan el producto culminado. La narrativa tiene el poder de adecuarse al tiempo y lugar para conectar y llevar a los espectadores hacia el mensaje.

Además, Sebastiani (2018) con su tesis de licenciatura “Análisis comparativo de la narrativa audiovisual en las películas peruana La última tarde y La hora final” - Lima y con el objetivo de analizar la narrativa audiovisual en ambas películas, llegó a la conclusión que ambas tienen similitudes en la y a la vez diferencias dentro de sus narrativas, sin embargo hace énfasis en que el uso de los elementos de la narrativa, en ambos casos, permiten identificar la idea principal de cada film, afirma que la estructura narrativa es vital e importante dentro de las producciones audiovisuales, porque de ellos depende que las historias sea entendidas por los espectadores.

Por último, Moreno (2019) de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en su trabajo titulado “Nuevas propuestas y narrativas audiovisuales: Análisis de fashion films, caso Tender Stories de Tous” con el objetivo de identificar la construcción de la narrativa en la campaña Tender Stories de Tous, obtuvo como una de sus conclusiones que el público objetivo debe verse reflejado en los personajes, ya sea por su profesión, rol, carácter, etc. Recalca que lograr identificar al target genera emociones lo suficientemente fuerte como para tener una relación entre el público y los personajes.

### **Antecedentes Internacionales:**

Los medios de comunicación tienen la ventaja de generar gran impacto en las personas, el contenido es fundamentalmente creador de creencias y conductas para los individuos. El impacto está ligado estrechamente con los objetivos planteados de qué se desea comunicar y cómo se desea comunicar. Los medios de comunicación influyen particularmente en la toma de decisión de las personas que son oyentes-visuales. (Feo y Feo, 2015).

Entonces, es importante saber que el adecuado manejo de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje pueden o no influir en las personas de manera que se pueda producir

un cambio de creencias o un cambio de conducta, por ello se investigó diferentes antecedentes para conocer más acerca las características de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje.

En ese sentido, se encontró la investigación de Ramírez (2015) en su tesis de licenciatura titulada “Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web Deja Vu” – Ecuador, partiendo de una investigación cuantitativa con el objetivo de analizar la narrativa audiovisual utilizada en la producción colombiana Deja Vú. Llegó a la siguiente conclusión, la narrativa audiovisual de la serie no logra tener interacción con la audiencia, ni define a su gusto las tramas, en otras palabras, el mal tratamiento de la narrativa audiovisual crea un contenido sencillo que no resulta novedoso y mucho menos atractivo, jugando un papel importante para el material audiovisual y su propósito, ya que no logra capturar a los espectadores como se pretendía.

En el mismo año, Mururi (2015) en su trabajo de licenciatura “Análisis del impacto de los mensajes de Wikileaks en el gobierno de Rafael correa desde la prensa escrita” - Ecuador, desde la metodología cualitativa y con el objetivo de analizar e investigar los mensajes revelados por Wikileaks concerniente al gobierno de Rafael correa en base al manejo de la información la prensa escrita e identificar su influencia en el entorno profesional de los periodistas. Determinó que el impacto del mensaje radica en la información que lleva consigo, es decir; lo que genera el impacto es el contenido del mensaje, el cual puede cambiar puntos de vista, perspectivas o motivar acciones dentro de las personas.

Posteriormente, Caramelo (2016) en “Emociones y narrativa audiovisual. Análisis de la subtitulación para sordos en la televisión infantil y juvenil” – España, desde una metodología cualitativa. Pretende obtener información sobre la situación de las emociones que genera la narrativa audiovisual y el subtítulo para sordos en la televisión

infantil y juvenil en España. Llegando a la conclusión que la narrativa al carecer de sonido, no logra conectar de manera inmediata y significativa con el observador, la narrativa no genera emoción alguna al ser reproducida, tan solo puede expresar ideas o mensajes a través de imágenes, sin embargo, estos no son del todo claros. El sonido entonces tiene un papel importante dentro de la narrativa audiovisual, ya que genera emociones que permiten captar o conectar con el espectador.

Complementario a ese estudio, Quintanilla (2017) en su tesis de maestría titulada “Webseries y narrativa audiovisual: análisis de malviviendo” – España, desde una metodología de investigación mixta y con el objetivo de investigar las condiciones y características de la creación audiovisual en internet. Obtuvo como conclusión que la combinación de los elementos de la narrativa audiovisual tales como; el protagonista, la trama, los sonidos, el montaje y otros, en conjunto, dan un sentido lógico a la serie, por lo que están ligados con un propósito, siendo en la serie, generar comedia a través de la narrativa audiovisual.

González (2018) con su investigación doctoral “Análisis de la narrativa audiovisual de los youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos” - Colombia desde una metodología cualitativa descriptiva. Con el objetivo de analizar el impacto que tiene la narrativa audiovisual de los youtubers en los jóvenes colombianos. Obtuvo como conclusión que la narrativa tiene un impacto significativo en el comportamiento social y actuar en los jóvenes colombianos, ya que la narrativa audiovisual ha ido cambiando con el tiempo y a su vez la forma de contar historias se ha vuelto más accesible e inmediatas. Otra conclusión es que la narrativa audiovisual ha tenido una transformación dentro de los nuevos medios de comunicación, sin embargo, no pierde la base de contar historias y de evolucionar en estilo, estética de acuerdo a los tiempos, países, género y formatos.

También, Mercedes (2018) en su investigación doctoral en la Universidad Complutense de Madrid titulada “La construcción de los mensajes y la influencia en los receptores” en donde llegó a la conclusión que la construcción de los mensajes influye significativamente en los receptores, puede ser de diferentes maneras, mediante narraciones escritas, orales o también audiovisuales, sin límite para la expresión. Los sentimientos como la alegría o la tristeza, forman parte del objetivo del mensaje, porque resultan atractivos para el receptor, ya que todos han vivido esos sentimientos en algún momento, por consiguiente, el mensaje puede ser recibido de manera más personal. Añade que los mensajes están dirigidos a llenar el déficit en el conocimiento, con la esperanza de que los receptores o audiencia entiendan los hechos con profundidad.

En ese sentido, Medina (2018) en su estudio titulado “La narrativa audiovisual como una herramienta para la reflexión filosófica en el aula” – España, con el objetivo de mostrar cómo las competencias genéricas y específicas de la materia pueden mostrarse a través de los recursos cinematográficos y audiovisuales. Concluye que las series de televisión y el cine son una herramienta útil para la asignatura, dice además que la narrativa audiovisual contiene ciertas características que permiten al alumnado conectar y comprender de un modo más directo las diferentes corrientes filosóficas. La narrativa desde su punto de vista, puede manipularse para lograr algún objetivo, sea este el de informar, concientizar o reflexionar.

Recientemente, Moyano (2020) en su investigación titulada “Impacto de los mensajes mediáticos en el traslado de la comunicación en masas a internet” - Ecuador en donde concluye que el mensaje puede ser físico o digital, con varios propósitos siendo alguno de ellos, generar audiencia o compartir conocimiento, en este caso, llevar mensajes a masas por medio del internet, una herramienta eficaz para abarcar grandes grupos de personas y el mensaje pueda llegar de manera rápida a un grupo o grupos determinados.

## **Marco teórico**

La presente investigación está basada en dos teorías para entender de mejor manera las variables de la investigación, la primera es La Teoría del Paradigma narrativo, que según Rosas (2015) las personas son esencialmente por naturaleza contadores de historias, por lo cual una comunicación se entiende mejor por medio de narraciones, ya que convence de manera más efectiva una buena historia que algún otro argumento: se juzga la credibilidad de un orador por la coherencia de sus narraciones, no por la calidad de su lógica. Además, a partir de las narraciones, las personas toman decisiones con base en buenas razones, las decisiones pueden variar dependiendo de la situación comunicativa. Añaden que la racionalidad narrativa está determinada por la coherencia y fidelidad de nuestras historias. En resumidas cuentas, el mundo es un conjunto de narraciones que recrean nuestras vidas constantemente.

En otras palabras, según López y Silvia (2011) esta teoría sostiene que las personas utilizan la narración como una herramienta natural para comunicarse con otras personas, el contar historias es una acción innata en el ser humano, fácil de realizar diariamente y a lo largo de la vida.

Esta teoría permitirá profundizar en la narrativa audiovisual del relato que plantea el spot Yo me quedo en casa del Ministerio de Salud por la razón que la historia narrada se basa en la realidad actual, es un hecho tangible, cercano a muchas personas. Narrando y concientizando de una manera particular, contar un relato que acontece diariamente en varios hogares.

La segunda es la Teoría de los efectos, según Rodrigo (2001) el enviar un mensaje a una sociedad; es decir a algún público en general, se emite con un propósito, el cual debe generar un efecto o cambio en quién o quiénes receptionan el mensaje, la idea principal

es la de informar o persuadir con un mensaje coherente, acerca de una situación a través de algún medio de comunicación.

Esta teoría sostiene que los mensajes que son emitidos en algún medio de comunicación, en otra palabra desde un emisor, debe cumplir un objetivo al ser recibido por el receptor, ya sea el de informar o persuadir. El spot narrado por el Ministerio de Salud y su mensaje debe cumplir un propósito, debe generar un cambio con el mensaje.

Entrando al campo de las variables en estudio, es pertinente definir el concepto del mensaje, Según Criado (1980) el mensaje es un contenido codificado que al llegar al receptor, debe ser descifrado y al no ser ambos interlocutores idénticos, el mensaje puede tener un mayor o menor incompreensión.

El mensaje entonces, tiene un emisor creador del mensaje o idea, quien espera la llegada al receptor y que esta sea de manera correcta, es decir; que el mensaje haya llegado como ha sido creado desde el inicio, sin ser alterado en su trayecto, otras palabras, la información que se quiere transmitir sin modificaciones.

De la misma forma, el mensaje debe ser tratado con cuidado al momento de realizar la acción de la comunicación, ya que se dirige un mensaje con algún propósito. El mensaje termina siendo un elemento importante dentro de la narrativa audiovisual, por lo que el relato debe ser construido de tal manera que sea de fácil decodificación por el o los públicos a quienes va dirigido. La intención del mensaje debe ser percibida por los individuos de manera que, cumpla su objetivo. No obstante, para confirmar la recepción del mensaje, se debe prestar atención a la réplica del mismo, es decir, esperar una respuesta de quien o quienes recibieron el mensaje, para saber si llegó de manera adecuada o sufrió algún tipo de transformación, que impida su verdadera decodificación, en su trayecto. Criado (1980) también manifiesta que cada mensaje a transmitir va

dirigido con una intención, esta debe ser decodificada por el interlocutor, la emisión del mensaje exige una concentración por parte de quién lo recepciona, porque es un factor importante para el recojo de la información, lo que define sin duda alguna que el mensaje fue recibido o no, es la respuesta o nueva emisión por parte del receptor.

Así mismo, el mensaje debe tener un valor, este puede ser positivo o negativo, esto dependerá de la coherencia y sentido que sea capaz de dar el emisor, si este incumple con ello, habrá complicaciones en la exposición como al momento de contextualizar al receptor o simplemente no existirá un mensaje de por medio. Referente a ello, Hellín (2007) manifiesta que el mensaje lleva consigo un valor positivo, que es cuando la información del mensaje es recepcionada de manera limpia y objetivamente, por otro lado, el mensaje puede tomar un valor negativo, en donde se hace referencia a que la información recibida es incoherente o sin sentido, sacando de contexto a quien lo recibe.

El mensaje trae consigo un interés, distinción y credibilidad que pueda dar fuerza a la recepción del mismo, para que no tenga modificación alguna en su trayectoria. Usualmente las personas creadoras del mensaje toman un determinado tiempo para realizar una lluvia de ideas para generar un único mensaje claro y preciso con el fin de ser entendido no solo por una, sino varias personas o individuos en conjunto. Por su parte, Kotler (2001) dice que el mensaje debe ser dirigido a un público a quien le sea útil la información, de esta manera se logra captar su atención, teniendo una mayor recepción y sobre todo la información tiene más probabilidad de llegar de manera coherente sin sacar de contexto a los receptores.

Claramente se debe pensar en un mensaje apropiado para un determinado público, en el caso expuesto anteriormente es notorio la ventaja en el interés, distinción y credibilidad del primer mensaje, ya que contextualiza a los jóvenes padres en un ámbito más general causante de curiosidad generado por la desinformación. Mientras que el segundo mensaje

no tuvo buena recepción, el contexto dentro del mensaje no era el presente o situación actual de los oyentes, motivo por el cual no causo curiosidad, intriga o necesidad de saber de qué se trataba.

El mensaje, por otra parte, al ser recibido puede impactar de dos maneras, la primera, por la lógica de su construcción, es decir; que tan verídico y directo puede ser en un determinado contexto o situación. La segunda, impacto en las emociones, es decir; el sentir de quien o quienes reciben el mensaje, el medio del mensaje debe ser propicio, ya que al pretender entrar en las emociones es un objetivo más conmovedor que necesita de elementos, en este caso elementos de la narrativa audiovisual como herramienta para su fin. Pues la forma o de qué manera debe ser entendido el mensaje, por lógica o emoción, dependerá del autor o creador del mensaje y de cómo este crea poder generar una réplica, por parte de las personas o público objetivo.

En ese sentido Kotler (2002) afirma que el impacto del mensaje depende de varios factores, no sólo de lo que se dice, sino también depende del medio comunicacional y de cómo se dice o cuenta. Se constituye a través de lo racional y emocional del mensaje. Los factores del cómo se emite y cómo se recibe el mensaje están ligados a su impacto, a través del contacto visual o sonoro puede ser recibido el mensaje. En tal sentido, Fonseca (2005) afirma que el impacto del mensaje nace a partir del momento en que se decide comunicar, los elementos visuales son los que producen el primer impacto para la aceptación o rechazo en la interacción, porque a partir de este se puede seleccionar lo que se quiere recibir, analizarlo y evaluarlo para emitir el juicio de aceptación o rechazo.

Cómo ya lo ha mencionado Kotler (2002) el impacto del mensaje se conforma de la razón, es decir, lo racional y lo emocional, en donde los mensajes racionales son mensajes basados en datos o evidencias y hechos ajenos a la fuente que emite dicho mensaje. Los mensajes emocionales se utilizan para crear en la audiencia determinados sentimientos o

emociones, produciendo respuestas de agrado/desagrado o atracción/repulsión, en ese caso, se habla de mensajes emocionales.

Es pertinente, además, conocer el significado de spot, para entender más acerca del propósito del mensaje inmerso en el spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud, pues todo spot en general con uno o varios propósitos, es aquel espacio que normalmente se muestra en cine, televisión o algún otro medio, en donde la imagen y el sonido se integran, siendo su principal propósito el persuadir a las personas, el medio más fuerte y efectivo para captar a las personas es por medio de los audiovisuales (García, 2015).

Otra variable dentro de la investigación, es la narrativa audiovisual, la cual básicamente es una creación audiovisual con un proceso comunicativo. Es un producto con un mensaje inmerso, que se desea enviar y para que este proceso sea exitoso ha de realizarse mediante algunos códigos entre el emisor y receptor.

Para ello, según Freitas y Castro (2010) existen diferentes tipos de narrativas audiovisuales las cuales permiten llegar al espectador por diferentes caminos. Está la narrativa transmedia, la cual es una forma de contar historias y que se está usando más en la publicidad, en este tipo de narraciones existe una historia general la cual es narrada por diferentes medios, siendo estos totalmente independientes uno de otros. En otras palabras, no existe necesidad de conocer en totalidad las piezas ya que tiene sentido por si mismos.

Ellos también afirman que existe la narrativa crossmedia, la cual es muy parecida a la narrativa anterior, la diferencia es que aquí se debe pensar en la narrativa como piezas independientes, donde cada pieza es transmitida por una plataforma diferente y donde se necesita el conjunto de todas ellas para entender el mensaje, es decir, las piezas no son

independiente como en el caso anterior, sino que deben ser unidas ya que sin una de otra es imposible obtener el mensaje.

Otra narrativa es la multiplataforma, que ahora es la narrativa más utilizada, aquí el mismo relato es adaptado a las diferentes plataformas, consiguiendo así que el mensaje resulte más fácil de reconocer, llega a diferentes públicos, de varias maneras y dependiendo de los gustos del consumidor, escogerá la mejor plataforma para su consumo (Freitas y Castro, 2010).

Las historias por su parte son las de siempre, son relatos universales, sin embargo, la manera de contarlas cambia según el medio de transmisión. Está claro que una narración es posterior a un evento y pueden ser contadas por diversos géneros, estos pueden ser transcritos por palabras, por el sonido e imágenes, por la literatura, por el teatro, por el cine, por la televisión, por medio de videojuegos y muchos más. En todas sus versiones de la historia, los elementos claves que caracterizan la narración son el contexto, las tramas, los personajes y las relaciones que tienen entre sí (Freitas y Castro, et al.).

Entonces, al exponerse los tipos y géneros de la narrativa, se procederá a conceptualizar la narrativa audiovisual, base de la investigación, que según García (como se citó en Ríos, 2018) es la capacidad de complementar o articularse las imágenes, el sonido y diversos elementos para configurar una narración, cuyos significados son las historias. El análisis de García ayuda a comprender mejor los elementos de la narrativa audiovisual, siendo el elemento visual, sonoro y narrativo los componentes básicos de la narrativa audiovisual, pues estas se complementan para comunicar una idea, sumergiendo al espectador y llevándolo directo hacia el mensaje.

Es así que Caldevilla (2013) añade que, en la narrativa audiovisual, el espectador está inmerso en una historia necesariamente secuencial y es precisamente esa inmersión la que

imposibilita obtener la perspectiva global del mensaje hasta que no finaliza su reproducción. Ello también posibilita utilizar el factor sorpresa u otros recursos comunicativos no predecibles de antemano para mantener la atención del espectador.

El uso del factor sorpresa también ha sido utilizado dentro del spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud. Esto se muestra a raíz de que el personaje principal o protagonista, dentro de sus líneas, conversa con su abuela, hasta ese instante no mostraban la otra parte, a ella como otro personaje. En mitad de la duración del spot, se muestra una pintura en donde se puede apreciar a ambos personajes juntos, pero en otro tiempo. El significado es claro, el deceso de la abuela. Siendo esta información el factor sorpresa dentro de la narrativa audiovisual.

Karbaum (como se citó en Gutiérrez, 2017) pues desde la creación del cine, la televisión y la internet se ha visto un gran potencial en la efectividad comunicacional de la narrativa audiovisual en las plataformas mediáticas, el lenguaje audiovisual y el contenido llamado también como, la historia, lo convierten en un poderoso instrumento de conceptualización y creatividad la producción de contenidos.

La narrativa Audiovisual es la habilidad de contar historias o sucesos que han pasado, es toda narración con aquella estructura narrativa donde un narrador, emisor o instancia enunciativa presenta una historia desde un punto de vista determinado. Es un método en donde se pueden recapitular o recordar las experiencias del pasado, considerando eventos reales, creando contenido basado en conocimientos (Sánchez, 2006).

La narrativa audiovisual cuenta con elementos visuales y sonoros que se articulan para construir relatos, esa articulación es atractiva e interesante para los espectadores. Se está incrementando el valor de la narrativa audiovisual ya que abarca varios ámbitos como lo

corporativo, lo educativo, entre otros, fundamentando la idea de que la comunicación está más allá de los medios por los que circulan. (Rivera, 2006).

Según Ramírez (2014) es una disciplina con la capacidad de articular las imágenes y sonidos para contar una historia, es decir; articular contenido que porten significado hasta generar una narración coherente y concisa.

Conociendo mejor el concepto de la narrativa audiovisual y como lo detalló García (2011) los elementos como el visual, sonoro y narrativo, se procederá al análisis del primero de ellos dentro del spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud.

Se sabe que los elementos visuales permiten generar el realismo en la historia, es una manera de mostrar y representar las cosas, esto genera la sensación de realidad por lo que resulta estimulante para los sentidos visuales, logrando que el espectador olvide que en realidad está observando una imagen plana. (Sánchez, 1999).

Dentro de los elementos visuales se encuentran los planos, los ángulos y movimientos de cámara, estos en conjunto dan un sentido a las secuencias o escenas que se muestran dentro del film, con el propósito de dar movilidad a las imágenes representadas (Quintanilla, 2011).

Chuque (2019), afirma que es de suma importancia conocer el tipo de plano que se usará en la narrativa audiovisual, pues ayuda a describir las escenas, de tal forma que pueda ir desde el más mínimo detalle de una persona u objeto, hasta ubicar el lugar desde donde se narran los hechos, el plano puede mostrar grandes extensiones del espacio como mínimos detalles en las personas, con esto se dispone a la figura humana como una unidad de medida dentro de la narrativa audiovisual.

Existen diferentes tipos de planos, su uso dependerá del autor para mostrar las acciones, los momentos o algo en particular. Los planos son los que captan la cámara y

hace referencia a la cercanía de la cámara a la realidad, esto está determinado por diferentes escalas denominados de la siguiente manera, plano general, plano americano, plano medio, primer plano y primerísimo primer plano, cada uno cumple una función específica dentro del film (Sánchez y Caldeiro, 2016).

Como ya se ha mencionado, cada plano tiene una funcionalidad específica, este surge de la necesidad de seleccionar el espacio real, a través del encuadre, eliminando y/o transformando los elementos que contiene, según el interés del creador de contenido. Del resultado de estas operaciones obtendremos diferentes tipos de planos.

Tomando el cuerpo humano como referencia, Bestard (2011) considera las siguientes medidas de plano:

**Plano general:** Es aquel que representa al sujeto de cuerpo entero, rodeado por su escenario. Según la proporción de este en relación al personaje podemos considerar el plano general largo o corto.

**Plano americano:** Es aquel que corta al sujeto por las rodillas o por debajo de ellas, Sirve para mostrar a un personaje en movimiento, mostrando su entorno, pero centrando nuestra atención en su expresión y sus reacciones.

**Plano medio:** Muestra al personaje de la cintura hasta la cabeza. Es un plano muy utilizado porque se acerca al personaje dejando ver sus acciones. Se utiliza con frecuencia en la televisión, tanto en ficción como en programas informativos.

**Primer plano:** Corta al sujeto sobre los hombros. En el encuadre el lugar, entorno o escenario desaparece y se hace énfasis en la intimidad del personaje por encima de todas las cosas.

Primerísimo plano: También llamado primerísimo primer plano o gran primer plano, es aquel que, pretendiendo enfatizar aún más o mostrar detalles de la expresión del personaje, recorta al mismo por encima de los ojos y por debajo de la boca, eliminando cuello y hombros.

Plano detalle: Es aquel que nos encuadra alguna cosa muy significativa en un momento determinado. Por ejemplo, una mano con un anillo de compromiso, un objeto fuera de lugar, etc. Este plano no tendría significado por sí mismo si no fuera incluido en un discurso y suele utilizarse para dar pista al espectador de posteriores acciones o sucesos.

Se entiende entonces que cada plano cumple con un propósito dentro del material audiovisual, sea para describir el personaje, su entorno o acciones que logren captar a la audiencia y logre llevarlo por toda la narrativa sin que pierda la lógica o sentido de lo que está viendo (Rivera, 2006).

Entonces, describiremos algunos planos del spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud. El spot comienza con un plano detalle,

Figura 1: Plano detalle de personaje



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

El plano detalle, muestra parte del personaje, específicamente su mano sosteniendo el control remoto de la televisión, posicionando del dedo pulgar de la mano derecha sobre el botón de “avanzar canal”, denotando que el personaje está cambiando de canal. Este plano muestra el objeto o parte del cuerpo, siendo este caso, ambos elementos.

Figura 2: Primer Plano de personaje



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

Este primer plano muestra el rostro del personaje, es expresivo ya que permite mostrar la emoción del mismo. También permite entrar en el personaje y volvernó cómplices en su sentir, la función que cumple dentro del spot es la de conmover al espectador y pueda entender el sentimiento del personaje.

Figura 3: Primerísimo Plano de personaje



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

Primerísimo plano de personaje o también conocido como primerísimo primer plano, es un plano muy cerrado. Aquí las expresiones del personaje son mostradas a detalle, resalta únicamente su rostro. Este plano es adecuado para mostrar las expresiones o sentimientos y emociones, a comparación del primer plano, este tiene más fuerza para describir los elementos mencionados anteriormente.

Figura 4: Plano medio de personaje



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

En el plano medio se aprecia al personaje abrazando la imagen de su abuela, también muestra la expresión de su rostro, sin embargo, el plano se centra más en la acción del personaje, tratando de potenciar la actitud el cuerpo humano.

Dentro de los elementos visuales, se encuentran los ángulos de cámara, con los que se logra realzar, neutralizar o minimizar al personaje o personajes en su entorno.

El ángulo de cámara es la posición y angulación de la misma en una determinada escena. En ángulo dará una experiencia diferente, es así que para Bestard (2011) existen diferentes tipos de ángulos:

Ángulo Cenital: Es cuando la cámara se posiciona de manera vertical con respecto al suelo, obteniendo el campo de visión en dirección hacia abajo. Siempre se sitúa sobre el sujeto u objeto, esto aumenta la sensación de inferioridad.

Ángulo picado: La cámara es colocada sobre el sujeto u objeto, de forma que se observe desde arriba. Este ángulo normalmente es de 45° apuntando hacia abajo. El objetivo es hacer más pequeño a quien se encuadra en relación con su entorno, normalmente muestra debilidad, inferioridad o vulnerabilidad.

Ángulo frontal: Dentro del lenguaje audiovisual, es el que se utiliza con más frecuencia en los films, este es paralelo al suelo. La cámara es situada a la altura de los ojos del personaje lo que genera estabilidad, naturalidad y tranquilidad en el encuadre.

Ángulo contrapicado: Es lo opuesto al ángulo picado. La toma se recoge de abajo hacia arriba. Este ángulo se posiciona debajo del ángulo frontal inclinando la mirada de la cámara hacia arriba, provocando una sensación de grandiosidad con una apariencia de superioridad a los personajes.

Ángulo Nadir: La cámara se sitúa cerca y perpendicular al suelo, en lo que se denomina como ángulo cero. Esto proporciona imágenes originales.

Los ángulos de cámara entonces, establece una relación física entre el personaje y la cámara, la angulación describirá la situación del personaje en escena, está a su vez dependerá del director de cámara y su intención con el espectador. (Bartolomé, 1987). Analizaremos ahora algunos ángulos de cámara dentro del spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud.

Figura 5: Ángulo frontal



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

El ángulo frontal o también conocido como ángulo normal y el más utilizado, nos muestra al personaje observando la televisión, una acción natural o cotidiana. Este ángulo ayuda a mostrar un ambiente real dentro del spot.

Figura 6: Ángulo picado



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

El ángulo picado, acompañado del primer plano, cumple la función de mostrar al personaje y sus expresiones fáciles, logrando exponer los sentimientos que, según el ángulo, puede tratarse de debilidad, inferioridad o sumisión.

Figura 7: Ángulo contrapicado



Fuente: Spot Yo Me Quedo En Casa – Ministerio de Salud, 2020

El ángulo contrapicado, muestra la pintura en dónde aparecen ambos personajes de la narrativa. Este ángulo se utiliza para

generar o realzar el objeto o personaje, para provocar una sensación de grandeza o superioridad.

Por último, definiremos los movimientos de cámara, que según Fernández y Martínez (como se citó en Karbaum, 2017) mencionan que existen diversos tipos de movimientos de cámara, como el movimiento panorámico, el movimiento travelling, movimientos ópticos (El zoom) y movimientos de montaje (ralentí, acelerado y movimiento de reversa).

Para conceptualizar los diferentes tipos de movimientos de cámara, citaremos a (Bestard, et al.) quién explica que el movimiento panorámico o también conocido como paneo, es un movimiento físico que da un valor descriptivo, este paneo consiste en el movimiento de rotación de la cámara sobre su propio eje, hacia la izquierda o hacia la derecha, en horizontal, vertical o diagonal. Normalmente los paneos se realizan apoyando la cámara sobre la cabeza de un trípode, pero en ocasiones se ven algunas hechas a mano, ya que son inestables. Existen las panorámicas descriptivas sobre un espacio o personaje en donde acompaña al elemento mientras este se mueve.

También dice que el movimiento de travelling, por su parte, consiste en el desplazamiento de la cámara haciendo variar la posición de su eje. Este movimiento da un valor expresivo, de relieve y de perspectiva narrativa, este movimiento hace sentir que formamos parte de las acciones del personaje. Existen diferentes modos de hacer travelling, por ejemplo, de avance y retroceso, ascendente y descendente. El travelling permite seguir al personaje en escena, moviéndose ambos con total libertad.

Además, afirma que el movimiento óptico, o también conocido como zoom, se realiza con los objetivos que sean variables de la cámara, usualmente se utiliza antes de realizar

la grabación, sin embargo, hay quienes lo utilizan durante el rodaje, permitiendo alejar o acercar objetos o personajes sin la necesidad de movilizar la cámara.

Por último, define el movimiento de montaje como las técnicas que se emplean en la edición, manipulando la cinta o grabación. Aquí se puede acelerar o disminuir la velocidad y también colocarlo en modo reversa (el orden de la secuencia de la grabación hacia atrás), todo basado en el primer registro. Esto permite de alguna manera, jugar con el tiempo dentro del film.

Otra dimensión de la narrativa audiovisual, son los elementos sonoros que se contextualizarán a partir de Saitta (2012) quién afirma que se conoce también como banda sonora la cual implica organizar varios sonidos que unidos o integrados entre sí, acompañados de la imagen, generan coherencia y unidad de sentido en cada una de las escenas del audiovisual. Estos sonidos se pueden dividir, en la voz o también conocido como la palabra, la música o también llamado musicalización, los efectos sonoros y ambientales y el silencio como recurso audiovisual.

Saitta (2012) describe a la voz como texto o palabra, los cuales se representan dentro de las conversaciones, por ejemplo, las voces en off, los diálogos y en todo lo que esté referido al lenguaje hablado. También se define como el elemento sonoro con alta influencia en la narrativa, porque tiene la cualidad de relatar lo que se expone en las escenas, puede generar también referencias de imágenes que no estén presentes en el cuadro, pueden ser reales o inexistentes. Es de suma importancia tener sincronía, por ejemplo, en los movimientos de los labios y el sonido, dado que de todo eso depende la verosimilitud de lo observado con lo escuchado. Por otra parte, se recomienda no abusar del uso de la voz ya que es demasiado tedioso que la narración sea contada con el diálogo, afirma que, una obra se vuelve más interesante cuando se narra con acciones, con gestos, con música y con sonidos.

Saitta (2012) expresa que la música es un arte que puede tener un significado dependiendo de la memoria social y cultural del receptor, la cual normalmente busca la asociación a sus esquemas sonoros previos. Es de cuidado utilizar este factor, ya que depende del receptor, su significado. Normalmente las composiciones musicales son estereotipadas por quien escucha, por lo que se recomienda crear producciones nuevas y propias para evitar ese error. También se debe tener cuidado al anidar la música con la imagen para no alterar la atención de quien observa y escucha, así se logrará sumergir al espectador dentro de la narración.

También nos dice que los efectos sonoros, los cuales son el conjunto de sonidos conformados por ruidos y otras manifestaciones sonoras que dan la sensación de realismo a la narración audiovisual. Estos efectos tienen la facilidad de ser manipulados a voluntad del creador para atender a las necesidades narrativas del film. Raramente en una película el ruido de la calle tiene protagonismo, salvo o a excepción que se requiera. Por otra parte, es importante ser cuidadosos con la continuidad y coherencia al realizar un diseño sonoro de un ambiente porque se manejan sonidos internos y externos relacionados al encuadre. Los efectos de sonido también son trabajados como índices y marcan puntualmente las acciones de los objetos o personajes.

Por último, pero no menos importante, el silencio que según (Saitta, et al.) es una pausa obligada entre los diálogos, ruidos y música, se utiliza como recurso expresivo en la narrativa. El silencio conocido como pausa, es utilizado para generar intriga, suscita a la reflexión o para dramatizar una información, en la radio, por ejemplo, es usada para estructurar las emisiones del programa. Es también un elemento significativo pues genera dramatismo, cuando el sonido se interrumpe bruscamente por el silencio, se produce una sensación de vacío lo que genera tensión con respecto a lo que sucederá a continuación.

El utilizar el silencio en un momento clave sobre la imagen, puede resultar muy expresivo, dejando que la imagen hable por si sola.

La narrativa audiovisual tiene otra dimensión, la narración, la cual es una forma de contar hechos reales o ficticios, comúnmente se utiliza la narrativa para contar hechos acontecidos en el pasado. La narración puede ser breve y referirse a actos de una manera muy rápida y general. Está conformada por el personaje, la acción el tiempo y el espacio (Cíceros, 2007).

Cíceros también afirma que el personaje puede ser cualquier elemento o individuo, los cuales realizaran las acciones que cuenta el autor en la narración. En torno a ellos se desarrollará y protagonizará el contenido o sucesos plateados en la historia. Por su importancia, los personajes pueden ser principales o secundarios, dentro de los principales se encuentra el protagonista, que es el personaje más importante de todos y el antagonista que es el oponente u opuesto al antagonista.

Define también a la acción como una serie de sucesos que debe afrontar el personaje, formada por acontecimientos y situaciones que componen la historia. Las acciones son ordenadas según a la conveniencia del autor, con cierta lógica para lograr que el espectador entienda los sucesos. Las acciones son elementos que movilizan el relato.

El tiempo, elemento de la narración que tiene en cuenta la duración, sucesión y ordenación en que se producen las acciones, hechos o acontecimientos. Es el orden temporal en que se puede desarrollar la historia, como, por ejemplo, de forma lineal, que es cuando el orden de los sucesos no es alterado, contando los hechos sin alterar el tiempo en que sucedieron, también puede haber una ruptura del orden cronológico, como, por ejemplo, empezar la narración de atrás hacia delante (Cíceros, et al.). La duración del

tiempo puede ser relativo a lo necesitado, puede darse en varios años, un día, en horas, esto depende absolutamente del director del relato.

Por último, Cíceros (2007) explica que el espacio, es el lugar o ambientes en donde se realizan las acciones los personajes, aquí los hechos suceden. Es un componente narrativo que ubica o refiere al lugar en donde se desarrollan los personajes, pueden existir diferentes espacios como urbanos, rurales, domésticos o idealizados. Estos espacios pueden ser artificiales, los cuales son creados o modificados. Pueden ser también naturales, los cuales se escogen y no existe la necesidad de alterar los elementos que componen el ambiente.

## **JUSTIFICACIÓN**

Se ha tomado como objeto de estudio el spot audiovisual “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud del Perú, para saber si existe o no una relación entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje, contextualizado en tiempos complejos como el que vivimos actualmente, desde el contexto del virus denominado COVID-19 y conocer si dicha relación beneficia o permite el cumplimiento del objetivo comunicacional de concientizar al público influyente dentro de la problemática.

A diferencia de otras investigaciones, esta desea conocer si existe, por ejemplo, relación entre sus variables para dirigir el mensaje generando emociones sin perder la lógica o razón dentro de las personas a quienes va dirigida y por consiguiente generar algún cambio con respecto al contexto salud en el cuál vivimos.

La presente investigación puede dar paso a otras no muy lejanas, para conocer desde otras perspectivas si existe o no una relación entre ambas variables o determinar, por ejemplo, que tipo de narrativa audiovisual o género puede dirigir con mayor eficacia el mensaje en determinado contexto y generar un cambio en las personas. También puede ser motivo para investigar acerca de cuanto impacta el mensaje de la narrativa audiovisual en tiempos difíciles como el que se vive ahora o en otras realidades.

Por otro lado, la justificación de la metodología de la investigación se basa en que, a través de cantidades numéricas, poder determinar la existencia de relación entre las dos variables en estudio, es por ello que la investigación tiene un enfoque cuantitativo. También, es descriptiva, lo que permite profundizar en los conceptos tanto de las variables, dimensiones e indicadores, además es correlacional y por lo tanto no experimental lo que faculta la medición de dos variables estadísticamente, sin alterar la situación problemática para conocer el valor real de relación entre sí, utilizando al

estadístico Chi-Cuadrado de Pearson, quién permite medir y relacionar las variables nominales de la investigación. Los datos han sido recogidos mediante un cuestionario, instrumento del cual se ha comprobado su nivel de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, lo que comprobó que el instrumento es fiable para esta investigación.

En la práctica, la presente investigación permite conocer si los indicadores de las variables ayudan o apoyan para que el mensaje llegue de manera correcta y efectiva al receptor, de manera que el impacto permita concientizar de manera lógica o emocional a las personas para así generar un cambio desde el punto de vista de la salud, en otras palabras, conocer si los indicadores permiten al mensaje llegar sin complicaciones a todos los receptores.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general:**

¿Cómo se relaciona la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?

### **1.2.2. Problemas específicos:**

1. ¿Cómo se relaciona elemento visual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?

2. ¿Cómo se relaciona el elemento sonoro y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?

3. ¿Cómo se relaciona la narración y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Identificar la relación que existe entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución

educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

1. Identificar la relación que existe entre el elemento visual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

2. Identificar la relación que existe entre el elemento sonoro y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

3. Identificar la relación que existe entre la narración y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

## **1.4. Hipótesis**

### **1.4.1. Hipótesis general**

La narrativa audiovisual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

### **1.4.2. Hipótesis específicas**

1. El elemento visual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

2. El elemento sonoro se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

3. La narración se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **2.1. Tipo de investigación**

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, el cual pretende medir datos posteriores a una recolección de información, a partir de un cuestionario aplicado a una muestra, que forma parte del proceso de la investigación. Según Hernández (2014) el método correlacional es cuando el investigador mide dos variables, estudia los coeficientes entre ambas para demostrar que existe una relación entre ellas.

La investigación cumple con el diseño no experimental, que es el proceso que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir, se trata de estudios en donde no se modifica de forma intencional las variables para obtener un efecto sobre otras. El diseño de investigación se centra en observar el fenómeno tal y como es en su contexto natural para su posterior análisis. Así mismo, fue de tipo descriptiva que, consta en recoger información y detallar características y/o propiedades de algún fenómeno, además es útil para evidenciar diferentes aspectos o dimensiones del objeto en estudio, por último, se describirán los resultados obtenidos por parte del alumnado de la institución educativa. Hernández, Fernández y Baptista (2014).

### **2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)**

#### **2.2.1. Población**

Según Borrego (2008) define como población al conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de limitadas especificaciones.

Para el presente estudio se tiene como población a 150 estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima 2020.

Tabla N°1: Cantidad de alumnado

*Distribución de los estudiantes de la población de estudio*

Quinto año de secundaria	Cantidad de Alumnos
Sección A	25
Sección B	26
Sección C	24
Sección D	25
Sección E	24
Sección F	26
Total	150

Fuente: nómina de matrícula del plantel del 2020

Sin embargo, se aplicará el criterio de exclusión que según Castiglia (2000) permite al investigador delimitar eficientemente quienes no son aptos para participar en un estudio, entonces serán excluido los estudiantes que muestren las siguientes características:

- Estudiantes que no tengan comunicación semanal con el docente vía zoom u otro medio para brindar información y conozca del cuestionario.
- Estudiantes con bajo recursos económicos que no les permitan tener acceso a plataformas digitales para responder el cuestionario.
- Intermittencia del alumno para asistir a las clases virtuales

- Estudiantes que no cuenten con alguna herramienta tecnológica como tablet, celular, computadora, entre otros, para responder el cuestionario.
- Estudiantes sin internet fijo o datos móviles para responder el cuestionario.

Al observar la realidad que se muestra en la institución educativa Los Jazmines del Naranjal del año 2020, tanto al docente como el alumnado y al aplicar el criterio de exclusión, se logró determinar que la población total, es decir; la cantidad de alumnos quienes regularmente tienen acceso y conectividad para poder contestar el cuestionario son 52 (cincuenta y dos).

### **2.2.2. Muestra**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) la muestra se define como una técnica que consiste en seleccionar una parte representativa de la población para la investigación. A su vez, manifiestan la existencia de una muestra censal como aquella en donde todas las unidades o individuos de una investigación son consideradas como muestra, de allí la población se puede tomar en su totalidad como muestra, partiendo de ello, se tomará a toda la población para el presente estudio, haciendo uso de la muestra censal, siendo 52 (cincuenta y dos) estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal año 2020, los seleccionados como muestra de la investigación.

### **2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

Se realizó un cuestionario, herramienta para la adquisición de información, también se utilizó la escala de Likert la cual se emplea para medir actitudes hacia objetos, hechos o ideas. Además, se le aplicó el Alfa de Cronbach el cual se utiliza para determinar el grado de confiabilidad del instrumento con el que se recogerá la información (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El instrumento para la recolección de datos se ha creado en base a la escala de Likert que permite conocer si la muestra en estudio está totalmente de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con las preguntas del cuestionario. Este instrumento ha sido validado por (03) tres docentes de la Universidad Privada del Norte con el objetivo de verificar su autenticidad y confirmar si las preguntas formuladas son adecuadas y pertinentes para dar con los objetivos de la investigación. El cuestionario fue creado por el autor de la investigación, Ángel de Jesús Canales Tanta y los validadores del instrumento fueron los docentes Hernán Sotomayor Velásquez, Gerardo Karbaum Padilla y Clarck Valentín Torres, expertos en ciencias de la comunicación.

Para la recolección y análisis de datos, se tomó en cuenta el contexto que se vive actualmente, por motivos de preservar la salud y prevenir el contagio de COVID-19 se planificó los procedimientos acordes a la realidad que se vive dentro de la institución educativa y criterios del investigador. Primero, se contactó con los docentes tutores de cada sección del quinto año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal, después se procedió a enviar el URL o también llamado dirección web ([https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfc2FTY0SeX\\_\\_VnBP6iiYh-4-6PPV6JTBYjRkgalXF11OYyyw/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfc2FTY0SeX__VnBP6iiYh-4-6PPV6JTBYjRkgalXF11OYyyw/viewform?usp=sf_link)) del formulario de Google, en donde se encuentra tanto el video como el cuestionario, para que los docentes puedan

remitirlo al alumnado y ellos procedan a visualizar el spot y posterior a eso, responder el cuestionario.

Toda la información recaudada se almacenó en la plataforma Google drive para analizar los datos y transformar la información a resultados cuantitativos mediante el programa SPSS®. Por último, se describirán los resultados numéricos recolectados.

## Matriz de consistencia

PROBLEMA		OBJETIVOS		HIPÓTESIS	
<b>Problema</b> ¿Cómo se relaciona la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?	<b>General:</b>	<b>Objetivo</b> Identificar la relación que existe entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.	<b>General:</b>	<b>Hipótesis</b> La narrativa audiovisual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.	<b>General:</b>
<b>Problemas</b> 1. ¿Cómo se relaciona elemento visual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?  2. ¿Cómo se relaciona el elemento sonoro y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?  3. ¿Cómo se relaciona la narración y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020?	<b>Específicos:</b>	<b>Objetivos</b> 1. Identificar la relación que existe entre el elemento visual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.  2. Identificar la relación que existe entre el elemento sonoro y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.  3. Identificar la relación que existe entre la narración y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.	<b>Específicos:</b>	<b>Hipótesis</b> 1. El elemento visual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.  2. El elemento sonoro se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.  3. La narración se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.	<b>Específicas:</b>

Fuente: Elaboración propia.

VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>Variable Independiente:</b> <b>NARRATIVA AUDIOVISUAL</b></p> <p>INDICADORES: -Planos -Ángulos -Movimientos de cámara -Voz -Música -Efectos sonoros -Silencio -Personaje -Acción -Espacio -Tiempo</p> <p><b>Variable Dependiente:</b> <b>Impacto del Mensaje</b></p> <p>INDICADORES: -Datos -Hechos -Agrado -Atracción</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Descriptivo Correlacional</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Muestra:</b> 52 alumnos del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal -Lima.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p> <p><b>Medición:</b> Escala de Likert</p> <p><b>Confiabilidad:</b> Alfa de Cronbach</p> <p><b>Análisis de datos:</b> SPSS - Chi cuadrado de Pearson.</p>

Fuente: Elaboración propia.

## Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLE
VARIABLE INDEPENDIENTE: NARRATIVA AUDIOVISUAL	Según García (como se citó en Ríos, 2018) la narrativa audiovisual es la capacidad de complementar o articularse las imágenes, el sonido y diversos elementos para configurar una narración, cuyos significados son las historias.
VARIABLE DEPENDIENTE: IMPACTO DEL MENSAJE	El impacto del mensaje depende de varios factores, no sólo de lo que se dice, sino también del medio comunicacional y de cómo se dice o cuenta. Se constituye a través de lo racional y emocional del mensaje (Kotler, 2001).

Fuente: Elaboración propia.

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEM</b>
VISUAL	PLANOS	1
	ÁNGULOS	2
	MOVIMIENTOS DE CÁMARA	3
SONORO	VOZ	4
	MÚSICA	5
	EFFECTOS SONOROS	6
	SILENCIO	7
NARRATIVA	PERSONAJE	8
	ACCIÓN	9
	ESPACIO	10
	TIEMPO	11
RACIONAL	DATOS	12
	HECHOS	13
EMOCIONAL	AGRADO	14
	ATRACCIÓN	15

Fuente: Elaboración propia.

## Confiabilidad del instrumento de medición

Tabla N°2: Resumen de procesamiento de casos

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	52	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	52	100,0

Tabla N°3: Estadística de fiabilidad

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>			
		Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
Alfa de Cronbach		,835	15

La tabla N°2 muestra la totalidad de casos seleccionados para la investigación, siendo 52 el cien por ciento del resultado arrojado. Además, la tabla N°3 muestra 0.835 de una unidad como resultado de confiabilidad o fiabilidad del instrumento mediante Alfa de Cronbach, se determina entonces que el instrumento utilizado es confiable, ya que es mayor o igual a 0,7 de una unidad (Quero, 2010).

## LIMITACIONES

Tomando de conocimiento que la investigación se ha desarrollado en el contexto de la pandemia del virus denominado COVID-19, se optó por tener una comunicación por medios digitales, para preservar y cuidar la salud, esta comunicación se realizó por correos y mensajes de texto, sin embargo, la comunicación ha sido progresiva y lenta ya que factores externos por ejemplo, las ocupaciones laborales y personales de los docentes influyeron en poder tener una comunicación rápida e instantánea, en el caso de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal, quienes apoyaron en la recolección de datos, como de la Universidad Privada del Norte, para la validación del instrumento.

También, el no poder tener presencia física con los alumnos de la institución educativa ha sido una dificultad para la investigación, motivo por el cual la muestra se ha tenido que disminuir, partiendo de los factores de exclusión. Estos factores han sido básicamente de conectividad y plataformas digitales, ya que la mayoría de los estudiantes no cuentan con internet y las pocas personas que la tienen, es intermitente o de baja calidad, generando dificultades no solo a la hora de contestar el cuestionario del estudio, sino para conectarse a sus clases diarias del colegio.

### CAPÍTULO III. RESULTADOS

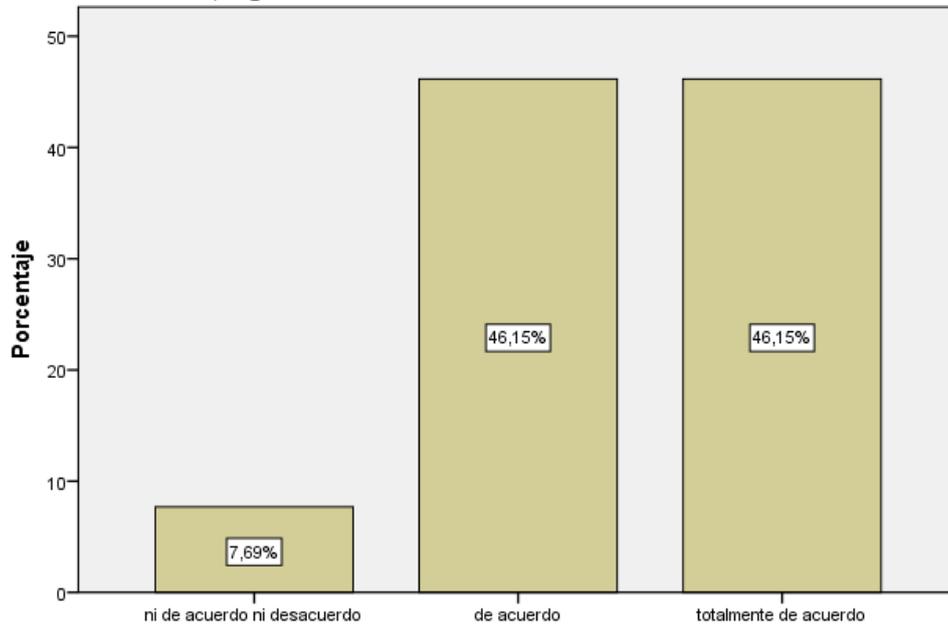
Los datos se obtuvieron mediante la aplicación del instrumento con la finalidad de buscar respuestas a las interrogantes de la presente investigación. A continuación, se presentan los resultados en las tablas de los datos recogidos y procesados en el programa SPSS®.

Tabla N°4: Resultado de la pregunta N°1

Estadísticos					
1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video?					
	N	Válido			52
		Perdidos			0
	Moda				4 <sup>a</sup>
1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	4	7,7	7,7	7,7
	de acuerdo	24	46,2	46,2	53,8
	totalmente de acuerdo	24	46,2	46,2	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°1: Resultados de la pregunta N°1

1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video?



1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video?

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°4 y gráfico N°1, del indicador plano de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 7,69% están ni de acuerdo ni desacuerdo con que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video, el 46,15% mencionó estar de acuerdo y el 46,15% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°5: Resultado de la pregunta N°2

**Estadísticos**

2. ¿Cree usted qué el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?

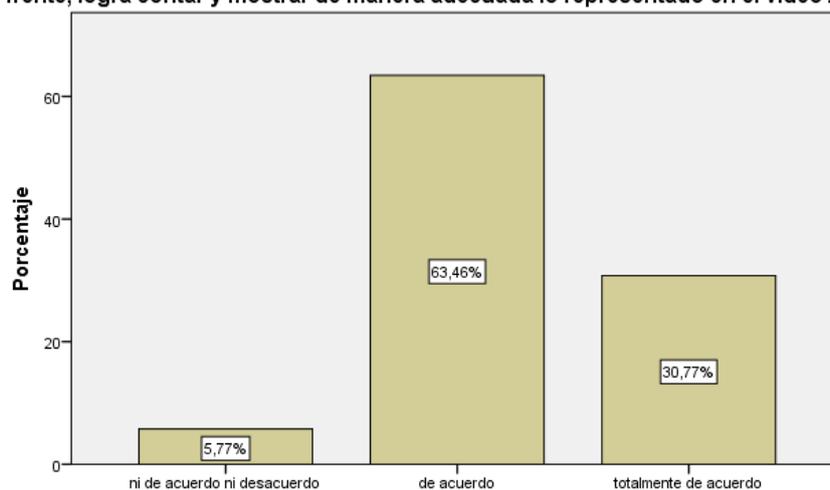
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		4

**2. ¿Cree usted qué el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido ni de acuerdo ni desacuerdo	3	5,8	5,8	5,8
de acuerdo	33	63,5	63,5	69,2
totalmente de acuerdo	16	30,8	30,8	100,0
Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°2: Resultados de la pregunta N°2

2. ¿Cree usted qué el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?



2. ¿Cree usted qué el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?

Fuente: elaboración propia

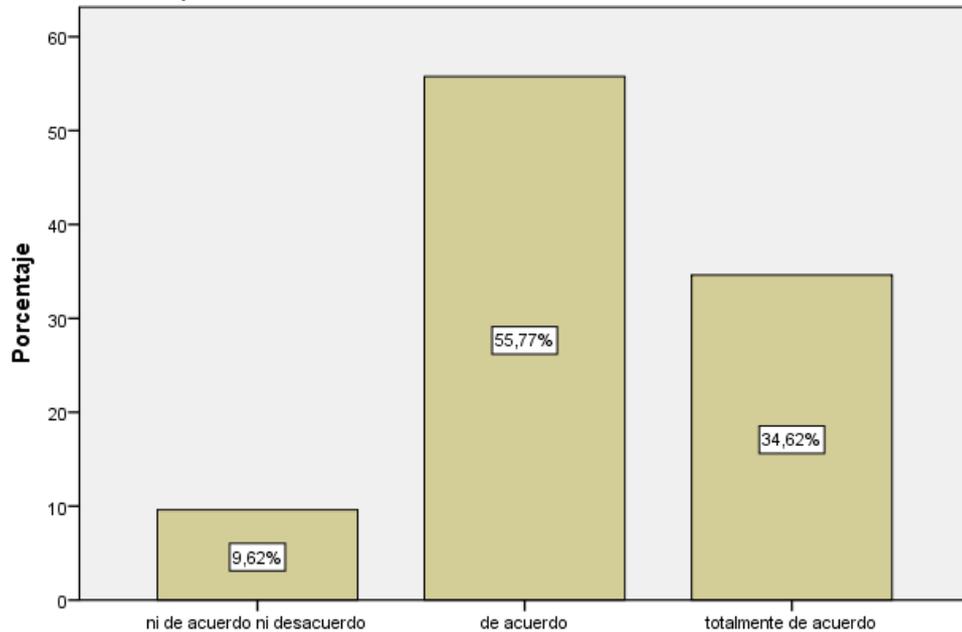
**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°5 y gráfico N°2, del indicador ángulo de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 5,77% están ni de acuerdo ni desacuerdo con qué el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video, el 63,45% mencionó estar de acuerdo y el 30,77% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°6: Resultado de la pregunta N°3

<b>Estadísticos</b>				
3. ¿En el video denominado “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia?				
N	Válido			52
	Perdidos			0
Moda				4
3. ¿En el video denominado “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia?				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9,6	9,6
	de acuerdo	29	55,8	65,4
	totalmente de acuerdo	18	34,6	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Gráfico N°3: Resultados de la pregunta N°3

3. ¿En el video denominado “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia?



3. ¿En el video denominado “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia?

Fuente: elaboración propia

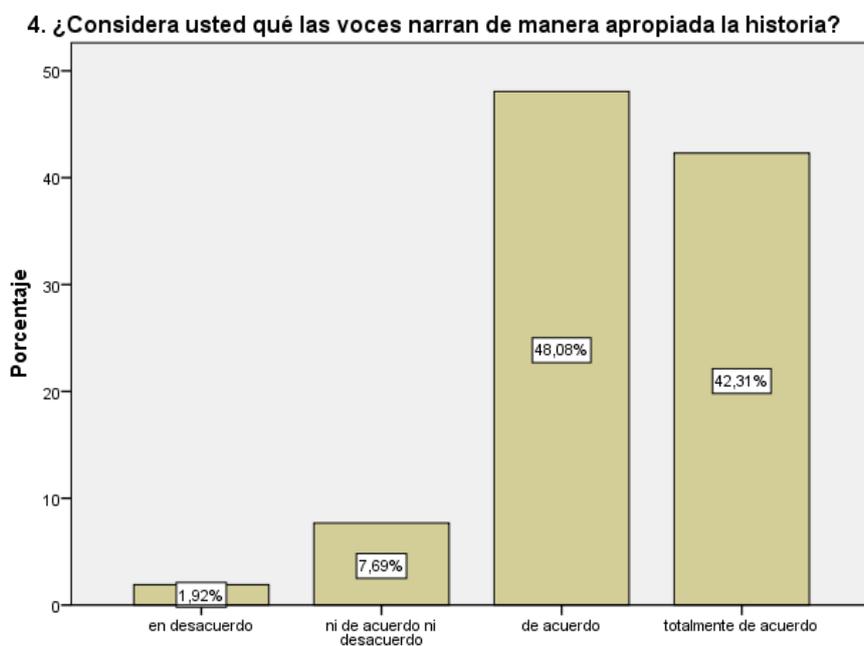
**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°6 y gráfico N°3, del indicador movimiento de cámara de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 9,62% están ni de acuerdo ni desacuerdo con que en el video denominado “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia, el 55,77% mencionó estar de acuerdo y el 34,62% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°7: Resultado de la pregunta N°4

Estadísticos		
4. ¿Considera usted que las voces narran de manera apropiada la historia?		
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		4

4. ¿Considera usted que las voces narran de manera apropiada la historia?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
	ni de acuerdo ni desacuerdo	4	7,7	7,7	9,6
	de acuerdo	25	48,1	48,1	57,7
	totalmente de acuerdo	22	42,3	42,3	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°4: Resultados de la pregunta N°4



4. ¿Considera usted que las voces narran de manera apropiada la historia?

Fuente: elaboración propia

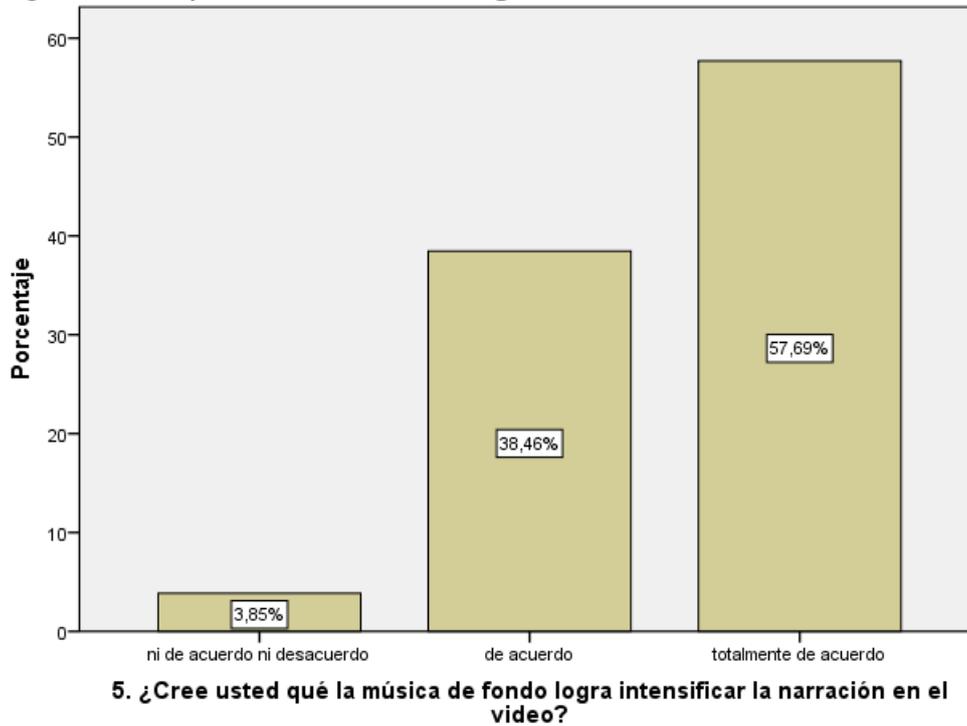
**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°7 y gráfico N°4, del indicador voz de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 1,92% están en desacuerdo con que las voces narran de manera apropiada la historia, el 7,69% está ni de acuerdo ni desacuerdo el 49,08% mencionó estar de acuerdo y el 42,31% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°8: Resultado de la pregunta N°5

<b>Estadísticos</b>				
<b>5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?</b>				
N	Válido			52
	Perdidos			0
Moda				5
<b>5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?</b>				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	2	3,8	3,8
	de acuerdo	20	38,5	42,3
	totalmente de acuerdo	30	57,7	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Gráfico N°5: Resultados de la pregunta N°5

5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?



Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°8 y gráfico N°5, del indicador narración de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 3,85% está ni de acuerdo ni desacuerdo en que la música de fondo logra intensificar la narración en el video, el 38,46% mencionó estar de acuerdo y el 57,69% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°9: Resultado de la pregunta N°6

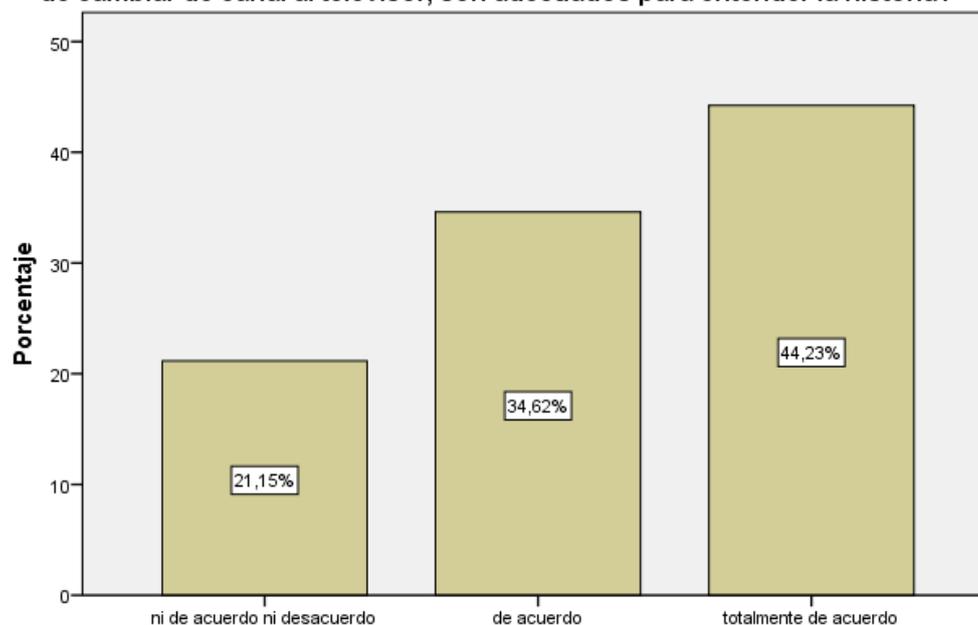
<b>Estadísticos</b>		
6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?		
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		5

**6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	11	21,2	21,2	21,2
	de acuerdo	18	34,6	34,6	55,8
	totalmente de acuerdo	23	44,2	44,2	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°6: Resultados de la pregunta N°6

**6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?**



**6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?**

Fuente: elaboración propia

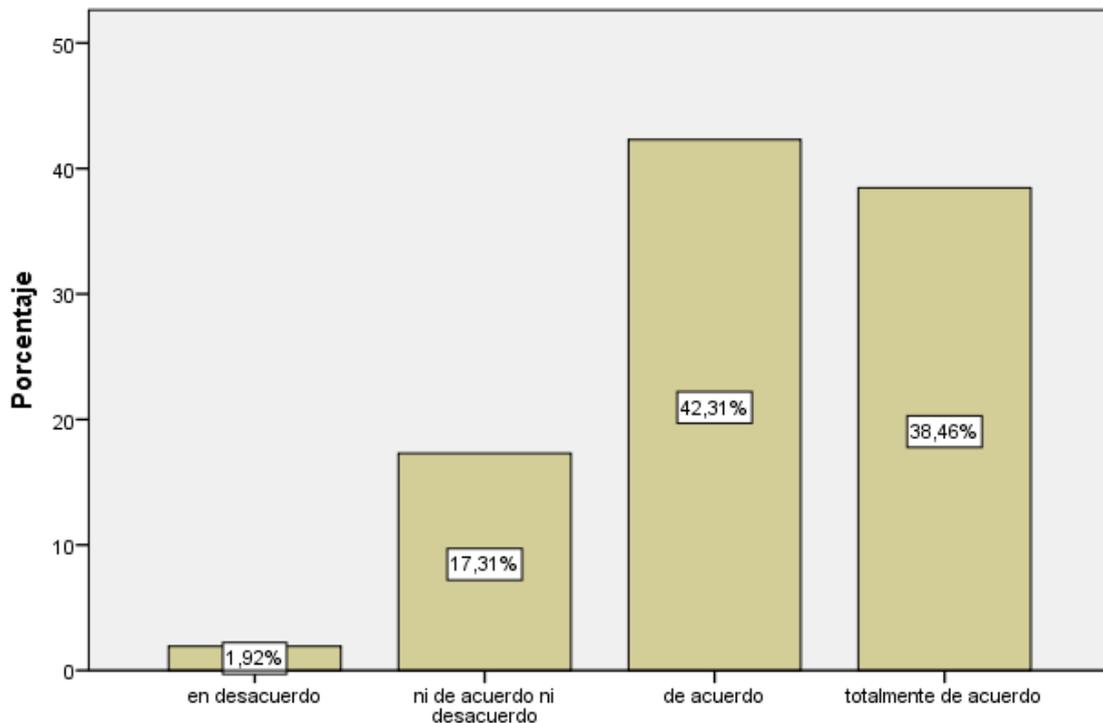
**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°9 y gráfico N°6, del indicador efecto de sonido de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 21,15% está ni de acuerdo ni desacuerdo en que los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia, el 34,62% mencionó estar de acuerdo y el 44,23% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°10: Resultado de la pregunta N°7

<b>Estadísticos</b>					
<b>7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?</b>					
N	Válido				52
	Perdidos				0
Moda					4
<b>7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
	ni de acuerdo ni desacuerdo	9	17,3	17,3	19,2
	de acuerdo	22	42,3	42,3	61,5
	totalmente de acuerdo	20	38,5	38,5	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°7: Resultados de la pregunta N°7

**7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?**



**7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?**

**Fuente: elaboración propia**

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°10 y gráfico N°7, del indicador silencio de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 1,92% está en desacuerdo con que el silencio logra que se entienda de manera adecuada el video, el 17,31% está ni de acuerdo ni desacuerdo, el 42,31% mencionó estar de acuerdo y el 38,46% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°11: Resultado de la pregunta N°8

### Estadísticos

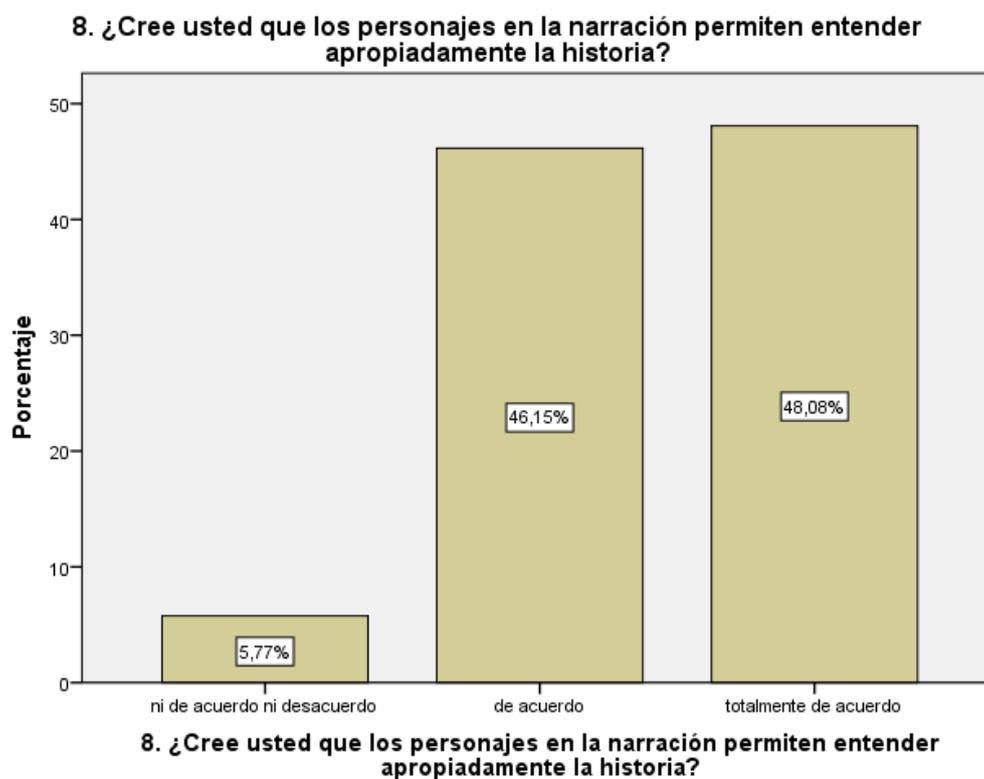
8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?

N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		5

8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	3	5,8	5,8	5,8
	de acuerdo	24	46,2	46,2	51,9
	totalmente de acuerdo	25	48,1	48,1	100,0
Total		52	100,0	100,0	

Gráfico N°8: Resultados de la pregunta N°8



**Fuente: elaboración propia**

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°11 y gráfico N°8, del indicador personaje de la variable independiente, se determina que del 100% de los

encuestados el 5,77% está ni de acuerdo ni desacuerdo con que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia, el 46,15% mencionó estar de acuerdo y el 48,08% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

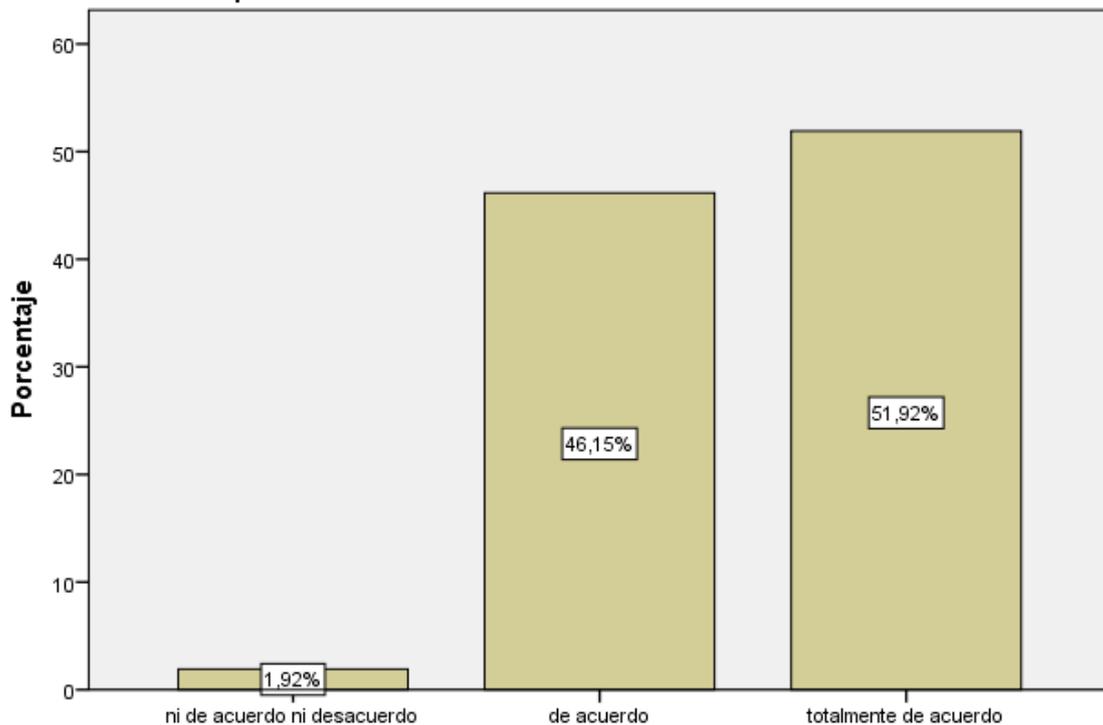
Tabla N°12: Resultado de la pregunta N°9

<b>Estadísticos</b>		
9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?		
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		5

<b>9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
	de acuerdo	24	46,2	46,2	48,1
	totalmente de acuerdo	27	51,9	51,9	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°9: Resultados de la pregunta N°9

**9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?**



**9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?**

**Fuente: elaboración propia**

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°12 y gráfico N°9, del indicador acción de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 1,92% está ni de acuerdo ni desacuerdo con que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video, el 46,15% mencionó estar de acuerdo y el 51,92% indicó estar totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°13: Resultado de la pregunta N°10

### Estadísticos

10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?

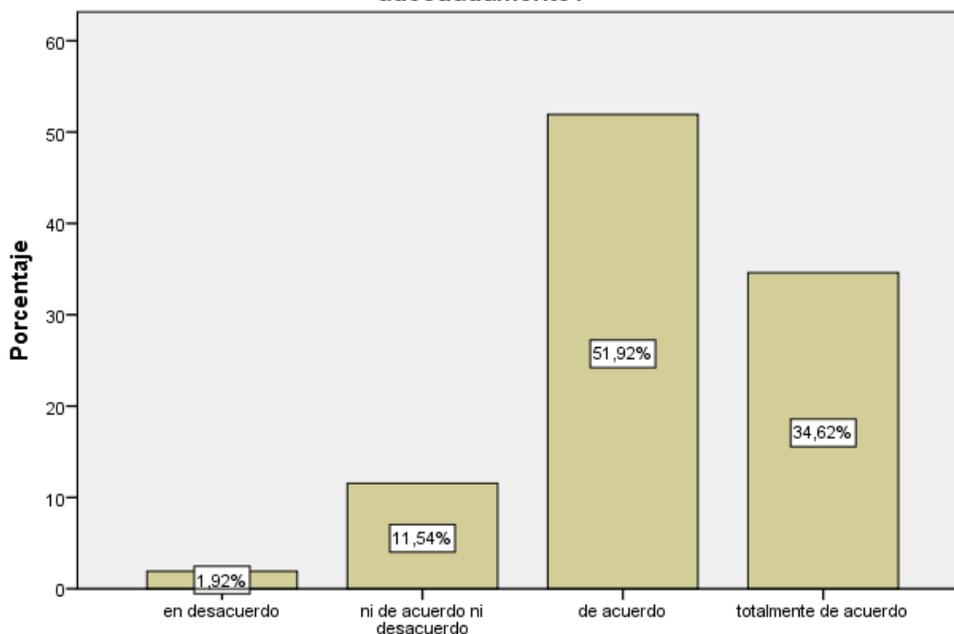
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		4

**10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	en desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
	ni de acuerdo ni desacuerdo	6	11,5	11,5	13,5
	de acuerdo	27	51,9	51,9	65,4
	totalmente de acuerdo	18	34,6	34,6	100,0
Total		52	100,0	100,0	

Gráfico N°10: Resultados de la pregunta N°10

**10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?**



**10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?**

**Fuente: elaboración propia**

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°13 y gráfico N°10, del indicador espacio de la variable independiente, se determina que del 100% de los

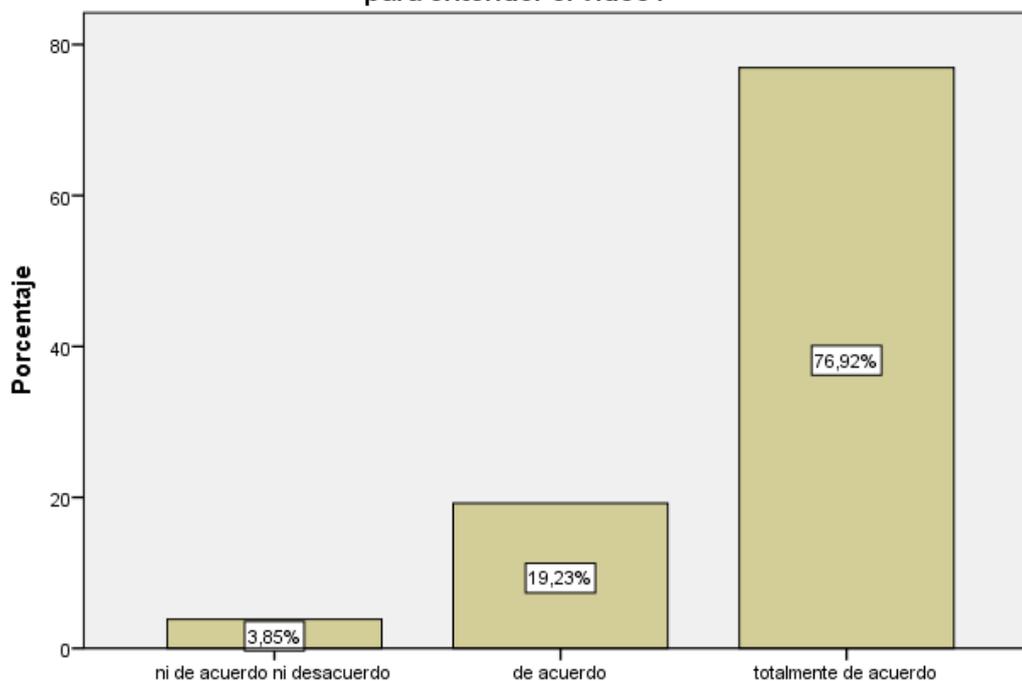
encuestados el 1,92% está en desacuerdo con que los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente, el 11,54% mencionó estar ni de acuerdo ni desacuerdo, el 51,92% indicó estar de acuerdo y el 34,62% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°14: Resultado de la pregunta N°11

<b>Estadísticos</b>				
11. ¿El tiempo en el cuál transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video?				
N	Válido			52
	Perdidos			0
Moda				5
<b>11. ¿El tiempo en el cuál transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video?</b>				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	2	3,8	3,8
	de acuerdo	10	19,2	23,1
	totalmente de acuerdo	40	76,9	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Gráfico N°11: Resultados de la pregunta N°11

11. ¿El tiempo en el cuál transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video?



11. ¿El tiempo en el cuál transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video?

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°14 y gráfico N°11, del indicador tiempo de la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 3,85% está ni de acuerdo ni desacuerdo con que el tiempo en el cuál transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video, el 19,23% indicó estar de acuerdo y el 76,92% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°15: Resultado de la pregunta N°12

**Estadísticos**

12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta?

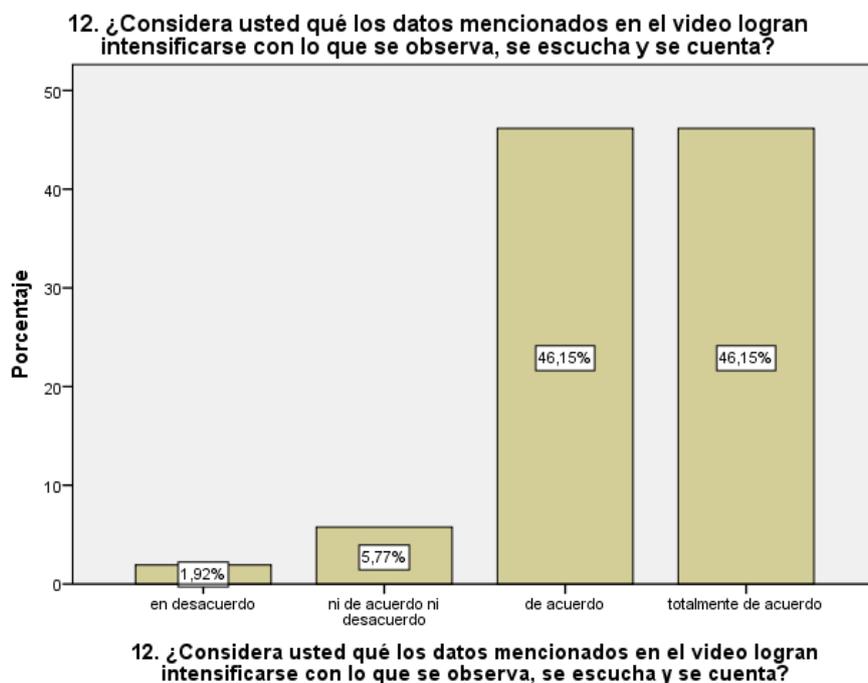
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		4ª

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

**12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido en desacuerdo	1	1,9	1,9	1,9
ni de acuerdo ni desacuerdo	3	5,8	5,8	7,7
de acuerdo	24	46,2	46,2	53,8
totalmente de acuerdo	24	46,2	46,2	100,0
Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°12: Resultados de la pregunta N°12



Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°15 y gráfico N°12, del indicador datos de la variable dependiente en relación con la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 1,92% está en desacuerdo con que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta, el 5,77% está ni de acuerdo ni desacuerdo, el 46,15% indicó estar de acuerdo y el 46,15% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°16: Resultado de la pregunta N°13

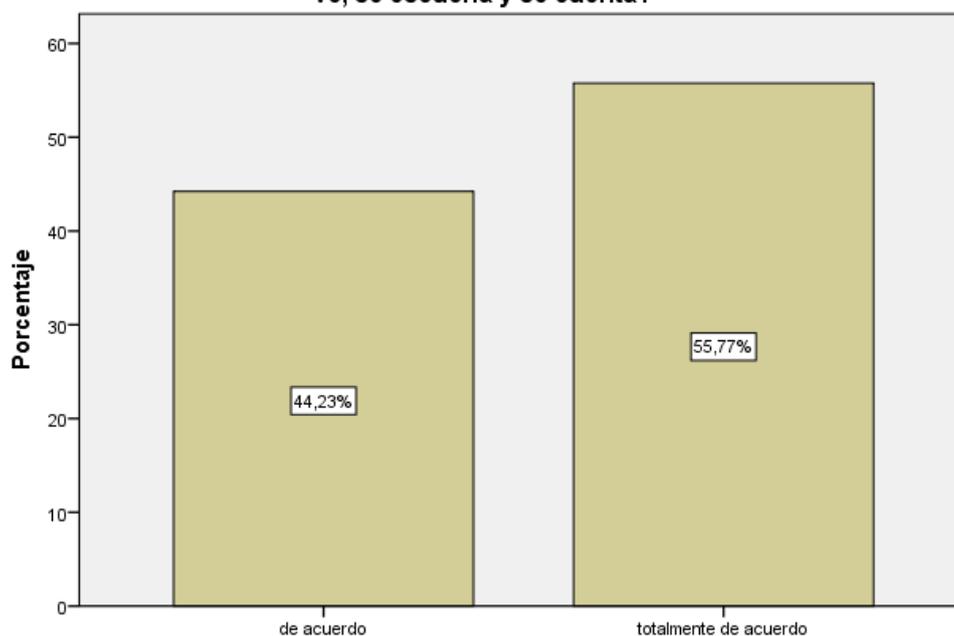
<b>Estadísticos</b>	
13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?	
N	Válido 52
	Perdidos 0
Moda	5

**13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	de acuerdo	23	44,2	44,2
	totalmente de acuerdo	29	55,8	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Gráfico N°13: Resultados de la pregunta N°13

13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?



13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°16 y gráfico N°13, del indicador hecho de la variable dependiente en relación con la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 44,23% está de acuerdo con que el hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta y el 55,77% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°17: Resultado de la pregunta N°14

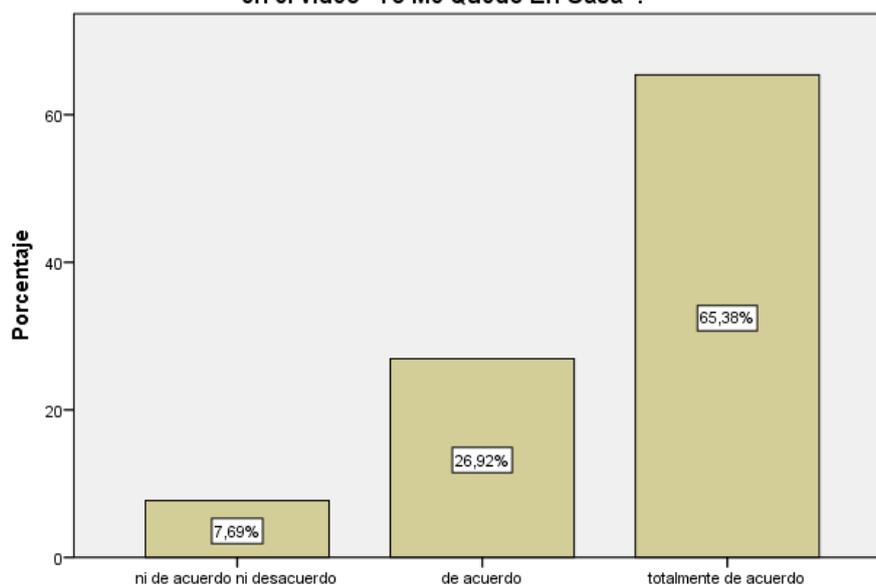
<b>Estadísticos</b>		
14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?		
N	Válido	52
	Perdidos	0
Moda		5

14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ni de acuerdo ni desacuerdo	4	7,7	7,7	7,7
	de acuerdo	14	26,9	26,9	34,6
	totalmente de acuerdo	34	65,4	65,4	100,0
	Total	52	100,0	100,0	

Gráfico N°14: Resultados de la pregunta N°14

14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?



14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?

Fuente: elaboración propia

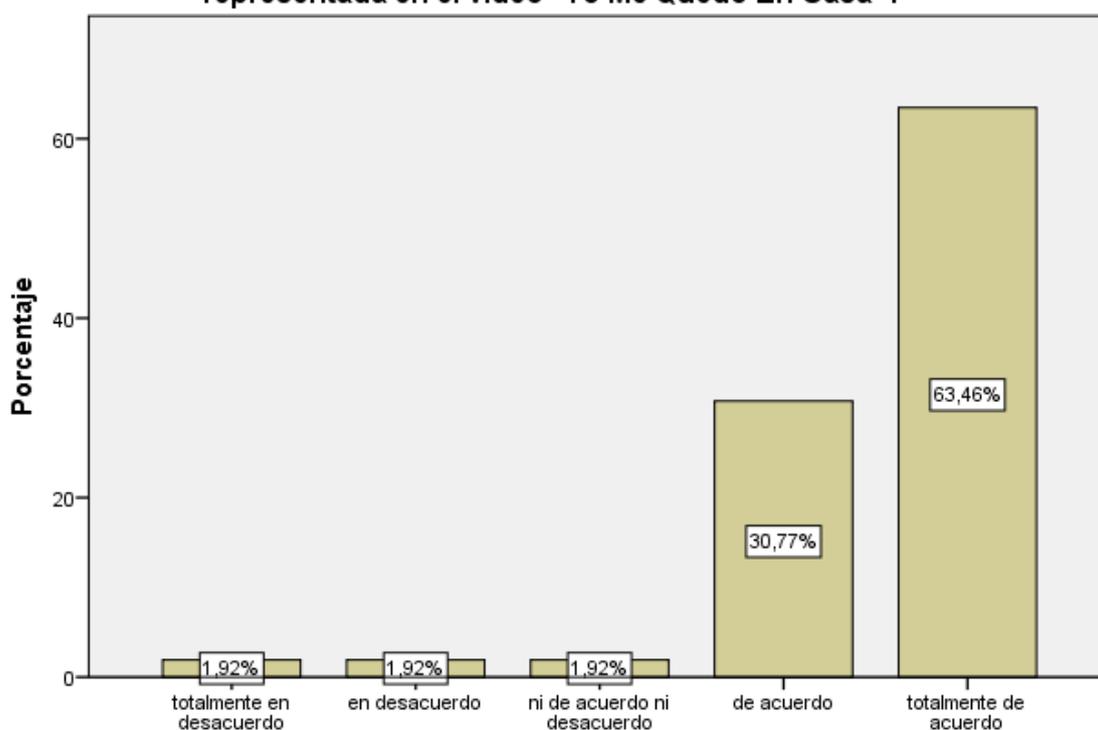
**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°17 y gráfico N°14, del indicador agrado de la variable dependiente en relación con la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 7,69% está ni de acuerdo ni desacuerdo con que fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Yo Me Quedo En Casa, el 26,92% indicó estar de acuerdo y el 65,38% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

Tabla N°18: Resultado de la pregunta N°15

<b>Estadísticos</b>				
15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?				
N	Válido			52
	Perdidos			0
Moda				5
<b>15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?</b>				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	totalmente en desacuerdo	1	1,9	1,9
	en desacuerdo	1	1,9	3,8
	ni de acuerdo ni desacuerdo	1	1,9	5,8
	de acuerdo	16	30,8	36,5
	totalmente de acuerdo	33	63,5	100,0
	Total	52	100,0	100,0

Gráfico N°15: Resultados de la pregunta N°15

15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?



15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?

Fuente: elaboración propia

**Interpretación:** De acuerdo con los datos de la tabla N°18 y gráfico N°15, del indicador atracción de la variable dependiente en relación con la variable independiente, se determina que del 100% de los encuestados el 1,96% está totalmente en desacuerdo en que se sintió atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video Yo Me Quedo En Casa, el 1,96% está en desacuerdo, el otro 1,92% está ni de acuerdo ni desacuerdo, el 30,77% indicó estar de acuerdo y el 63,46% está totalmente de acuerdo. Este resultado solo es aplicable en la muestra de 52 alumnos de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal.

## **2.4. Aspectos éticos**

Para el desarrollo de la investigación se han tomado en cuenta los criterios académicos y de evaluación de la Universidad Privada del Norte, con el motivo de que la investigación presente fidelidad en los datos, tanto de recolección como de resultados y conclusiones, también se ha evitado el plagio o copia en las citas mencionadas, utilizando y basándose en las normas APA de la sexta edición para mencionar definiciones, conceptos e información trascendental perteneciente a diferentes autores.

Además, se ha dado a conocer a los docentes del quinto año de secundaria y al director de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal acerca de la investigación que se ha realizado, para su aprobación y consentimiento. Por otro lado, la identidad y datos personales de los encuestados se ha mantenido en reserva, esto motivado por la minoría de edad en la que se encuentran y también por seguridad de los mismos.

## **Prueba de hipótesis**

Según Rodríguez (2004) el uso del estadístico Chi cuadrado de Pearson se aplica para conocer si existe relación de dependencia o independencia de las variables nominales dentro de un estudio de investigación cuantitativo. Siendo el valor de significancia menor o igual a 0,05 para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna.

## **Hipótesis general**

Formulación de hipótesis estadística

H0: La narrativa audiovisual NO se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

H1: La narrativa audiovisual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Según Rodríguez (2004) se determina que:

### **Zona Crítica de rechazo**

$$\alpha = 0.05$$

### **Criterios para rechazar o aceptar la H0:**

-Se rechaza la H0 y aceptamos la H1  $\rightarrow$  si  $p \leq \alpha$

-Aceptamos la H0  $\rightarrow$  si  $p > \alpha$

Tabla N°19: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis general

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
NARRATIVA AUDIOVISUAL	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
* IMPACTO DEL MENSAJE						

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	10,158 <sup>a</sup>	2	,006
Razón de verosimilitud	12,233	2	,002
Asociación lineal por lineal	9,181	1	,002
N de casos válidos	52		

**Interpretación:** Como el  $p < \alpha$ , es decir; 0.006 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).

Entonces:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que la narrativa audiovisual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

## **Hipótesis específica 1**

Formulación de hipótesis estadística

H0: El elemento visual NO se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

H1: El elemento visual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Según Rodríguez (2004) se determina que:

### **Zona Crítica de rechazo**

$$\alpha = 0.05$$

### **Criterios para rechazar o aceptar la H0:**

-Se rechaza la H0 y aceptamos la H1  $\rightarrow$  si  $p \leq \alpha$

-Aceptamos la H0  $\rightarrow$  si  $p > \alpha$

Tabla N°20: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 1

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
ELEMENTO VISUAL *	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
IMPACTO DEL MENSAJE						

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	10,097 <sup>a</sup>	4	,039
Razón de verosimilitud	11,706	4	,020
Asociación lineal por lineal	8,715	1	,003
N de casos válidos	52		

**Interpretación:** Como el  $p < \alpha$ , es decir; 0.039 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).

Entonces:

Según los valores observados en las tablas de contraste se puede afirmar que el elemento visual se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

## **Hipótesis específica 2**

Formulación de hipótesis estadística

H0: El elemento sonoro NO se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

H1: El elemento sonoro se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Según Rodríguez (2004) se determina que:

### **Zona Crítica de rechazo**

$$\alpha = 0.05$$

### **Criterios para rechazar o aceptar la H0:**

-Se rechaza la H0 y aceptamos la H1  $\rightarrow$  si  $p \leq \alpha$

-Aceptamos la H0  $\rightarrow$  si  $p > \alpha$

Tabla 21: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 2

	Resumen de procesamiento de casos					
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
ELEMENTO SONORO *	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%
IMPACTO DEL MENSAJE						

	Pruebas de chi-cuadrado		
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	18,042 <sup>a</sup>	4	,001
Razón de verosimilitud	11,866	4	,018
Asociación lineal por lineal	7,282	1	,007
N de casos válidos	52		

**Interpretación:** Como el  $p < \alpha$ , es decir; 0.001 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).

Entonces:

Según los valores observador en las tablas de contraste se puede afirmar que el elemento sonoro se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

### **Hipótesis específica 3**

Formulación de hipótesis estadística

H0: La narración NO se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

H1: La narración se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Según Rodríguez (2004) se determina que:

#### **Zona Crítica de rechazo**

$$\alpha = 0.05$$

#### **Criterios para rechazar o aceptar la H0:**

-Se rechaza la H0 y aceptamos la H1  $\rightarrow$  si  $p \leq \alpha$

-Aceptamos la H0  $\rightarrow$  si  $p > \alpha$

Tabla 22: Prueba de Chi Cuadrado de Pearson Hipótesis específica 3

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
NARRACIÓN * IMPACTO DEL MENSAJE	52	100,0%	0	0,0%	52	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	12,671 <sup>a</sup>	2	,002
Razón de verosimilitud	13,617	2	,001
Asociación lineal por lineal	12,356	1	,000
N de casos válidos	52		

**Interpretación:** Como el  $p < \alpha$ , es decir; 0.002 es menor a 0.05 entonces se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).

Entonces:

Según los valores observador en las tablas de contraste se puede afirmar que la narración se relaciona directamente con el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. DISCUSIÓN

El presente estudio ha permitido conocer la existencia de la relación entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa los Jazmines del Naranjal. Caso: Spot “Yo Me Quedo En Casa” del ministerio de salud.

En el estudio de Rodríguez (2017) titulado “Tratamiento de la narrativa audiovisual en la producción de videos musicales Wara Producciones” logró concluir que, dentro de los videos musicales, la narrativa audiovisual toma un papel fundamental en su construcción. Por lo que en la presente investigación se contrastó que alrededor del 46% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que los componentes de la narrativa audiovisual han sido manejados adecuadamente en el spot “Yo Me Quedo En Casa”, armando un mensaje claro y preciso.

En ese sentido, Sebastiani (2018) con su tesis de licenciatura “Análisis comparativo de la narrativa audiovisual en las películas peruana La última tarde y La hora final” añade que la estructura narrativa es vital e importante dentro de las producciones audiovisuales, porque de ello depende que las historias sea entendidas por los espectadores, a lo que los estudiantes o muestra del presente estudio respondieron que es de importancia los personajes, las acciones, el espacio y el tiempo para entender así el mensaje del spot, estando totalmente de acuerdo en un 48,08%, 51,92%, 34,62% y 76,92% respectivamente.

También, en el estudio de “El poder narrativo del sonido: el sonido como herramienta narrativa en la película el laberinto del fauno” de Valenzuela (2017), se demostró la importancia del sonido para generar y transmitir emoción al film. Lo

cual se comprobó en esta investigación ya que más del 40% de los encuestados está totalmente de acuerdo con que la banda sonora o los elementos sonoros permiten contar de manera adecuada la historia y permite entender el mensaje del spot.

Además, Trujillo (2017) en su trabajo de “Análisis de la narrativa audiovisual de la película *Asu Mare 2*” afirma que el espacio y tiempo en el cual transcurren los hechos de la narrativa audiovisual permite ubicar y contextualizar al espectador dentro de la narrativa, por lo que más del 50% de los encuestados están de acuerdo con que el espacio permite comprender la historia y más del 70% está totalmente de acuerdo con que el tiempo en el que transcurre permite entender correctamente el video.

Así mismo, en el estudio “Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web *deja vu*” por Ramírez (2015) se concluyó que la narrativa audiovisual al tener un tratamiento sencillo o, en otras palabras, un mal manejo, no logra tener interacción con la audiencia ya que no resulta novedoso y mucho menos atractivo. En la investigación se contrastó lo contrario, ya que el 63.46% de los encuestados respondió estar totalmente de acuerdo en que se sintió atraído por la narrativa audiovisual, por lo tanto, se ha manejado adecuado la narrativa audiovisual en el spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud.

Cáceres (2018) en su tesis “Héroes y narrativas audiovisual: la construcción de la figura del héroe postclásico a través de la mirada de Cano-Gómez en la serie de televisión *Espartacus*” señala que la narrativa audiovisual tiene la capacidad de generar sentimientos y emociones en los espectadores lo que ha sido verificado en la presente investigación ya que el 65,38% y 63,46% de los estudiantes están totalmente de acuerdo en que les agradó y que se sintieron atraídos respectivamente

por el film, validando así que la narrativa audiovisual ha sido construida cuidadosamente en el spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud, llegando a mostrar el mensaje de manera clara a los alumnos del colegio Los Jazmines del Naranjal – 2020.

Mururi (2015) por su parte en el “Análisis del impacto de los mensajes de Wikileaks en el gobierno de Rafael Correa desde la prensa escrita” afirma que el impacto del mensaje radica en la información, es decir; lo que genera el impacto es el contenido de lo que se muestra y la manera en cómo se cuenta. Esto se comprueba con que más del 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que existe en ellos un impacto del mensaje el cual permite entender de manera clara el propósito del video.

Por último, Mercedes (2018) en su investigación titulada “La construcción de los mensajes y la influencia en los receptores” afirma que uno de los propósitos en la construcción del mensaje es que sean emocionales sin perder la realidad del mismo, lo cual se observa en la presente investigación, obteniendo como resultado que la muestra afirma estar totalmente de acuerdo en que la narrativa audiovisual muestra los datos y hechos en un 46,15% y 55,77% respectivamente. También afirman estar totalmente de acuerdo en un 65,38% y 63,46% en que la narrativa fue de su agrado y que fueron atraídos respectivamente.

## **4.2. CONCLUSIONES**

### **PRIMERA:**

La investigación obtuvo como conclusión general que existe una relación directa entre la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje porque el spot ha sido bien recibido por los estudiantes, siendo de agrado el elemento storytelling para la aceptación del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020. La comprobación de ello fue bajo los criterios estadísticos de Chi-Cuadrado de Pearson, obteniendo un p. valor de 0,006. Esta conclusión es válida para la muestra de 52 (cincuenta y dos) estudiantes de la investigación.

### **SEGUNDA:**

Se obtuvo como conclusión que existe una relación directa entre el elemento visual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020. Comprobándolo bajo los criterios estadísticos de Chi-Cuadrado de Pearson, con un p. valor de 0,039. Esta conclusión es válida para la muestra de 52 (cincuenta y dos) estudiantes de la investigación.

### **TERCERA:**

Se concluyó que existe una relación directa entre el elemento sonoro y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020. La comprobación también fue respondida bajo los criterios estadísticos de Chi-Cuadrado de Pearson, dando como resultado de p. valor

0,001. Esta conclusión es válida para la muestra de 52 (cincuenta y dos) estudiantes de la investigación.

#### **CUARTA:**

Por último, se concluyó que existe relación directa entre la narración y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal – Lima Caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020. Se comprobó mediante los criterios de Chi-Cuadrado de Pearson, arrojando como resultado un p. valor de 0,002. Esta conclusión es válida para la muestra de 52 (cincuenta y dos) estudiantes de la investigación.

#### **4.3. RECOMENDACIONES**

Luego de haber realizado esta investigación, se ve conveniente abrir nuevas incógnitas para posteriores investigaciones, con el fin de profundizar en las variables y por consiguiente en sus dimensiones e indicadores.

Por ello, se desea alentar a la observación y medición del consumo del elemento storytelling en los estudiantes en etapa escolar, conocer el cómo desean que les cuenten las historias o cómo desean que les brinde información para beneficio de ellos mismos, con la intención de que el mensaje sea dirigido y recibido de manera correcta y coherente manejando los componentes del storytelling.

## REFERENCIAS

- Adum, I., 2018. *La Construcción De Los Mensajes Y La Influencia En Los Receptores*. Doctorado. Universidad Complutense de Madrid.
- Bestard, M. (2011). *Realización Audiovisual* (1ra ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Caramelo, L., 2019. *Emociones Y Narrativa Audiovisual. Análisis De La Subtitulación Para Sordos En La Televisión Infantil Y Juvenil*. Doctorado. Universidad de Extremadura.
- Castiglia, V. (2000). Requisitos metodológicos y estadísticos para publicaciones científicas: Parte I. Asoc. Arg. Ortop. Y Traumatol.
- Criado, M. (1980). *Estructura general del coloquio* (1ra ed.). Madrid: RUAN, S. A.
- Feo, C., & Feo, O. (2015). *Impacto de los medios de comunicación en la salud pública*. Rio de Janeiro.
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica* (2da ed.). México: Felipe Hernández Carrasco.
- Freitas, C., & Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. En *Revista Estudios Culturales* (3ra ed.). España.
- García, S. (2005). *Realización de spots publicitarios* (1ra ed.). Almuzara.
- Gutierrez, L. (2017). *Análisis de la narrativa audiovisual de los videos del fan page de Alcance, de la iglesia Camino de Vida, febrero - abril 2017* (Licenciatura). Universidad César Vallejo.
- Hellín, P. (2020). *Publicidad y valores posmodernos* (1ra ed.). Madrid, España: Sirandaeditorial.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill - Interamericana Editores, S.A.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing conceptos esenciales* (1ra ed.). México: Marisa de Anta.
- Lozano, J. (2020). *Teoría e Investigación de la comunicación de masas* (2da ed.). México: Leticia Gaona Figueroa.

- Martínez, J., & Fernández, F. (2013). *Manual del Productor Audiovisual* (1ra ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Moyano, K., 2020. *Impacto de los mensajes mediáticos en el traslado de la comunicación en masas a internet año 2019*. Licenciatura. Universidad técnica de Babahoyo.
- OJEDA, L., 2016. *Propuesta de material audiovisual para fomentar cultura ambiental en los estudiantes de ciencias de comunicación de la Universidad Señor de Sipán*. Licenciatura. Universidad Señor de Sipán.
- Quero, M. (2010). *Confiabilidad y Coeficiencia Alpha de Cronbach*. Venezuela.
- Quintanilla, E. (2015). *Webseries y narrativa audiovisual: análisis de malviviendo*. Maestría. Universidad Oberta de Catalunya.
- Ramírez, E. (2015). *Análisis de la narrativa Audiovisual de la serie web Deja Vu* (Licenciatura). Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.
- Rivera, J. (2006). *Narrativas Audiovisuales* (1ra ed.). Quito, Ecuador.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la Comunicación* (1ra ed.). Valencia: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Rodríguez, R. (2004). *Chi Cuadrado Notas Metodológicas*.
- Rosas, L. (2015) *El paradigma narrativo y la educación mediada por tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento*. México.
- Saitta, C. (2012). *La banda sonora, su unidad de sentido* (1ra ed.). Buenos Aires.
- Sánchez, J. (1999). *Sincronía entre formas sonoras y formas visuales en la narrativa audiovisual* (1ra ed.). Barcelona: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social.
- Sánchez, J. (2006). *Narrativa Audiovisual* (1ra ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Sánchez, J., & Caldeiro, M. (2010). *El Formato Audiovisual* (1ra ed.). España.

- Sebastiani, H., 2018. *Análisis Comparativo De La Narrativa Audiovisual En Las Películas Peruanas 'La Última Tarde' Y 'La Hora Final'*, Lima 2018. Licenciatura. Universidad César Vallejo.
- Valenzuela, I., 2015. *El Poder Narrativo Del Sonido: El Sonido Como Herramienta Narrativa En La Película El Laberinto Del Fauno*. Licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vicent, M. (2018). *La narrativa audiovisual como una herramienta para la reflexión filosófica en el aula*. España.
- Bendezú, R., 2020. Casos confirmados y muertes por coronavirus en Perú. *La República*.
- Radio y Televisión Española. (2020). El mapa mundial del coronavirus.
- Caramelo, L. 2016. *Emociones y narrativa audiovisual. Análisis de la subtitulación para sordos en la televisión infantil y juvenil*. Licenciatura. Universidad de Extremadura.
- Karbaum, G. (2017). *El contenido narrativo como herramienta publicitaria y el lenguaje audiovisual a través de la campaña: el Perú tiene corazón - Honda. año 2016* (Maestría). Universidad de San Martín de Porres.
- Maruri, A., 2015. *Análisis del impacto de los mensajes de Wikileaks en el gobierno de Rafael Correa desde la prensa escrita*. Licenciatura. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
- Rodríguez, E., 2017. *Tratamiento de la narrativa audiovisual en la producción de videos musicales wara-producciones año 2016*. Licenciatura. Universidad Nacional del Altiplano.
- Trujillo, A., 2017. *ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL DE LA PELÍCULA ASU MARE 2, LIMA – 2017*. Licenciatura. Universidad César Vallejo.
- Alderrama, J., 2017. *El Impacto Del Mensaje Publicitario De La Campaña "Somos Tambo" Y Su Relación Con El Posicionamiento De Marca En Los Estudiantes De Educación Secundaria De 4º A 5º Año De La Institución Educativa Alberto Fujimori Del Distrito De Los Olivos En Este 2017*. Licenciatura. Universidad César Vallejo.

- Cáceres, S., 2018. *Héroes Y Narrativa Audiovisual: La Construcción De La Figura Del Héroe Postclásico A Través De La Mirada De CANO-GÓMEZ En La Serie De Televisión SPARTACUS*. Licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ríos, S., 2018. *Análisis De La Narrativa Audiovisual De La Serie "13 Reasons Why De Netflix 2018*. Licenciatura. Universidad César Vallejo.
- Gonzales, O., 2018. *Análisis De La Narrativa Audiovisual De Los Youtubers Y Su Impacto En Los Jóvenes Colombianos*. Doctorado. Universidad de Málaga.
- Quiñones, M. and Cristina, E., 2019. *Nuevas Propuestas Y Narrativas Audiovisuales: Análisis De Fashion Films, Caso Tender Stories De Tous*. Licenciatura. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Cíceros, J. (2007). La narración y sus elementos. Recuperado 30 Setiembre 2020, de [http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t2/teoria\\_5.htm](http://recursos.cnice.mec.es/lengua/profesores/eso1/t2/teoria_5.htm)

## Anexo 1: Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto 1

### Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto

#### Datos personales

Nombre  Sexo M  F

Bachiller en	Ciencias y Artes de la Comunicación – Comunicación Audiovisual	Año	1995
Licenciado en	Ciencias y Artes de la Comunicación – Comunicación Audiovisual	Año	1998
Magister en		Año	
Doctor en		Año	

#### Especialidad / carrera

Comunicación audiovisual en medios digitales  Comunicación y publicidad   
Comunicación y periodismo  Comunicación corporativa

Otras especialidades / Detalles específicos de la especialidad

Terminando una Maestría en Gestión del Talento Humano, UPN

Profesión (es) u ocupación (es) actual (es)

Realizador Audiovisual y Docente Universitario

Años de experiencia profesional 5 años o menos  6 a 15 años  16 años a más

Fecha

Firma 

Nombre completo Hernán Gustavo Sotomayor Velásquez

DNI 40937134

## Validación general

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre del estudiante	Ángel de Jesús Canales Tanta
Carrera / Universidad	Comunicación Audiovisual y Medios Digitales
Tipo de investigación	Cuantitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	Cuestionario

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

Criterio	N°	Comentario específico (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada <sup>1</sup> .	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	
Los instrumentos son suficientes para alcanzar los objetivos.	1	

Comentario general

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

Fecha  Firma 

Nombre completo Hernán Gustavo Sotomayor Velásquez

DNI 40937134

<sup>1</sup> Tenga en cuenta que el estudiante debe entregarle: (i) una matriz de consistencia y (ii) el o los instrumentos a evaluar. Al llenar este indicador, considere si los documentos pueden ser leídos o llenados fácilmente, si no tienen diferencias innecesarias de tipo o tamaño de letra, si no tienen espacios innecesarios en celdas, etc.

## Validación específica

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Ángel de Jesús Canales Tanta
Instrumento evaluado	Cuestionario

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

Ítem / pregunta	Nº	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
2. ¿Cree usted que el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
3. ¿En el video denominado "Yo Me Quedo En Casa" los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	

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

<p>4. ¿Considera usted que las voces escuchadas en el video son apropiadas para narrar la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	

10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
11. ¿El tiempo en el cual transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	

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

Fecha	24/09/2020	Firma	
Nombre completo	Hernán Gustavo Sotomayor Velásquez		
DNI	40937134		

## Anexo 2: Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto 2

**Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto**

**Datos personales**

Nombre  Sexo M  F

Bachiller en  Año

Licenciado en  Año

Magister en  Año

Doctor en  Año

Especialidad / carrera

Comunicación audiovisual en medios digitales  Comunicación y publicidad

Comunicación y periodismo  Comunicación corporativa

Otras especialidades / Detalles específicos de la especialidad

Profesión (es) u ocupación (es) actual (es)

Años de experiencia profesional 5 años o menos  6 a 15 años  16 años a más

Fecha  Firma

Nombre completo

DNI

Validación de instrumento de investigación – juicio de experto - Página 1 de 6

### Validación general

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 3to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre del estudiante	Angel de Jesús Canales Tanta
Carrera / Universidad	Comunicación Audiovisual y Medios Digitales
Tipo de investigación	Cuantitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	Cuestionario

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

Criterio	Nº	Comentario específico (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada <sup>1</sup>	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	
Los instrumentos son suficientes para alcanzar los objetivos.	1	

Comentario general

La matriz está bien estructurada

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

Fecha 2 Octubre 2020

Firma

*Gerardo Kerdarm Padilla*

Nombre completo

Gerardo Kerdarm Padilla

DNI

7-15- / .

<sup>1</sup> Tenga en cuenta que el estudiante debe entregarle: (i) una matriz de consistencia y (ii) el o los instrumentos a evaluar. Al llenar este indicador, considere si los documentos pueden ser leídos o llenados fácilmente, si no tienen diferencias innecesarias de tipo o tamaño de letra, si no tienen espacios innecesarios en celdas, etc.

### Validación específica

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Angel de Jesús Canales Tanta
Instrumento evaluado	Cuestionario

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

Ítem / pregunta	Nº	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Considera que los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
2. ¿Cree usted que el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
3. ¿En el video denominado "Yo Me Quedo En Casa" los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	

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

<p>4. ¿Considera usted que las voces escuchadas en el video son apropiadas para narrar la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	

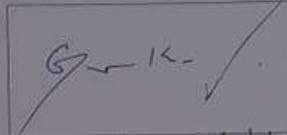
<p>10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	
<p>11. ¿El tiempo en el cual transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	
<p>12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran identificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	
<p>13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	
<p>14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	
<p>15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	↑	

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

Fecha

2 Octubre 2020

Firma



Nombre completo

Gerardo Karbaum Padilla

DNI

10085676

### Anexo 3: Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto 3

## Validación de instrumento(s) de investigación – juicio de experto

### Datos personales

Nombre  Sexo M  F

Bachiller en	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	Año	2012
Licenciado en	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	Año	2014
Magister en	MÁSTER EN PERIODISMO MULTIMEDIA PROFESIONAL	Año	2017
Doctor en		Año	

### Especialidad / carrera

Comunicación audiovisual en medios digitales  Comunicación y publicidad   
Comunicación y periodismo  Comunicación corporativa

Otras especialidades / Detalles específicos de la especialidad

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN PERIODISMO.

Profesión (es) u ocupación (es) actual (es)

- PERIODISTA Y DOCENTE EN LA UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE Y LA UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES.
- COMUNICADOR EN LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

Años de experiencia profesional 5 años o menos  6 a 15 años  16 años a más

Fecha

Firma



Nombre completo

DNI

## Validación general

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre del estudiante	Ángel de Jesús Canales Tanta
Carrera / Universidad	Comunicación Audiovisual y Medios Digitales
Tipo de investigación	Cuantitativa
Instrumento (s) evaluado (s)	Cuestionario

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

Criterio	N°	Comentario específico (si lo considera necesario)
La entrega fue completa, correcta y ordenada <sup>1</sup> .	1	
El tema es pertinente y actual para la carrera.	1	
La población y la muestra permiten alcanzar los objetivos.	1	
Los instrumentos son suficientes para alcanzar los objetivos.	2	Se podría optar por realizar un focus group para ahondar en el impacto que genera la pieza audiovisual en la muestra estudiada.

Comentario general	El instrumento es adecuado; sin embargo, se tienen que replantear algunas preguntas e ilustrar otras ya que este público no conoce los términos derivados del lenguaje audiovisual.
--------------------	---

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

Fecha  Firma 

Nombre completo CLARCK STEVE VALENTIN TORRES

<sup>1</sup> Tenga en cuenta que el estudiante debe entregarle: (i) una matriz de consistencia y (ii) el o los instrumentos a evaluar. Al llenar este indicador, considere si los documentos pueden ser leídos o llenados fácilmente, si no tienen diferencias innecesarias de tipo o tamaño de letra, si no tienen espacios innecesarios en celdas, etc.

**Validación específica**

Título de la investigación	La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot "Yo Me Quedo en Casa" del Ministerio de Salud año 2020.
Nombre de (de los) estudiante (s)	Ángel de Jesús Canales Tanta
Instrumento evaluado	Cuestionario

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

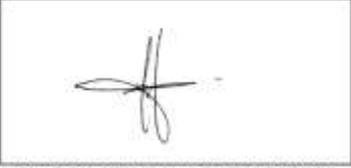
Ítem / pregunta	N°	Comentario (cuando lo considere necesario)
1. ¿Considera qué los planos, es decir, la distancia entre la cámara y lo que se observa, logra contar la historia adecuadamente en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	3	Explicar mejor la pregunta considerando que los escolares desconocen el lenguaje audiovisual.
2. ¿Cree usted que el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	3	
3. ¿En el video denominado "Yo Me Quedo En Casa" los movimientos de cámara permiten mostrar de manera adecuada la historia? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	3	Mejorar la redacción de la pregunta.

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

<p>4. ¿Considera usted que las voces escuchadas en el video son apropiadas para narrar la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>5. ¿Cree usted que la música de fondo logra intensificar la narración en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	Mejorar la ortografía.
<p>6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>8. ¿Cree usted que los personajes en la narración permiten entender apropiadamente la historia?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	Remarcar bien la diferencia entre la pregunta 8 y 9.
<p>9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?</p> <p>A. Totalmente de acuerdo  B. De acuerdo  C. Ni de acuerdo ni desacuerdo  D. En desacuerdo  E. Totalmente en desacuerdo</p>	1	
<p>10. ¿En el video, los espacios o</p>	1	

lugares permiten comprender la historia adecuadamente? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo		
11. ¿El tiempo en el cual transcurre la historia, es decir año 2020, es la adecuada para entender el video? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	3	Redactar mejor la pregunta.
12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
13. ¿El hecho representado en el video se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	3	La pregunta no está clara. Replantearla.
14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	
15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"? A. Totalmente de acuerdo B. De acuerdo C. Ni de acuerdo ni desacuerdo D. En desacuerdo E. Totalmente en desacuerdo	1	

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

Fecha	01/10/20	Firma	
Nombre completo	CLARCK STEVE VALENTIN TORRES		
DNI	70051057		

#### **Anexo 4: Instrumento**

**CUESTIONARIO:** La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo en Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Buenos días: El presente cuestionario servirá para determinar La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo en Casa” del Ministerio de Salud año 2020. En ese sentido, se solicita que conteste el cuestionario con la mayor sinceridad posible. Agradezco de antemano su colaboración.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una (X) la respuesta.

1. ¿Considera qué los planos, es decir, la perspectiva física en la que se ven a los personajes, objetos y otros elementos, logra contar la historia adecuadamente en el video?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

2. ¿Cree usted que el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

3. ¿En el video “Yo Me Quedo En Casa” los movimientos que hace la cámara permiten contar de manera adecuada la historia?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

4. ¿Considera usted que las voces narran de manera apropiada la historia?

A) Totalmente de acuerdo

B) De acuerdo

C) Ni de acuerdo ni desacuerdo

D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

5. ¿Cree usted que la música de fondo es adecuada para intensificar los sucesos en el video?

A) Totalmente de acuerdo

B) De acuerdo

C) Ni de acuerdo ni desacuerdo

D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?

A) Totalmente de acuerdo

B) De acuerdo

C) Ni de acuerdo ni desacuerdo

D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?

A) Totalmente de acuerdo

B) De acuerdo

C) Ni de acuerdo ni desacuerdo

D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

8. ¿Cree usted que los personajes en el video permiten entender apropiadamente la historia?

A) Totalmente de acuerdo

B) De acuerdo

C) Ni de acuerdo ni desacuerdo

D) En desacuerdo

E) Totalmente en desacuerdo

9. ¿Considera usted que las acciones que realizan los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

11. ¿El tiempo, es decir el año en el cual se cuenta la historia, año 2020, es la adecuada para entender el video?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

13. ¿El hecho representado en el video, es decir, el contagio sufrió la abuela por parte de su nieto, se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video “Yo Me Quedo En Casa”?

- A) Totalmente de acuerdo
- B) De acuerdo
- C) Ni de acuerdo ni desacuerdo
- D) En desacuerdo
- E) Totalmente en desacuerdo

**\*SE ADJUNTA URL DE GOOGLE FORM, EL CUAL SERÁ ENVIADO A LOS DOCENTES PARA SER COMPARTIDO Y RESPONDIDO POR EL ALUMNADO.**

**URL: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfc2FTY0SeX\\_VnBP6iiYh-4-6PPV6JTBYjRkga1XF11OYyyw/viewform?usp=sf link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfc2FTY0SeX_VnBP6iiYh-4-6PPV6JTBYjRkga1XF11OYyyw/viewform?usp=sf_link)**

## Anexo 5: Vista del instrumento en digital por medio de Google forms.

**CUESTIONARIO:** La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo en Casa” del Ministerio de Salud año 2020.

Buenos días: El presente cuestionario servirá para determinar La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo en Casa” del Ministerio de Salud año 2020. En ese sentido, se solicita que conteste el cuestionario con la mayor sinceridad posible. Agradezco de antemano su colaboración.

**INSTRUCCIONES:** Primero visualice el video, después marque con una (X) su respuesta



1. ¿Considera que los planos, es decir, la perspectiva física en la que se ven a los personajes, objetos y otros elementos, logra contar la historia adecuadamente en el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿Cree usted que el ángulo visual de la cámara, es decir, la posición de la cámara como, por ejemplo, diagonal hacia arriba, diagonal hacia abajo o de frente, logra contar y mostrar de manera adecuada lo representado en el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. ¿En el video "Yo Me Quedo En Casa" los movimientos que hace la cámara permiten contar de manera adecuada la historia?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Considera usted que las voces narran de manera apropiada la historia?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. ¿Cree usted que la música de fondo es adecuada para intensificar los sucesos en el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. ¿En el video, los efectos de sonido como, por ejemplo, el sonido al momento de cambiar de canal al televisor, son adecuados para entender la historia?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. ¿Considera usted que el silencio, logra que se entienda de manera adecuada el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿Cree usted que los personajes en el video permiten entender apropiadamente la historia?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. ¿Considera usted que las acciones de los personajes intensifican y representan correctamente la historia en el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. ¿En el video, los espacios o lugares permiten comprender la historia adecuadamente?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿El tiempo, es decir el año en el cual se cuenta la historia, año 2020, es la adecuada para entender el video?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. ¿Considera usted que los datos mencionados en el video logran intensificarse con lo que se observa, se escucha y se cuenta?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. ¿El hecho representado en el video, es decir, el contagio sufrió la abuela por parte de su nieto, se logra entender a través de lo que se ve, se escucha y se cuenta?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. ¿Fue de su agrado lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. ¿Se sintió usted atraído(a) por lo visto, escuchado y contado en la historia representada en el video "Yo Me Quedo En Casa"?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Enviar

## Anexo N°6: Autorización de la Institución Educativa Los Jazmines del Naranjal



**INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
"LOS JAZMINES DEL NARANJAL"**  
Calle Almendras S/N - Parque N° 03 Urb. Los Jazmines del Naranjal - SMP  
Telef. 521 1741

"Año de la universalización de la salud"

San Martín de Porres, 19 de octubre de 2020.

Señor:  
Ángel Canales Tanta  
Presente.

Asunto: Autorización para para aplicar cuestionario a los  
alumnos del 5to. de secundaria.

La presente tiene como finalidad hacerle mi cordial saludo y al mismo tiempo dar respuesta a su solicitud presentada el 18 de septiembre de 2020. Al respecto, mi despacho autoriza la aplicación del cuestionario sobre la perspectiva del video "Yo me quedo en casa" realizada por el Ministerio de Salud en relación al COVID-19, de manera virtual mediante la plataforma Google Forms a los alumnos del 5to. Grado de Educación Secundaria de la I.E. "Los Jazmines del Naranjal" a mi cargo.

Sin otro en particular.

Atentamente,



JUAN PEREZ BURGA  
DIRECTOR (E)

DIEJN/JPB  
Ecc.

**Anexo N°7:**

**ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS**

El asesor Mg. Michael Adolfo Helfer Mancilla, docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Comunicaciones, Carrera profesional de Cine y Periodismo, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la tesis del estudiante:

- Ángel de Jesús Canales Tanta

Por cuanto, **CONSIDERA** que la tesis titulada: La relación de la narrativa audiovisual y el impacto del mensaje en los estudiantes del 5to año de secundaria de la institución educativa Los Jazmines del Naranjal - Lima. caso: spot “Yo Me Quedo En Casa” del Ministerio de Salud año 2020 para aspirar al título profesional de: Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medio Digitales por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual, **AUTORIZA** al o a los interesados para su presentación.

-----

Mg. Michael Adolfo Helfer Mancilla

Asesor

## Anexo N° 8: Acta de sustentación

El Jurado Evaluador de la Tesis/Trabajo de investigación titulado: .....

.....  
.....

Que ha sustentado el(los) (...)Egresado(os) / (...)Bachiller(es):

.....  
.....

Acuerda por: Elija un elemento., Elija un elemento.

Otorgando la calificación de:

**Aprobado\***

Excelente

Sobresaliente

Bueno

Aprobado

**Desaprobado**

\*Nota: En el caso este formato se use como regularización de trámite por estado de emergencia – Covit19, se debe de omitir las opciones de aprobado.

Este acuerdo se hizo de conocimiento del interesado (a) y del público presente.

<b>Presidente (a) del Jurado</b>	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Nro. Colegiatura o DNI</b>

<b>Miembro del Jurado</b>	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Nro. Colegiatura o DNI</b>

<b>Miembro del Jurado</b>	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.	Haga clic o pulse aquí para escribir texto.
	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Nro. Colegiatura o DNI</b>

Elija un elemento., Haga clic aquí o pulse para escribir una fecha.

---

Firma del Presidente(a) del Jurado

**Observaciones en el caso de desaprobación**

Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

---

Firma del Presidente(a) del Jurado