



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Análisis del discurso narrativo publicitario en los spots “Contigo Aprendí” y  
“Llega más Alto”, Lima 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**AUTORA:**

Huayta Saenz, Raquel Susan (ORCID: 0000-0002-8125-9836)

**ASESOR:**

Mg. Castillo Hilario, Mario (ORCID: 0000-0002-2929-4677)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LIMA - PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

A mis futuras investigaciones, para recordarme la importancia del mismo, grande o pequeña, dificultosa o sencilla. Siempre y cuando hagas lo que te guste serás feliz, Raquel.

## **Agradecimiento**

Agradecimiento especial a mi madre, hermano, familiares y profesores que a pesar de mis actitudes me aguantaron cada que me nacía una nueva idea y no podía plasmarla bien.

## **Página del Jurado**

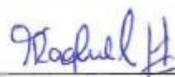
## **Declaratoria de autenticidad**

Yo Raquel Susan Huayta Saenz con DNI N° 76420415 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes considerada en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada. Por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima 12 de diciembre del 2019



Raquel Susan Huayta Saenz

DNI: 76420415

## Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	20
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	20
2.2. Método de Muestreo .....	21
2.3. Rigor Científico .....	22
2.4. Análisis Cualitativo de los Datos .....	22
2.5. Aspectos Éticos .....	22
III. RESULTADOS .....	23
IV. DISCUSIÓN .....	31
V. CONCLUSIONES .....	38
VI. RECOMENDACIONES .....	39
REFERENCIAS .....	40
ANEXOS .....	46

## **Resumen**

En esta presente investigación se tuvo por objetivo analizar el discurso narrativo de dos spots publicitarios de carácter de Storytelling en base a la acoplación del modelo triádico de Gerard Genette. Asimismo, esta investigación es de enfoque cualitativo, con un diseño interpretativo de estudio de caso. Para ello se utilizaron los spots “Contigo Aprendí” de la marca BCP y “Llega más alto” de Pura Vida ambos realizados en el 2018. Cabe resaltar que los datos se consolidaron en dos fichas de observación, general y específicas para luego ser interpretadas. De esa manera se pudo concluir que con ligeros ajustes los spots publicitarios si pueden ser a analizados a profundidad en base al modelo triádico del autor Gerard Genette.

Palabras claves: Discurso narrativo, Modelo Triádico de Genette, Historia, Relato, Narración.

## **Abstract**

In this present investigation, the objective was to analyze the narrative discourse of two advertising spots of Storytelling based on the coupling of the triadic model of Gerard Genette. Likewise, this research is of a qualitative approach, with an interpretive case study design. For this, the “Contigo Aprendí” spots of the BCP brand and “Ilega más alto” of Pura Vida, both made in 2018, were used. It should be noted that the data were consolidated into two observation sheets, general and specific, and then interpreted. In this way, it could be concluded that with slight adjustments the advertising spots can be analyzed in depth based on the triadic model of the author Gerard Genette.

**Keywords:** Narrative Discourse, Genette Triadic Model, Story, Narrative, Narration.

## **I.- Introducción**

El pasar de los años trae evoluciones constantes, aquellas que se pueden percibir en diferentes aspectos del mundo; en este caso de publicidad y literatura.

La literatura existió desde muchísimos años atrás, no es preciso incluso ponerle un punto de inicio porque es algo que todos conocemos. Sin embargo, y solo por resaltar podemos mencionar a la biblia impresa por Gutenberg, como una de las epopeyas más antiguas y materializadas del mundo.

Por otro lado, la publicidad, quién a partir del año 1450, en donde se le atribuye como creador de la imprenta a Johannes Gutenberg, empezó en mayor medida a evolucionar; para que ya, después de muchos años integre a sus filas millones de técnicas y términos que nos permiten en la actualidad, tanto estudiarlas como aplicarlas. De entre todas esas, se ha de resaltar una en especial llamada Storytelling.

Storytelling, como su nombre en inglés lo indica, hace referencia al arte de contar historias. Para autores como Sánchez (2007) el Storytelling “es un método en el que se explican una serie de acontecimientos a través de la narración de un discurso, ya sea escrito, audiovisual o de cualquier forma de expresión. Estos acontecimientos pueden ser verdaderos o ficticios o incluso combinando ambos” (p.27). Por lo tanto, podemos entender que este recurso se basa en contar una buena historia mediante cualquier canal de transmisión de mensaje. Por otra parte, Sánchez también resalta que lo que se narrará no siempre debe ser real ya que se puede basar la historia en hechos ficticios.

En publicidad, específicamente audiovisuales (comerciales), el storytelling se presenta como un recurso que pretende ocultar lo que se vende para transmitir un mensaje que perdure en la mente del espectador. Por lo tanto, se considera como objetivo principal el acercarse al público de manera inconsciente, conmoverlo y por último, relacionar esa emoción con una marca específica; para que cuando el espectador recuerde la marca, recuerde también el sentimiento o la experiencia que le produjo anteriormente.

En primer lugar, en publicidad audiovisual, este tipo de recurso se presenta al público como un relato que no pareciera parte de un comercial, e incluso muchas veces se les pueden llegar a confundir con inicios de películas o hasta cortos, ya que desde el inicio

se presenta como una historia profunda. Esto, además, tiene una explicación lógica, ya que las películas y los cortos también son relatos por lo que lo sorprendente de ver es cómo la publicidad le saca provecho y lo utiliza para vender algo.

En segundo lugar, quiero señalar que estas narraciones te dejan adentrarte en la historia para hacer que formes parte de ella y llegar a un punto en donde te permita empatizar. Luego de esto, la historia te sorprende con algún tipo de giro radical en donde el protagonista debe tomar una decisión. Lo que comúnmente denominamos como nudo (la problemática). Para finalmente, despertar emociones profundas cuando se haya solucionado dicha problemática.

Por último, en el Storytelling utilizado en audiovisuales con fines comerciales; la marca como tal, aparece de manera sutil en la historia. Esto se traduce a que la importancia es que el espectador empatice con la situación relatada más allá de solo el hecho de vender o proponerle algo. La marca se muestra reflejada en colores, en la ambientación, y en características que de manera perspicaz permitan al cliente relacionar por sí solo, en vez de sentirlo como una obligación.

Regresando a la definición de Storytelling y a la mención del apartado “el arte de contar historias”, es curioso el saber qué tipo de historias son las relatadas y de qué manera se estructuran para lograr sus cometidos. ¿Es que acaso existe una fórmula para contarlas? yendo un poco más allá, y visto desde un punto narrativo ¿los spots publicitarios de recurso storytelling, seguirán un patrón en su estructura?

Para empezar los relatos son de carácter literario, y a lo largo de los años hemos visto que en sus diferentes canales de representación (refiérase a libros, películas y más) han logrado y no llegar al éxito.

Historias en general cómicas, tristes, románticas, de terror, de fantasía y muchos más; llevan tanto características en común como diversas.

En la parte de similitudes, todas respetan la estructura básica de una narración: Inicio, Nudo y Desenlace. Estructura que es utilizada para casi todo lo que comunicamos.

Por otro lado, entre las diferencias, se resaltan las propiedades que cada redactor le da a su obra para no considerarlo finalmente como copia o plagio; además de la trama que convierte en cada relato único.

Respecto al desarrollo de la trama, para McKee (1997) “las historias arquetípicas desvelan experiencias humanas universales que se visten de una expresión única y de una cultura específica. Las historias estereotipadas hacen justamente lo contrario: carecen tanto de contenido como de forma.” (p.18) Haciendo referencia a que se puede usar un modelo base para desarrollar nuevas historias, pero no llegar al punto de repetir la misma trama, o caer en los estereotipos. Además, debemos resaltar que muchos de los textos adecuados utilizarán tanto la coyuntura nacional como la cultura en sí, ya que muchas veces se destacan características de una sociedad haciendo referencia a rituales que se incluyen en estas historias para spots publicitarios. (Popa, 2019, p. 41)

Pasando al tema de la estructura en sí, o la narración, un modelo básico de análisis narrativo es el desarrollado por el francés Gerard Genette en la teoría literaria: modelo triádico, desarrollado en su libro Figuras III de 1989, que destaca diferencias entre componentes como historia, relato y narración; y que además los relaciona con otros componentes de estudio como tiempo, modo y voz. Este modelo lo que busca es encontrar las relaciones entre ambos grupos de componentes para que de esta manera se vaya analizando la estructura presentada en la obra.

Frente a toda esta introducción, se debe resaltar que si el Storytelling tiene como concepto general “arte de contar historias” entonces storytelling puede estar plasmado en diferentes productos; por lo que en esta investigación se pretende utilizar la teoría literaria de Gerard Genette para estudiar a fondo la estructura de dos spots publicitarios de nombre “Contigo aprendí” para la marca BCP y “Llega más alto”, trabajo producido para la marca Pura Vida. Visto desde una perspectiva narrativa literaria aplicada a audiovisuales con fines comerciales, se descubrirá un pequeño roce entre los términos amplios de literatura y publicidad, para ver si se puede acoplar parcial o completamente o no es una opción viable. Con fines a mejorar el mundo del desarrollo de la creación de historias e identificar la particularidad que las unifica como arte. (Barcia, 2011, p. 235)

Asimismo, se han realizado investigaciones de análisis del discurso narrativo en otros trabajos de investigación como:

Castillo, A. (2016) en su tesis «Los aportes de las formas narrativas y un nuevo lenguaje audiovisual en los programas de gastronomía en la televisión peruana 2011-2013», [Tesis para optar el grado de licenciado en Comunicación] en la Pontificia Universidad Católica del Perú, presentó como objetivo principal de su investigación realizar un análisis del discurso sobre las formas narrativas en los programas de cocina La tribuna de Alfredo y Recuerdos de cocina. Llegando a las conclusiones:

En base a la focalización o punto de vista de la escena (Modo), su investigación destacó que en el caso de La tribuna de Alfredo no se manifestaba voz en off (perspectiva externa), sino eran simplemente los conductores e invitados quienes participaban del programa.

Por otro lado, concluye que el narrador y el personaje de la acción son la misma persona, que a lo largo del programa enuncian discursos con el fin de atraer a su público, relacionamos esta parte de su investigación con el aspecto de la Voz. En base al programa Recuerdos de cocina, la focalización o punto de vista de la escena, se presenta de manera parecida al anterior ya que la cocinera Jana Escudero es quién hace el papel de narrador y actor participante de la acción.

Esta investigación aporta específicamente al análisis del discurso narrativo en la dimensión “Modo” y “Voz” propuesto por Genette en su modelo triádico, ya que, si los comparamos; lo que podemos visualizar en la investigación de Castillo, es lo que Genette denominaría como relato de focalización interna, y narrador homodiegético, términos que se verán más adelante.

En otras investigaciones internacionales destacamos a:

Olcina, A. (2013) en su investigación «Análisis narrativo y argumentativo de la serie American Horror Story» [ Tesis para optar el grado final en Comunicación Audiovisual] en la Universidad Politécnica de Valencia, España, presentó como objetivo el análisis de una serie de televisión norteamericana llamada «American Horror Story, de la cual obtuvo las siguientes conclusiones:

El uso de la temporalidad de los personajes en el desarrollo de la trama, se convierte una característica adictiva y muy atractiva al público; Olcina, resalta la buena acogida que el público juvenil le ha dado a la serie. Asimismo, destaca la versatilidad de los personajes fantasmas para estar presentes en varias escenas de diferentes años, sin que eso logre afectar la historia narrada en presente.

Ante esto, podemos destacar que hay una distorsión claramente aplicada a dicha serie de televisión. Distorsión que más adelante se explicará en base a Genette; quien tiene un apartado de distorsiones del tiempo en base a la relación del relato con la historia.

Caro, A. (2011) en su investigación «Cómo los videos musicales cuentan historias: elementos narrativos en el videoclip de los primeros diez años de la MTV» en su artículo presentado en la revista *Admira*, de la Universidad de Sevilla, España, tuvo como objetivo principal utilizar las categorías narrativas de Gerard Genette para analizar cuatro videoclips representativos de MTV. Llegando a las siguientes conclusiones:

Un rasgo destacado encontrado en los videos musicales, permitió visualizar una clara caracterización de los cantantes reales como los protagonistas de la narración. Esto logró entender más allá la trama de la historia presentada, ya que en el fondo tenía una afinidad con la vida real del personaje.

Asimismo, se logró percibir la diferencia entre los elementos situados dentro de la historia y los externos que la complementan. Haciendo un claro llamado a la música presentada. Esto nos ayuda a identificar el nivel intradieгético y extradieгético que nos propone Genette, ya que la música como elemento se encontraría en un nivel extradieгético.

Cuevas, E. (2005) en su investigación «Christopher Nolan visto desde Gerard Genette: análisis narratológico de *Memento*» en su artículo presentado en la revista *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, de la Universidad del País Vasco, España, tuvo como objetivo realizar un análisis narratológico de la película *Memento* o *Amnesia* utilizando el modelo triádico de Gerard Genette. Llegando a las siguientes conclusiones:

Cuevas respeta el modelo de Genette y destaca en primer lugar la manera en que se narra la historia del personaje en búsqueda de su objetivo. Aquí se aprecian las distorsiones del tiempo y la diferencia entre la historia y el relato; ya que, según el gráfico acoplado a su

investigación, Cueva demuestra que el relato no se desarrolla en el mismo orden que la historia.

Por otro lado, un punto definitivo y característico de esta investigación se refleja en el desarrollo de interpretación desde la focalización del autor de dicha película, ya que se busca entender los pasos para contar la historia desde la perspectiva de un director de cine; lo que a gran escala conlleva a encontrar una relación en el ámbito “narración” de lo propuesto por el autor utilizado.

Cortez, G. (2013) en su investigación «Análisis de la estructura narrativa fílmica de las películas de Harry Potter» [Tesis para optar el grado de Magíster Scientiarum en Ciencias de la Comunicación mención Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura] de la Universidad de Zulia, Venezuela, presentó como objetivo el estudio de la estructura narrativa fílmica y de todos aquellos elementos que la involucran. Llegando a las siguientes conclusiones:

Las estructuras narrativas de las películas de Harry Potter promueven una narrativa fílmica agrupada en secuencias. Como unidades de análisis se proponen a las escenas y la secuencia de su agrupación, ya que al ser películas extensas abarcan más de cinco tomas (escenas) para explicar un solo acontecimiento.

Asimismo, resalta que se pueden identificar escenas que son vitales, ya que sin ellas no se podría entender la trama, así como escenas que introducen personajes.

Por último, destaca que la película tiene una narrativa compleja, ya que se basa en la continua sucesión de acontecimientos sorpresivos, que llaman al público a nunca despegarse de sus pantallas.

Por otro lado, para entender el fin de esta investigación nos apoyaremos en las siguientes teorías:

Teoría literaria: modelo triádico de Gerard Genette, desarrollado en su libro Figuras III de 1989, en donde realiza una clara distinción entre tres componentes Historia, Relato y Narración y finalmente las relaciones entre ellas; con el fin de analizar a fondo un discurso narrativo literario. Que será la aplicada en esta investigación.

Entre otras teorías se destaca el esquema propuesto por Algirdas Julien Greimas, quién propone el esquema actancial en base a un sujeto que influye en el desarrollo de la historia

por medio de otros componentes como el ayudante, objeto, oponente, destinador y destinatario. Esta teoría pretende analizar una narrativa en base a un personaje que maneja la acción (centro de la historia). Asimismo, encontraremos que el destinador es lo que impulsa al personaje a actuar; el destinatario es el “personaje-fin”, quién se beneficia con el logro de la acción del personaje; ayudantes son quienes contribuyen con el personaje, objeto u objetivo es lo que se dispone a conseguir; oponentes, son los que se obstaculizan el camino del personaje. En conclusión, se estudia la narrativa desde un punto de vista de los personajes de la historia; por lo que a comparación de Genette, se puede decir que es algo más específico del mundo diegético.

En el marco teórico consideramos las siguientes definiciones:

#### Dicurso Narrativo

El discurso narrativo es la columna vertebral de un relato, según Genette esta se puede analizar en base a tres componentes básicos, que son: la historia, el relato y la narración; y las relaciones de tiempo, modo y voz en dichos componentes. (p. 84-85)

Dicho de otra manera, para poder analizar un discurso narrativo se debe identificar, primero, en nuestro producto (discurso oral, escrito, audiovisual) los componentes que hacen referencia a la historia, el relato y la narración para que después se haga posible destacar las relaciones de tiempo, modo y voz entre ellas.

Cabe resaltar que Genette afirma también, que la relación será estudiada de la siguiente manera: “el tiempo y el modo funcionan los dos en el nivel de las relaciones entre historia y relato, mientras que la voz designa a la vez las relaciones entre narración y relato; y narración e historia” (p. 87)

Por lo que resumido se expresaría así:

TIEMPO: Relación entre HISTORIA – RELATO (HR)

MODO: Relación entre HISTORIA – RELATO (HR)

VOZ: Relación entre NARRACIÓN - RELATO (NR); NARRACIÓN – HISTORIA (NH)

#### Historia

Genette (1989) define a la historia como “el desarrollo de sucesos en orden cronológico que nos explica un hecho real o ficticio (p. 81).

Por lo que, se puede explicar de la siguiente manera: el término historia, es lo que se va a contar (relatar) el suceso o serie de sucesos que pasaron, por ejemplo: María corrió; la historia de María corrió desde que se alistó, salió de su casa, estiró, empezó a correr, descansó, tomó agua, etc. Todo lo sucedido es a lo que se llama historia, el cómo vaya a ser contada no interviene.

Cabe aclarar, que la historia puede ser ficticia como real.

### Relato

Según Genette el concepto de relato es “el enunciado narrativo, discurso oral o escrito que entraña la relación de un acontecimiento o de una serie de acontecimientos” (p. 81). De esta manera, se explica que el relato es donde se materializa la historia, ya que aquí es donde se da la relación entre un acontecimiento y otro para terminar de trasladar la historia. Cabe resaltar que el relato puede ser contado mediante un discurso oral, escrito o audiovisual (incluyendo películas, spots, libros, discursos y más).

### Narración

Con narración, Genette (1989) hace referencia a dicho “acontecimiento: pero ya no a lo que se cuenta, sino lo que consiste en que alguien cuente algo: el acto de narrar formado en sí mismo” (p. 82). Por lo que, se explica cómo la acción verbal que relatará la historia. Para ser más específico podemos definir que la narración se ve presentada en el producto visual, texto u otros; mediante existe alguien que nos cuenta cómo se va desarrollando la historia que luego veremos representado a través del relato.

### Tiempo (orden)

Para empezar, hay que aclarar que para Genette, el tiempo cómo término general lo designa también orden, para de esa manera evitar confundirlo con otras especificaciones o subcomponentes. Por tal razón, según Genette (1989), el orden es la manera en que se desarrolla el tiempo del relato y el de la historia. Y, además es donde, se visualiza la dualidad del tiempo (historia y relato), cuando se la analiza. (p. 89)

Asimismo, Genette (1989) explica que este aspecto se puede analizar en base a tres subcomponentes que son: las distorsiones de tiempo, o anacronías; distorsiones de duración y las distorsiones de frecuencia. (p. 90-91) Por lo que se entiende que dentro del

orden se analiza las variaciones que pueden tener los subcomponentes de tiempo, la duración y la frecuencia con las que se da el relato en base a la historia.

#### Anacronías

Es una de las distorsiones que se presenta en el orden según lo explicado por Genette. Anacronías, o distorsiones del tiempo, hacen referencia a las variaciones que se pueden encontrar tanto en historias como en relatos. Asimismo, estas variaciones pueden mostrar hechos tanto al futuro cómo al pasado.

Según Genette (1989), anacronías son las diferentes formas de discordancia entre el orden de la historia y el del relato que postulan implícitamente en la existencia de una especie de grado cero, que sería un estado de perfecta coincidencia temporal entre ambos. (p. 91-92)

Asimismo, para Genette (1989), “es ridículo presentar la anacronía como una rareza o una invención moderna: al contrario, es uno de los recursos tradicionales de la narración literaria” (p. 92). Esto en base a quienes quieran mostrar la anacronía como un recurso de un solo uso; ya que además de ser utilizado desde tiempos no constatados, se les puede observar en cine, obras escritas, monólogos, discursos y diferentes productos narrativos.

Genette también indica que en las anacronías se presentan dos características generales definidas como alcance y amplitud.

#### Amplitud

Frente al término amplitud, cabe resaltar, que se refiere a la extensión en que se desarrolla la historia. La amplitud, que es la duración de historia más o menos larga presentada en la distorsión. (Genette, 1989, p.103)

#### Alcance

El alcance, a su vez es definido como la distancia temporal que se mide desde la interrupción del relato, sea hacia delante o hacia atrás, hasta el retorno al momento <<presente>> (Genette, 1989, p. 103)

Estas dos características, permiten realizar la siguiente división:

### Analepsis

Genette (1989) define las analepsis como: “toda evocación posterior de un acontecimiento anterior al punto de la historia donde nos encontramos” (p. 95), que es lo que el personaje recordará de tiempo atrás y nos mostrará en el tiempo “presente”.

Llegados a este punto Genette explica una serie de divisiones que empiezan con: Analepsis Internas y Analepsis Externas

### Analepsis Internas

En primer lugar, Genette (1989), indica que en las analepsis internas el “[...] campo temporal va incluido en el relato primero, y que presentan un riesgo evidente de redundancia o de colisión” (p.105). En otras palabras, una analepsis interna puede terminar influyendo en la historia principal, no solo una evocación más sino una parte necesaria de la historia, que sin ella no podríamos entender completamente lo relatado.

### Analepsis Externas

Por otro lado, las analepsis externas “no corren riesgo en ningún momento de interferirse con el relato primero, pues su misión es la de [ser] antecedentes” (Genette, 1989, p. 105). Muchas veces son presentadas para rellenar la historia o explicar a fondo algo que se sobreentiende, pero podría a la larga generar algún tipo de confusión. Cabe destacar que, no son tan imprescindibles en el relato general.

Como segundo punto de esta división tenemos a las:

### Prolepsis

Genette (1989), define las prolepsis como “toda maniobra narrativa que [*sic*] consista en contar o evocar por adelantado un acontecimiento posterior” (p. 95). Con esto, se refiere a todo lo contrario a una Analepsis, ya que en este caso las evocaciones se convierten en predicciones no siempre reales para el personaje, ósea que puede que no se terminen cumpliendo de la manera en que se presentan, pero que de todas maneras el relato te las muestra.

A su vez se clasifican en:

#### Prolepsis Internas

En primer lugar, se explica que las prolepsis internas sirven para “conducir hasta su término lógico tal, aun cuando dicho término sea posterior al día en que el héroe decide abandonar el mundo y retirarse” (Genette, 1989, p. 122). Muchas veces son utilizadas para explicar el desenlace de una acción que probablemente termine cuando el relato ya se haya terminado; por lo que prácticamente no tendrá tiempo de ser mostrado para el público por lo que se adelanta, o se apresura su finalización.

#### Prolepsis Externas

En segundo lugar, se explica que las prolepsis externas “son las que se prolongan en el tiempo de la historia hasta el desenlace” (Genette, 1989, p. 130). Dicho de otra manera, una prolepsis externa es necesaria para terminar de contar la historia; en este caso el relato tiene un tiempo limitado de exposición por lo que se necesita adelantar el tiempo para darle un desenlace al público.

#### Duración

Según Genette (1989), es donde se visualiza la comparación entre historia y relato en base principal a la velocidad. Asimismo, esta se mide en base a la comparación de la duración de la historia (años, meses, días, etcétera) y la longitud del texto (sostenida en líneas, párrafos) (p. 144-146)

Cabe resaltar que lo propuesto por Genette aplica en primer lugar a un análisis literario especificado a libros, por lo que considerando que la investigación se aplicará a spots publicitarios, se consideró prudente trasladar esta comparación en base a la duración de la historia como tal y el tiempo en milisegundos que se muestran por escenas.

Asimismo, Genette (1989), propone también una división que es respaldada en cuatro puntos, a los que él denominó como “movimientos narrativos” (p. 151). Puntos que también se adaptarán para la realización de esta investigación.

## Escena

En la escena se hace mención al espacio en donde se visualiza una igualdad entre la historia y el relato (el tiempo presente); además se indica que puede ser o no dialogada. (Genette, 1989, p. 151).

Entiéndase de esa manera, por escena, al espacio que mantiene la línea base de la historia, y que permite, en base a eso, reconocer el tiempo de desarrollo del relato.

## Pausa Descriptiva

Para Genette (1989), la pausa descriptiva, hace referencia al momento de “lentitud absoluta” (p.151), en donde se busca describir el lugar, ambiente o panorama en donde se desarrolla la historia.

Aquí, comparando el fin con el mundo audiovisual, encontramos el acercamiento en planos como: Gran Plano General o Plano General, usado la mayoría de las veces con el mismo objetivo.

## Resumen

Frente a este punto, Genette (1989), lo describe como “forma de movimiento variable, que abarca con gran flexibilidad de régimen todo el campo comprendido entre la escena y la elipsis” (p. 152)

Para la aplicación de este análisis y asimilando al máximo el modelo de Genette, se propone un nuevo concepto adaptado de resumen: considerando a la escena o conjunto de escenas, dialogadas o no, en donde se visualice de manera rápida, diferentes perspectivas de un mismo sentido.

Cabe resaltar, que este concepto se utilizará de momento bajo el término de resumen aplicativo, por estar orientado a spots.

## Elipsis

Según Genette (1989), se entiende como elipsis al “segmento nulo del relato correspondiente a una duración cualquiera de la historia” (p.151). De esta manera, damos por entendido que se considera elipsis a todas aquellas omisiones de historia que, si bien es cierto, no están realmente, se encuentran de manera omnisciente; visualizado frecuentemente en productos audiovisuales para pasar a los siguientes días sin tener que

mostrar con detalle (hora por hora) lo que realizan los personajes de una película, por ejemplo.

#### Frecuencia

Para Genette (1989), frecuencia, hace referencia a la repetición de un acontecimiento tanto en el relato como en la historia. Asimismo, esta repetición puede suscitarse una vez o un sin fin, recalcando que la variación no siempre se mantiene igual entre las dos líneas de estudio (relato e historia) (p. 172).

Por otro parte, este autor también propone una fórmula para estudiar la relación entre las dos partes, que se dividen en la siguiente figura:

Relato = R

Historia= H

#### Singulativo

Según Genette (1989), singulativo se entiende como “Contar una vez lo que ha ocurrido una vez” (p. 173) Dicho de otra manera un suceso singular, que solo ocurre una vez.

A su vez, según este concepto se puede presentar de la siguiente manera:

(1R/1H)

Considerando este formato, y posicionándolo en un spot publicitario, el relato será representado a través de un formato audiovisual, propiamente dicho escenas; mientras que se seguirá respetando el flujo de la historia.

#### Singulativo Anafórico

Para Genette (1989), una frecuencia singulativa anafórica será definida como “Contar n veces lo que ha ocurrido n veces” (p.174), concepto que podemos explicar en base a la figura (nR/nH) que se traduce en un acontecimiento ocurrido varias veces en el relato y varias veces en la historia, recalcando que pueden o no suceder en la misma cantidad.

#### Iterativo

A la frecuencia iterativa, Genette (1989), la define como “contar n veces lo que sucede una vez ” (p. 174). Dicho de otra manera, se puede entender que se representará en n escenas del spot publicitario una historia o un mismo acontecimiento de la historia.

(nR/1H)

## Repetitivo

A la frecuencia de relato repetitivo Genette (1989) la denomina como “contar una vez en el relato lo que sucede varias veces en la historia” en base a la fórmula  $1R/nH$ . Destacando, por ejemplo

## Modo

El modo pretende explicar una forma de narración basada en el punto de vista del que lo transmite, lo que Genette llama Focalización. Asimismo, el modo narrativo pretende aportar al lector detalles de la historia en base a diferentes perspectivas, que influenciaran en el relato final (Genette, 1989, p. 220)

## Focalización

Asimismo, Genette (1989), explica que “la fórmula de [dicha] focalización no se aplica siempre a una obra completa sino más bien a un segmento narrativo determinado” (p. 246)

Esto hace referencia a que los puntos de vista del narrador, pueden resultar variables a lo largo del desarrollo de la historia; también se puede aclarar que, en el caso del spot publicitario dicho segmento narrativo será la escena. Cabe resaltar que, las focalizaciones pueden entrecruzarse de así permitirlo la historia.

Cabe resaltar que otros autores manifiestan que Genette es el que inició la definición de la focalización como lo asegura Hessami, H, (2008)

La focalización se divide en:

## Relato no Focalizado

Según Genette (1989), un relato no focalizado hace referencia a “relato con narrador omnisciente; seguido de la fórmula narrador > personaje” (p. 244)

El término narrador omnisciente, explica por sí solo, que es un ente que lo ve y sabe todo; por tal razón permite contar la historia desde varios puntos de vista, o perspectivas.

Por lo tanto, podemos entender que, en el spot, la escena no estará contada bajo la perspectiva de un solo personaje, sino de varios.

### Relato de Focalización Interna

El relato de focalización interna, como su título lo menciona, indica que la narración proviene del interior del relato. Un personaje, sea protagonista o testigo; quien es el encargado de contar la historia.

Según Genette (1989), un relato de focalización interna hace referencia a un narrador que es personaje en sí de la historia, con la fórmula “narrador = personaje”. (p. 244) Además, dicho punto de vista, mostrará sentimientos y pensamientos de dichos actores.

En conclusión, el narrador será alguien involucrado directamente en la historia.

### Relato de Focalización Externa

Según Genette (1989), un relato de focalización externa hace referencia a la “fórmula narradora < personaje”; en donde el narrador no sabe o mejor dicho, no brinda más información que el personaje. (p.244). Cabe resaltar, que el narrador no estará involucrado en la historia, más allá de relatarla.

Asimismo, Genette afirma que es un relato en donde “el héroe actúa ante nosotros, sin que en ningún momento se nos permita conocer sus pensamientos” (1989, p. 245) Dicho de otro modo, es un narrador objetivo ya que solo relata la historia en base a hechos o acciones que realizan los personajes, sin que se conozca mayor información que ésta.

### Voz

Según Genette (1989), la voz “es la acción verbal considerada en relación al sujeto, [quien a su vez], no es solo el que realiza o sufre la acción”, dicho de otra manera, es el ente encargado de realizar la narración. Asimismo, podemos decir que, esta voz, puede pertenecer diferentes niveles dependiendo de quién sea el encargado del relato.

Ante esto, Genette lo divide así:

### Niveles narrativos

Genette explica que la diferenciación por niveles responde a la premisa: “todo acontecimiento contado por un relato está en un nivel diegético inmediatamente superior a aquel en que se sitúa el acto narrativo productor de dicho relato” con esto explica a que lo narrado dentro de la diégesis se convierte en otro nivel a lo que él denomina como

intradiegético y por ende todo lo que está fuera de ese nivel, pero pertenece a la historia será extradiegético.

#### Nivel Intradiegético

Para empezar, por nivel intradieético se debe resaltar como lo que se encuentra dentro de la historia, por lo tanto, para que se dé este nivel la voz debe darse de un personaje que se convierte en narrador.

Genette (1989), lo propone así el nivel intradieético “puede ser asumido por una representación no verbal (visual) que el narrador convierte en relato al describir él mismo esa especie de documento iconográfico” (p. 286). Cabe resaltar, que Genette aquí nos aclara que se abarca no solo a lo escrito, sino también a la música, ruido, y la voz misma del narrador.

#### Nivel Extradiegético

El nivel extradiegético viene a ser todo lo contrario al nivel intradieético, con esto hace referencia a todo relato que viene fuera de la diégesis pero pertenece a la historia. Ante esto, Genette aclara, que a pesar de ser ficticio puede ser extradiegético si se dirige al público real. Cabe resaltar, que si bien es cierto Genette habla del narrador en sí, el concepto aplica para categorizar a los elementos que vienen a ser parte del relato pero que no están en un primer nivel diegético.

#### Relación con la Historia

En este punto, se debe resaltar que para la explicación del narrador en sí hay una relación tanto con el nivel narrativo como con el tipo de narrador, pero antes de pasar a una explicación completa de dicha relación se debe definir a que se refieren los términos homodieético y heterodieéticos

#### Homodieético

Al término homodieético, Genette lo define como “narrador presente en la historia” y hace referencia a dos tipos dentro de esta: el protagonista y el personaje secundario.

En conclusión, dentro del narrador homodieético encontraremos historias contadas por el mismo personaje principal que es a la vez narrador; e historias contadas por un personaje secundario que a la vez hace de narrador.

## Heterodiegético

Por el término heterodiegético, Genette lo define como “narrador ausente en la historia”, esto quiere decir que el narrador no es ningún personaje; por lo que no habrá una relación directa con la historia sino será simplemente una voz externa, que tiene como función, relatar la historia.

## Spots Publicitarios

Según Degrado (2005), el “spot publicitario es una película comercial que combina la imagen, el movimiento, la luz y el sonido, de forma estética, con la finalidad de vender un producto determinado” (p. 5) Por lo que podemos entender que este elemento es de formato audiovisual que promueve de manera atractiva al consumidor comprar un producto.

Ya es conocido, por términos empíricos, que el fin de la publicidad es convencer a nuestro público específico de que “tal producto” es necesario en sus vidas. Asimismo, lo destacable del spot publicitario es que es un medio que se recibe por los canales tanto visual como auditivo; por lo que hay una doble presión inconsciente para lograr sus cometidos.

## Storytelling

Storytelling es un recurso o técnica que se ha logrado implementar satisfactoriamente en la publicidad. En dicho recurso, valga la redundancia, se busca “utilizar las historias como instrumento de comunicación” (Guisado, 2005, p. 7) para lograr de manera no evidente que el público desarrolle una afinidad con la historia en sí y por ende con la marca. Cabe resaltar que este recurso, nos permite afianzar lazos con el público a un nivel más emocional que al sólo presentarle un comercial común.

En cuanto a la formulación del problema tenemos lo siguiente:

### 1.3.1. Problema General

¿Cómo se manifiesta el discurso narrativo publicitario en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?

### 1.3.2. Problemas Específicos

¿Cómo se manifiesta el tiempo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?

¿Cómo se manifiesta el modo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?

¿Cómo se manifiesta la voz en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?

Cómo justificación explicamos:

La motivación para realizar este trabajo de investigación reside en la poca información de investigaciones en donde se visualice la interacción de una teoría literaria en spots publicitarios.

Teórica: con el desarrollo de esta investigación se pretende brindar mayor valor teórico a la cercana relación entre la literatura y la publicidad; limitada a lo expuesto a investigar.

Metodológica: Esta investigación propone la mejora del análisis realizado por el autor Genette; ya que acopla su modelo triádico de análisis literario en un ámbito publicitario, utilizando spots de Storytelling.

Práctica: Tal y como se resaltó, al ser una investigación innovadora se pretende analizar desde un punto de vista diferente al común para aprovechar al máximo los aportes de la literatura en la publicidad; en pro de descubrir nuevas herramientas para futuras investigaciones.

Este trabajo mantiene una relevancia debido que a pesar de la cercanía en la trayectoria de la publicidad y la literatura, aún persiste el choque cultural entre ambos términos; por lo que la investigación promoverá la cercana relación que existe para una mejor evolución conjunta o separada que permita mejorar la involucración de aspectos de uno en otro, para obtener mayores resultados.

Por otro lado, la investigación contribuirá de manera teórica a futuras investigaciones sobre literatura y publicidad; además de resaltar la continua relación que existe entre estos dos mundos, también ayudará a visualizar desde otra perspectiva el mundo de los spots publicitarios.

Este trabajo presenta los siguientes objetivos:

#### Objetivo General

Analizar el discurso narrativo publicitario en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019

#### Objetivos Específicos

Analizar el tiempo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019

Analizar el modo presentado en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019

Analizar la voz presentada en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019

## **II.- Método**

### **2.1. Tipo y Diseño de Investigación**

La investigación cuenta con un enfoque cualitativo, ya que se basará en el análisis de datos que se puedan recolectar sobre el panorama del tema a investigarse. Asimismo, se determina el enfoque cualitativo en base a la necesidad de analizar en profundidad los elementos teóricos relacionados al discurso narrativo literario y su aplicación en publicidad audiovisual.

Hernández, C. Fernández, C y Baptista P. señalan que:

Las investigaciones cualitativas desarrollan procesos inductivos, que un investigador irá descubriendo en base a lo recolectado de un producto; asimismo, dicha acción la logrará en base a diferentes métodos de recolección de datos, en su mayoría fichas de registro o de observación; para posteriormente analizarlas y llegar a una conclusión (2010, p. 9).

#### **2.1.1. Diseños Interpretativos**

En la presente investigación se utilizará el diseño de estudio de caso, ya que, en base a lo descrito, permitirá analizar en comparación a un objeto real del tema de investigación. Cabe resaltar que se aplica el estudio de casos, debido a su orientación a aprender en base a una muestra ciertos comportamientos, características; que nos ayuden a entender mejor el mundo macro (Stake, 1999, p 41)

En este caso, los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto” serán donde se apliquen cada uno de los puntos de la investigación (indicadores de orden, modo y voz)

#### **2.1.2. Estudios Socio críticos**

Para el presente trabajo de investigación se considerará como estudio socio crítico a la investigación acción, ya que se integrará el conocimiento en base al desarrollo de la investigación. Cabe resaltar que, la investigación acción en una investigación cualitativa se trabaja en base a la observación que permite encontrar nuevos enfoques desde los cuales se analiza un determinado tema. (Melero, p. 342, 2011). En el trabajo se utilizará el modelo literario triádico de Gerard Genette y se aplicará a dos spots publicitarios; en base a esta aplicación, se harán adaptaciones de un campo narrativo

literario a uno audiovisual, por lo que empíricamente se terminará construyendo y reforzando conocimientos.

## **2.2. Método de Muestreo**

### **2.2.1. Escenario de Estudio**

Para el presente trabajo de investigación se considerará como escenario de estudios a dos spots publicitarios: “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, que tienen como característica principal el desarrollo del recurso publicitario de storytelling.

Para Guisado (2018), storytelling “se define como el arte de contar historias [...] una técnica que consigue transmitir mucho más que una simple historia” (p. 6)

Cabe resaltar, en primer lugar, que el spot publicitario “Contigo aprendí” fue un trabajo de la empresa BCP que se publicó el 8 de abril del 2018 y que cuenta con una duración de dos minutos con cuatro segundos. En dicho trabajo se visualiza como tema la frustración del jugador principal de la selección peruana Paolo Guerrero y la del pueblo peruano, frente a la sorpresiva incapacidad de jugar de éste.

En segundo lugar, tenemos el spot “Llega más alto”, que fue un trabajo de la empresa Pura Vida, publicado en 2018 y que cuenta con una duración de cincuenta y cinco segundos. En dicha publicidad se trata como tema principal la superación de un joven que no se rinde frente al sueño que tiene, de ser un atleta de salto de altura, y el soporte que le brinda su madre quien le ofrece la leche de la marca Pura Vida.

### **2.2.2. Participantes**

En este caso la investigación presenta como sujetos a dos emisores (los dos spots publicitarios), quienes se encargaron de transmitir un mensaje a los receptores, que lo conforman todas las personas a las que lograron alcanzar dichos comerciales, así como la investigadora del presente trabajo.

### **2.2.3. Plan de análisis o trayectoria metodológica**

El trabajo de investigación se dividirá en cuatro fases que se aplicarán en ambos spots publicitarios.

Primera fase: Se identificarán componentes generales en base a una ficha de observación general presentado en ambos spots “Contigo aprendí” (00:02:05) y “Llega más alto” (00:00:40).

Segunda fase: Se identificarán dimensiones e indicadores de los spots tomando nota en fichas de observación específicas por agrupaciones de Inicio, Nudo y Desenlace en cada spot.

Tercera fase: Con los datos recolectados se realizará un análisis de relación: Historia-Relato, Narración-Historia, Narración-Relato y se describirá a cuál pertenecen los datos; además de interpretarlos.

Cuarta fase: Se reunirán los datos recolectados y se tomarán conclusiones en base a lo aplicado.

### 2.3. Rigor Científico

Utilizando el coeficiente de la V de Aiken (Escurra, p. 108) se configuró el siguiente cuadro para cumplir con las políticas de la Universidad César Vallejo.

Experto	Grado	Universidad
Maguiño Veneros, Miguel Hugo	Magíster en Literatura Peruana y Latinoamericana	Universidad Mayor de San Marcos
Pérez Terrones, José del Carmen	Magíster en Periodismo	Universidad de San Martín de Porres
Cumpa Gonzáles Luis Alberto	Magíster en Comunicación Social con mención en Investigación en Comunicación	Magíster de la Universidad Mayor de San Marcos

Fuente: Cuadro de autoría propia

### 2.4. Análisis Cualitativo de los Datos

Esta investigación respetará los pasos indicados bajo el marco científico que se requiere para una investigación cualitativa de diseño interpretativo. Cabe resaltar que, dichos pasos involucran los esquemas de investigación para una correcta búsqueda de información, planteamiento de problema, planteamiento de objetivos, y la creación del instrumento para el análisis. Además, la investigación utilizará relaciones básicas de los componentes propuestos por Genette: estas relaciones son Historia-Relato, Narración-Historia y Narración-Relato; en base a las dimensiones e indicadores presentados. (Ver anexo 6)

### 2.5. Aspectos Éticos

En esta investigación se utilizarán las referencias APA para registrar los antecedentes aquí expuestos; además de las referencias bibliográficas de los materiales utilizado

### III.- Resultados

Los resultados de este estudio se basaron en el análisis ideográfico debido a que incluyó un análisis de características específicas que se presentaron en los spots publicitarios “Contigo Aprendí” y “Llega más alto”

Entre las observaciones generales encontramos a: **Historia; Relato y Narración** Ambos spots Contigo Aprendí- BCP y Llega más alto- Pura Vida cuentan con los tres componentes básicos que solicita Gerard Genette para el uso de su teoría triádica como parte de la construcción de la realidad, explicada de la siguiente manera la historia culminará en un relato, habiendo pasado por una narración y el cómo es lo que explicaré a continuación. (Bruner, 1991, p.1)

Comenzando con la **HISTORIA**, esta se presenta en el Spot 1 basado en Paolo Guerrero quién está impedido de jugar, pero que no se rendirá hasta llegar a donde desea; además cuenta con el apoyo de toda la hinchada. Decimos que Paolo Guerrero está impedido de jugar porque hasta el final se aprecian sus entrenamientos pero que no logra alcanzar a jugar en una cancha real sino una de prácticas. Más adelante también se le aprecia en un partido oficial que la hinchada observa mediante el televisor; pero que con los múltiples análisis hechos en esta investigación se logra determinar que suceden en un tiempo pasado al presente en donde Paolo se encuentra entrenando.

Cabe resaltar que a diferencia del spot 1 en donde hay pistas del tiempo real de la historia el spot 2 es una historia creada para empatizar con el público, nos deja intuir a que público objetivo se refiere en base a los componentes que utiliza y acertar en varias intenciones de la publicidad, más no podemos totalmente afirmar que lo que decimos es cien% correcto ya que las interpretaciones son lo más cercano a un análisis pero no llega a ser lo que el autor propuso, como lo diría Gaines (p. 1, 2012) es como mirar desde el reflejo la imagen de algo que seguimos sin ver realmente.

Por otro lado, en el Spot 2 la historia gira en torno a la perseverancia de Beto y el apoyo que recibe de su madre y Pura Vida como complementos para que él logre ser un atleta de salto alto. Decimos que tanto la madre y Pura Vida son complementos debido a que al final el atleta será Beto; pero eso no quita que su madre lo quiera ayudar. Asimismo, afirmamos que Beto es una persona perseverante porque para mejorar un deporte cualquiera solo se logrará a través de la práctica.

En el caso del **RELATO** en ambos spots se manifiesta a través de la publicidad y mediante imágenes, música logran llegar al público. En el spot 1 con Paolo Guerrero se utilizan recursos como musicalidad, sonidos de la misma diégesis, sonidos extradiegéticos y todo junto nos muestra lo mucho que el jugador se preocupa por entrenar día a día a pesar de estar impedido para jugar. Después de analizar este spot la palabra que utilizaría como centro principal sería “pasión”. Creo, personalmente que todo el spot, desde los rostros de los personajes, el esfuerzo de Paolo y el apoyo de la hinchada demuestra una pasión gigante que logra traspasar pantallas. Está de más decir que cuando Perú logró llegar al mundial veíamos por fuera en las calles gente feliz con sus camisetas de la selección peruana de fútbol, manifestando su apoyo. Es por eso que considero que este spot se basó en eso. Por otro lado, puedo resaltar que a pesar de la problemática de Paolo al estar involucrado en el tema del dopping que salió positivo en su contra; el cliente BCP decidió utilizarlo como personaje central por la pasión demostrada por sus hinchas; transformando una historia común y aprobada por casi todos, en una estrategia para atraer clientes; ya que se convirtieron en un hincha más de Paolo Guerrero.

Cabe resaltar que a pesar de haber sido realizada en 2018 y la problemática haber sucedido en 2017 aun así, la empresa apostó por esto.

Por otro lado, en el spot 2, la palabra que utilizaría para resumirlo sería “sueño” ya que Beto realiza todo y es apoyado con el fin de cumplir ese sueño, que en este caso es llegar a ser un atleta de salto alto; la historia y el relato en este spot se relacionan de manera bastante directa ya que nos muestra que a través de prácticas y más prácticas es como este adolescente llegará a cumplir su sueño. Cabe resaltar que el cliente Pura Vida estaba saliendo de una polémica por el tema de si en sus componentes se incluía leche de vaca o era una fórmula; lo que culminó en retirar la mayoría de sus publicidades con las referencias de leche de vaca al no contenerla como principal característica. Aun así, la marca apostó por utilizar una historia un poco cliché, en donde la típica familia de bajos recursos quiere llegar a ser importante; podemos destacar sin embargo que la historia se convierte en una arquetípica debido a que es una historia común pero contada a la adaptación de Pura Vida. Cabe resaltar que con el avance de las tecnologías más y más storytellers se ven en la necesidad de destacar por una buena historia, pero al haber muchas historias similares lo que más termina de importar es el cómo haces llegar dichas historias al público. (Rhoads, 2014)

Como decíamos la historia abarca a una familia disfuncional ya que Beto solo se muestra con su madre; viven en las alturas (\* a más de tres mil metros) Toma 15 (\*Anexo 9); y la parte publicitaria se añade al final como un recurso de la madre que está más que dispuesta a apoyar y dar lo mejor de ella para su hijo, pensamiento que podemos traducir como: “la madre considera que Pura Vida es lo mejor para su hijo”.

Finalmente, en el caso de la **NARRACIÓN** ambos spots se vuelven muy diferentes; debido a que en el spot 1 Paolo Guerrero actúa y manifiesta sus dolores, esfuerzos y más mediante expresiones propias de su rostro” actuación” más no hay un diálogo característico del mismo; sin embargo, hay musicalidad ya que se utilizó la canción Contigo Aprendí de Armando Manzanero, para relacionar en lo posible con cada escena que se proyecte con las letras de la canción. Asimismo, combina la canción con la actuación de cada personaje que aparece en cada escena. (considerando que Paolo no aparece en todas las escenas, también se aprecia al periodista, la hinchada, y más)

Por su parte, en el spot 2 la narración involucra tanto la voz como la participación de la madre de Beto; quien es la que nos relata la historia de su hijo; aunque con múltiples dudas al principio (ya que no se presenta), al final queda claro que se trata de ella. Obviamente es utilizada para acercar la publicidad o marca con el público objetivo del mismo, que son las madres peruanas.

Después del análisis ejecutado puedo resaltar el uso de la coyuntura nacional para empoderar ambas publicidades; ya que por su parte BCP aprovechó la fama de Perú yendo a un mundial por primera vez y la polémica con Paolo Guerrero; mientras que Pura Vida utilizó la situación de problemática al haber salido de las etiquetas si es leche de vaca o no. En ambos casos se utilizó la atención que tenían del público en ese momento a su favor, no es nada nuevo ya que es un recurso bastante utilizado en marketing para aprovechar las coyunturas, cabe resaltar el caso de Cisco que utilizó la coyuntura de los Juegos Panamericanos en Canadá para desarrollar campañas a favor de su marca pero aprovechando la coyuntura; Cisco especialista en estudios de ingeniería y matemáticas atrajo a adolescentes y jóvenes a dichas carreras mediante campañas que relacionaban los juegos; campaña que resultó bastante exitosa y consiguió en gran parte lo que la empresa necesitaba. (Kolm, 2015)

Continuando con las interpretaciones se desarrolló indicador por indicador. Cabe resaltar que dichos resultados fueron recogidos agrupados por inicio, nudo y desenlace; debido a

que es la estructura básica de una narración. (Author Learning Center, 2018). **Revisar la ampliación de resultados anexo 12**

Continuando con las interpretaciones ahora las dividiremos por Dimensiones.

Para empezar bajo la dimensión **Tiempo** el análisis nos posiciona en las diferencias que que el tiempo de la historia y tiempo del relato presentan haciéndose notar los saltos en el tiempo que el spot o relato puedan presentar. Como por ejemplo en el caso de Pura Vida, Llega más alto presenta la siguiente estructura

Relato: en el spot se presenta el orden del tiempo de esta manera (T: hace referencia a las tomas)

T1- T2 - T3 - T4 – T5 – T6 – T7 – T8 – T9 – T10 – T11 – T12 - T 13– T14 – T15 – T16  
T17 – T18 – T19 – T20 – T21 – T22 – T23 – T24 – T25

Mientras que en la verdadera historia el orden del tiempo se daría así

T1 – **T8** – T2 – T3 – **T6** – T4 – T5 – T7 – T9 – T10 – T11- **T13** – **T14** – **T22** - **T15** - T12  
– T16 – T17 – **T19** – T18 – T20 – T 23 – T24 – **T21** – T25

La historia de Beto, resulta ser una historia “común” una historia cualquiera, del pueblo con una familia común de orígenes humildes que utiliza saltos en el tiempo para introducir el lugar, mostrarnos el momento en que el adolescente no logra su cometido aún; aunque esto es presentado para enfocar la historia desde un punto perseverante. Cabe resaltar que la historia completa de Beto superándose no se puede mostrar completamente en 40 segundos que es lo que dura la publicidad, por lo que hay varias omisiones bastante obvias como por ejemplo cambiarse de ropa, Beto se presenta con diferente ropa, pero en ningún momento se muestra cuando se cambia.

En el ámbito de la frecuencia de las acciones mostradas, vemos que el spot realza muchas tomas de Beto logrando su cometido (saltando) luego de introducirse su apoyo que en este caso son su madre y Pura Vida.

Cabe resaltar que a pesar de ser una historia basada en la “imaginación” intenta recrear a su manera una construcción de la realidad que si bien es cierto está plasmado al máximo, con características de familia de bajos recursos y andina, no llega a ser la realidad, ya que al final es una invención del pensamiento humano (Schaeffer, 1993, 135)

Contigo Aprendí (Tomas en orden de la historia)

T26 – T28 - T29 – T30 - T54 – T55 - T18 – T19 - T20 – T21 – T22 – T23 – T24 – T25  
– T39 – T40 - T41– T44 – T47 –T49 – T50 – T51 – T52 – T53 - T1- T2 - T3 - T4 – T5  
– T6 – T7 – T8 – T9 – T10 – T11 – T12 - T 13– T14 – T15 – T16 - T17 –T27 - T31- T32  
– T33 – T34 – T35 – T36 – T37 – T38 -T42 – T43 - T45 – T46 - T48– T56

En el caso de Contigo Aprendí la historia se torna así: Niños jugando futbol, Paolo de chiquito jugando con su balón, el partido de Peru Colombia con los hinchas apoyándolo, la suspensión de Paolo de partidos y el entrenando y a pesar de todos los hinchas apoyándolo. Por otro lado, en el relato es presentado de manera diferente, empieza con la cara de frustración de Paolo y luego salta en el tiempo para mostrar en un pasado el desarrollo de unos de los partidos que Perú enfrentó para ir al mundial. Más adelante varía entre repeticiones de tomas específicas y más saltos para explicar el desarrollo de la historia.

Paolo Guerrero entra a escena frustrado por algo que sucedió, a continuación, las personas a su alrededor que son testigos del suceso también se encuentran afectadas. Más adelante introducen a la hinchada a punto de presenciar un partido entre Perú y un rival, si bien es cierto no hay una aclaración oficial de que partido se trata; viendo el panorama en el cual se lanza el spot podemos identificar que es el partido que entre Perú y Colombia del 10/10/17 y decimos que esto se presenta en pasado (en el tiempo del relato) debido a que Paolo no estaba impedido cuando se realizó tal partido. Asimismo, ahí se aclara en parte la frustración de Paolo, ya que se aproxima el partido del repechaje del mundial.

BCP utiliza estos saltos en el tiempo para mostrarnos que Paolo Guerrero se sintió mal, pero además para recordar que la población y el Perú entero lo apoyará, asimismo, se presenta (BCP) como un hincha más ante el público. Además, cabe resaltar que esta estrategia de BCP se puede replicar e influir en las personas que no son tan hinchas del futbol; en primera porque es un hecho histórico (toda la situación de Perú yendo al mundial) que promueve el nacionalismo, que a la larga nos motiva a ser parte de dicha influencia (Acuña, 2011) y en segunda porque muchas veces lo que es impuesto por el común puede influenciar en nuestras decisiones como por ejemplo la moda (Jung, Sun, Nelson, 2018)

Continuando con las dimensiones en el caso de la **Focalización** se logra identificar las dos posturas de los spots ya que en contigo Aprendí se nos muestra un ente superior que

lo sabe todo y nos presenta todo; mientras que en *Llega más alto* por partes se nos muestran los sentimientos de la madre y por partes los sentimientos de Beto mismo, e incluso para presentar el lugar no sale nadie más que Beto saltando bien al fondo en la toma y más importancia se le da a mostrar el paisaje.

Por eso podemos identificar que la Focalización general de *Contigo Aprendí* es básicamente la historia que todos los hinchas conocemos, si la focalización general es omnisciente de un ente superior, ¿quién nos quita el ser nosotros mismos ese punto de vista de la historia? Obviamente no es algo que se logre identificar a primeras, sin embargo después de haber determinado y analizado parte por parte es claro precisar que la focalización general somos nosotros, el público.

Por otro lado en el spot 2 habiendo identificado las posiciones de focalización, para poder agrupar el spot podemos identificar que es más el punto de vista de la madre de Beto quien como una “amiga más” recomienda su más confiado secreto para hacer que su hijo cumpla sus sueños, esta publicidad utiliza la empatía, pero al final resalta que la historia venga como lo prefiere el público objetivo de una madre a otra.

Por último en la dimensión **Voz** se define las diferencias entre los seres narrativos y los seres narrados (Cardoso, 2019, p.358). En el caso de *Llega Más Alto* claramente la voz usada para narrar la historia es de la madre de principio a final. Asumiendo el empatizar con el público objetivo que son las madres de familia. Por su parte, en *Contigo Aprendí* hay voces dentro del relato; por ejemplo la de Daniel Peredo con su parte de “la tocó la tocó” que está dentro del relato pero es una voz homodiegética (ya que se convierte en personaje) que es utilizada para darle más sentimiento a la narración; mientras que a lo largo de la historia hay otra voz que nos narra mediante una música cantada con las letras de *Contigo Aprendí* de Armando Mazanero con la intención de relacionar y sentimentalizar al público.

Finalmente considerando la variable **Discurso Narrativo** del primer spot, BCP utiliza el entorno mediático que atravesaba el Perú para sensibilizar y empatizar con los hinchas de la selección peruana.

Este spot utiliza ese recurso para no ahondar en la presentación del personaje, ya que el público puede identificar de manera automática en sí lo sucedido.

Así como en 2015, Filloi, Salvadó-Corretger y Bou i Sala nos explican la presencia del entorno mostrado al público mediante el personaje principal (2015).

En el caso de Contigo Aprendí, este spot nos deja conocer lo siguiente:

En primer lugar, el spot fue subido a Youtube en el mes de abril del 2018 y en el panorama nacional e internacional, Guerrero enfrentaba una polémica suspensión por un resultado antidoping, jugando cómo último partido el de Perú- Colombia el 10/10/2017 de donde salió victorioso. Además, el 19 de febrero del 2018 el comentarista deportivo Daniel Peredo, había fallecido. Entre otras cosas el jugador principal de la selección peruana y personaje principal del spot 1, Paolo Guerrero estaba impedido de jugar por “un resultado analítico adverso de una prueba antidoping tomada del 5 de octubre” (Textos: Redacción Multimedia del Correo. 2107, p.1)

Considerando todos estos sucesos es que nace el relato y mediante características como la voz del comentarista en parte de la narración, Paolo frustrado desde los inicios del spot y la celebración final desde puntos diferentes del Perú de un gol, nos logra posesionar en el tiempo en que sucedieron los acontecimientos.

En conclusión, este spot nos permite situarnos en medio de acontecimientos de entorno nacional utilizando las emociones que aquellos sucesos nos generaban. Por otra parte, al contarnos una historia con la cual, la mayoría de peruanos, empatiza (desde la perspectiva de hincha) ayuda a la marca a posesionarse como un hincha más del jugador tan querido por la población; cosa que a grandes rasgos nos permite considerarlo como un aliado.

Algo que me gustaría agregar es que en ese momento (2018) Paolo Guerrero estaba impedido de jugar y con la problemática de la prueba antidopping el público estaba muy conmocionado, pero quería que alguien hiciera algo por ello, es ahí donde BCP como empresa con o sin intención presta atención a los hinchas y hace lo que el público desea, que alguien los escuche; es por eso que sabiendo la presencia que representa para los hinchas Guerrero, BCP hace una buena jugada escuchando a los clientes. Algo a considerar cuando es un tema de coyuntura nacional. (Rose, R. 2019)

Además, se debe resaltar la música utilizada como fondo de este spot, Contigo Aprendí de Armando Manzanero ayuda a transmitir muchas de las emociones que una toma sola no ayudaría a transmitir, resaltando así la importancia de la música en la persuasión, en este caso para una publicidad que de trasfondo nos ayuda con una historia bastante delicada para los hinchas. (Rasmussen, 2018, p. 115). No olvidemos señalar que la elección de la música forma parte principal del spot, no sería lo mismo una canción en

ingles, una canción sin letras frente a una canción de antaño que está en el mismo idioma que el público. (Proskurin, 2012, p. 125)

Por otro lado, Pura Vida nos presenta la historia de un adolescente llamado Beto quién con perseverancia y apoyo de su madre, quién a su vez se apoya en Pura Vida, pretende como lo dice el título del spot “Llegar más alto”.

La historia se sitúa en un entorno familiar humilde con miras a formar parte de la sierra peruana, además se enfoca en mostrar una familia conformada sólo por madre e hijo, con la intención de tocar la sensibilidad de las madres de familia, ya que muchas veces son ellas quienes realizan la compra.

En el panorama Pura Vida, como marca acababa de pasar una polémica bastante grande que llegó hasta entes internacionales en donde se explicaba que pura Vida no era leche como sus publicidades se enfocaban en repetir (Redacción RPP, 2017, p. 1), es por esto que en este spot la marca aprovecha la polémica y se enfoca en mostrar una historia de perseverancia con miras a la superación de la cual ellos van a formar parte como acompañantes y buena influencia. Cabe resaltar que las diferencias que una empresa o persona de ventas pueda presentar con sus clientes no deben ser tomadas como puntos negativos, sino que deben aprovecharse ya que sin querer se están creando oportunidades de mejorar. (Schmitz, C. et al. 2019). Finalmente, el discurso narrativo que nos presenta fomenta el intercambio de consejos de una madre a otra (considerando a la madre de Beto) que a pesar de las dificultades confía en que Pura Vida es lo que su hijo necesita para lograr sus sueños.

Es importante resaltar esto porque como bien es sabido las personas confían más en las recomendaciones de un conocido que por una simple publicidad, y al incluir a una madre en el spot es lo que en el fondo busca la marca Pura Vida, o en este caso el encargado del proyecto publicitario; además que esto entra dentro de los persuasivo que intenta ser la publicidad para el público objetivo.

#### IV. Discusión

Gerard Genette propone su teoría triádica para analizar textos en donde se nos permita visualizar desde los más pequeños detalles cada componente que logró al final dar por concebido dicha obra literaria, luego de haber evaluado e investigado se decidió acoplar tal investigación minuciosa a spots publicitarios que presenten la característica del discurso narrativo de Genette, que sean historias; por lo que se terminó utilizando a dos spots publicitarios de Storytelling.

En base a lo analizado procederemos a discutir ciertas características presentadas por el autor Genette a lo ejecutado en este análisis creativo.

Para empezar, tendremos que identificar los tres componentes básicos que Genette nos otorga que son la Historia, el Relato y la Narración; si bien es cierto basta con saber identificarlos un libro no es igual a una publicidad por lo que en el spot publicitario se logró identificar que el relato es lo primero que podremos ubicar ya que al ser el spot en sí no tenemos nada que analizar.

Por consiguiente, para identificar la narración bastaría con decir que se da de manera audiovisual, considerando que las obras literarias pueden llegar al público mediante vía oral o visual; un factor que se agregó gracias a este experimento.

Finalmente lo último que se logra identificar es la historia, ya que se necesita analizar las diferentes divisiones que se involucran en las distorsiones de tiempo para poder situarnos y darnos una idea de la historia en realidad, la historia puede ser basada en la vida real, o inventada; sin embargo nunca seremos capaces de conocer íntegramente todo lo que el autor nos quiso contar; pero con este análisis se puede acercarse fácilmente a la historia de fondo y no solo a lo que el relato nos muestra.

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Historia	Historia final de un cuento cualquiera	Es lo último en identificar luego de haberse situado en el tiempo del relato
Relato	Lo escrito en el libro	El spot publicitario
Narración	De manera visual u oral	De manera audiovisual

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Luego de haber identificado estos tres componentes, encontramos lo que son las características a analizar por Genette que son el Tiempo, el Modo y la Voz.

Empezando con el Tiempo se logró identificar las distorsiones de tiempo que Genette presentó para análisis de libros como las Analepsis, Prolepsis; que son saltos en el tiempo fuera del tiempo presente en el que se desarrolla el relato. Sin embargo, algo que me pareció interesante agregar fue la característica de no distorsión que es básicamente cualquier escena o toma que respete el tiempo presente de la historia ya que al recoger los datos es necesario definir si existe o no una distorsión y es algo que en el modelo triádico no está totalmente esclarecido. Además, considero que tales aclaraciones de Analepsis internas y externas y Prolepsis internas y externas pueden ser aplicadas a tales análisis; sin embargo, en estos spots escogimos no mencionarlos a gran medida.

En todo caso los análisis en base a distorsiones de tiempo quedaría así:

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Analepsis	x	x
Prolepsis	x	x
Sin distorsión	-	x

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Más adelante en cuanto a distorsiones de duración se realizó un cambio adaptado a videos. Una duración general y otra duración específica fue importante diferenciar para poder identificar de mejor manera las características necesarias a la hora del análisis

En primer lugar, considero importante agregar la duración general para encontrar el grado de diferencia para con la historia en la vida real; si bien es cierto se pensaría que la mayoría de videos presentan alteraciones de duración; hay casos en donde un video está explícitamente al mismo tiempo que en la vida real como por ejemplo los videos “En vivo” que son muy utilizados por diferentes marcas y personas para transmitir eventos que se suscitan en ciertas partes y de esa manera lograr un acercamiento para con su público; por lo que considerando factores como tal es innegable destacar la importancia de la identificación de la duración general en el análisis de videos. Además, si nos percatamos se le agregó la palabra simple a la característica “escena” presentada por

Genette para que dicha diferenciación con la realidad pueda ser identificada para con las tomas en específicos a la hora de analizar más a fondo.

Por otro lado, se consideró quitar la característica resumen de lo propuesto por Genette debido a que un resumen para el autor es lo equivalente a:

Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes, Sábado, Domingo: Días de la Semana

Amarillo, verde, rojo, azul, negro: colores

En cambio, en un video no hay una toma que pueda agrupar otras tomas transformándose completamente en una nueva; se pueden agrupar sí en base a segmentos respetando los niveles de tomas, o planos que se convierten en escenas. Por otro lado, también consideré respetar el principio de muchas actividades en una sola toma como por ejemplo los videos que son tomados en una sola toma, regresando a los en vivo; sin embargo, tendría que ser una teoría a probarse en un análisis dedicado a lo mismo, por lo que por ahora mantendré lo rescatado de este análisis.

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Duración general	-	Duración del video en comparación con la vida real
Duración específica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escena</li> <li>• Pausa Descriptiva</li> <li>• Elipsis</li> <li>• Resumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escena Simple</li> <li>• Pausa Descriptiva</li> <li>• Elipsis</li> </ul>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Continuando con las distorsiones tenemos el indicador Frecuencia que a diferencia de lo que esperaba se logró acoplar de manera equivalente todas las características principales expuestas por Genette; ya que actividades que se visualicen en la historia en relación a lo que se presenta en el relato si es posible de identificar. Lo único que hace un poco complicado la situación es que se debe definir muy bien qué actividad es la que se aprecia en el relato para luego compararlo con la historia que vagamente ya está estructurada cuando se identificaron las distorsiones de tiempo; algo que intuyo también se presenta a

la hora de analizar un libro por lo que no veo mayor diferencia y considero un éxito esta sección de Genette

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Relato Singulativo 1R-1H	<b>x</b>	<b>x</b>
Relato Singulativo Anafórico nR-1nH	<b>x</b>	<b>x</b>
Relato Iterativo 1R-nH	<b>x</b>	<b>x</b>
Relato Repetitivo nR-1H	<b>x</b>	<b>x</b>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Luego de haber terminado con todos estos componentes pasamos a la característica de Modo en donde se aprecia la Focalización; si bien es cierto Gerard Genette explica y acomoda su teoría a libros considerando lo relevante para los videos destacó la Focalización que es en donde me centraré.

La focalización es definida como el punto de vista por varios autores.

Y hace referencia a eso mismo; sin embargo, la diferencia para ubicarla en libros como en videos se refleja en que en un libro lo podemos apreciar claramente en ciertos casos como:

- La flor azulada y bella se estremecía al vaivén de la marea (1)
- Ví a lo lejos a mi hija correr a los brazos de su amor mientras que se me estrujaba el corazón (2)
- Y después de haber jugado, Lorena se retiró a su casa llorando (3)

Un texto no focalizado puede ser identificado como el ejemplo (1) ya que es un texto sin focalización directa a alguien o algo específico, es a lo que Genette llama No Focalizado. Por otro lado, en el ejemplo (2) se logra apreciar que el texto hace referencia a un Yo como Padre y/o Madre que habla sobre su hija y el dolor que siente al verla con alguien

a quien ama; un punto de vista que nos muestra no solo acciones sino también emociones lo que viene a ser un texto de Focalización Interna.

Por último, en el ejemplo (3) alguien que al parecer es testigo de lo ocurrido nos cuenta las actividades del personaje principal; ese alguien nos deja apreciar una Focalización Externa ya que no es personaje, ni está involucrado en la historia; sin embargo, es quien nos lo hace llegar.

Lo importante para el análisis en un spot viene a traducirse que estas tres características pueden ser aplicadas ya que en el ejemplo (1) apreciaríamos una toma de una flor ondeando cerca al mar sin voz y talvez música de fondo para apreciarla. En el ejemplo (2) veríamos a la madre/padre viendo a lo lejos como su hija abraza a su amor, pero también seríamos capaces de ver la tristeza que denota la cara del padre, otra opción sería que podrían escucharse los pensamientos de padre como voz en off para manifestar sus emociones e incluso el padre tendría un pequeño diálogo que le diga a su hija “no te vayas”.

En el ejemplo (3) podríamos sentir al testigo que nos introduce a Lorena que se va llorando; sin manifestarse directamente en pantalla, pero apareciendo por medio de su voz. Otra opción sería que el testigo apareciera y en base a sus acciones nos muestre lo que le sucede a Lorena

Cabe resaltar que Genette incluye la categoría Doble Focalización para especificar los casos en donde tanto la focalización interna como externa se complementan o se superponen; sin embargo, al tener nosotros un factor visual e incluso oral es aún más complicado de identificarlo como tal por lo que escogí dejarlo fuera

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
No Focalizado	<b>x</b>	<b>x</b>
Focalización Interna	<b>x</b>	<b>x</b>
Focalización Externa	<b>x</b>	<b>x</b>
Doble Focalización	<b>x</b>	-

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Por último, pasamos al componente Voz que es en donde identificamos netamente al narrador.

Si bien Genette explica de manera específica los narradores que existen en esta característica creo que es más sencillo y que abarca lo necesario al utilizar solo dos, que son Voz Homodiegética y Voz Heterodiegética

Para lo cual presento estos ejemplos:

En primera la Voz homodiegética presenta dos tipos: principal y secundario ya que puede ser realizada por el personaje principal y/o un testigo u otro personaje.

- ¡María tráeme el vaso con agua! - gritó la madre de María
- ¡Ya voy má! - replicó María

Corto, sencillo, pero se puede diferenciar que en primera la frase *¡María tráeme el vaso con agua!* Lo está diciendo la madre por lo que es fácil identificar que es una voz homodiegética de personaje secundario, de ser principal diría su nombre y no madre de María.

Por otro lado, *¡Ya voy má!* Es algo dicho por la misma María, por lo que también viene a ser una voz homodiegética pero de carácter principal.

Por otro lado, una voz heterodiegética sería la clásica que escuchamos en los spots como, por ejemplo

- ¡llame ahora, llame ya!

Que aparentemente no está relacionado a nada de la historia, pero aparece como parte de la voz en off de muchas publicidades.

Con esto logramos identificar que dichas características son aplicables a los spots

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Homodiegético	x	x
Heterodiegético	x	x

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Entre otras características escogí determinar la categoría nivel Personajes y elementos que a diferencia de Genette no lo presenta como tal debido a que lo incluye en la voz y lo relaciona de manera adecuada a los libros. Sin embargo, consideré importante excluirlo como categoría debido a que en una publicidad aparte de la historia el objetivo es vender algo y por lo tal hay una marca presente. Ejemplo en el caso de Contigo Aprendí el personaje principal de la historia era Paolo Guerrero, pero la marca era BCP; en el caso de Llega más alto el personaje principal era Beto, pero la marca era Pura Vida ya sea que estén dentro o fuera de la diégesis ambos son personajes que también deben incluirse.

Por otro lado, consideré también los elementos debido a que en un video se pueden apreciar sonidos que no se identifican como tal en libros: ejemplo la musicalidad utilizada en Contigo Aprendí o los aplausos de la hinchada mientras alientan al equipo. Asimismo, cabe resaltar que de Gerard Genette se respetó los términos Intradiegético y Extradiegético para diferenciar elementos y personajes que están dentro del spot, pero no en la diégesis que se presenta.

Por ejemplo:

La musicalidad de Contigo Aprendí es algo que el público podrá escuchar pero que no está dentro de la diégesis que desarrolla el spot; sin embargo, no deja de estar dentro del spot.

	Modelo Triádico de Genette	Modelo acoplado a spots
Intadieético	<b>Mencionado como término</b>	<b>x</b>
Extradiegético	<b>Mencionado como término</b>	<b>x</b>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Finalmente, consideré adecuado agrupar las tomas en Inicio Nudo y Desenlace para poder mantener un orden a la hora de la recolección de datos.

## **V.- Conclusiones**

1.- Después de haber realizado la investigación podemos rescatar lo siguiente:

Si se puede ejecutar un análisis el discurso narrativo de los spots publicitarios “Contigo Aprendí” y “Llega más alto” en base al modelo triádico que presenta Gerard Genette, pero con ligeras modificaciones.

2.- Sí se logra analizar las distorsiones del tiempo en los spots publicitarios “Contigo Aprendí” y “Llega más alto” en base al modelo triádico que presenta Gerard Genette respetando las alteraciones de tiempo, duración y frecuencia; pero agregando una opción que nos ayude a identificar la duración general.

3.- Sí se logra analizar las distorsiones de modo en los spots publicitarios “Contigo Aprendí” y “Llega más alto” en base al modelo triádico que presenta Gerard Genette en base a la focalización, pero dejando por fuera la clasificación de doble focalización debido a que no se logra apreciar como tal en el material audiovisual publicitario.

4.- Sí se logra analizar las distorsiones de voz en los spots publicitarios “Contigo Aprendí” y “Llega más alto” en base al modelo triádico que presenta Gerard Genette, pero respetando solo los componentes de homodiegético y heterodiegético, debido a que son lo principal. Además, se utiliza los términos intradiegético y extradiegético para componer una nueva clasificación que nos ayude a identificar personajes y elementos.

## **V.- Recomendaciones**

1.- En relación a la primera conclusión obtenida si se recomienda utilizar el modelo triádico de Genette para analizar spots publicitarios. Pero como base se debe identificar primeramente los tres componentes generales de Historia Relato y Narración para luego realizar el resto del análisis. Además, se recomienda dividir el video en tomas y agruparlas por inicio nudo y desenlace.

2.- En base a la segunda conclusión se recomienda que las distorsiones de tiempo (orden), háblese de tiempo, duración y frecuencia, sean analizadas de manera específica por tomas debido a que facilita el trabajo. Por otro lado, para profundizar en diferentes tipos de videos se agregó a la duración una categoría de duración general en donde se ubicará la distorsión de la duración de manera general.

3.- En base a la tercera conclusión se recomienda que las distorsiones de Modo o Focalización aplicadas por Gerard Genette deben identificarse por tomas y dejar por fuera la doble focalización debido a que no se logra identificar de manera precisa y clara. Sin embargo, eso no representa una pérdida para el análisis.

4.- En base a la cuarta conclusión se recomienda que las distorsiones de voz sean sencillamente identificadas en dos categorías que respeten la narración de manera homodiegética y heterodiegética. Además de recomendar utilizar la categoría de elementos y personajes para identificar lo encontrado en un nivel intradiegetico y extradiegético.

## Referencias

- Acuña, F. (2011) La Psico-sociología y toma de decisiones de compra de los consumidores del centro comercial Mall Aventura Plaza – Trujillo. *UCV Scientia* 3 (2). p. 130. Recuperado de [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjt5ti6g-3lAhXuuFkKHa9fA20QFjABegQIBhAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4366112.pdf&usg=AOvVaw0bApg3Fegu\\_8UQql5vDdyw](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKEwjt5ti6g-3lAhXuuFkKHa9fA20QFjABegQIBhAC&url=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4366112.pdf&usg=AOvVaw0bApg3Fegu_8UQql5vDdyw).
- Author Learning Center (2018) How to Structure a Story: The Fundamentals of Narrative. p. 1. Recuperado de <https://www.authorlearningcenter.com/writing/fiction/w/plot-planning/6366/how-to-structure-a-story-the-fundamentals-of-narrative---article>
- Barcia, J. (2001). "La obra del arte" y la intencionalidad estética. *Agora: Papeles de filosofía*. Vol. 20, p. 235. Recuperado de [https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/1197/pg\\_235-248\\_agora20-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://minerva.usc.es/xmlui/bitstream/handle/10347/1197/pg_235-248_agora20-2.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- BCP - Banco de Crédito [BCP - Banco de Crédito]. (2018, abril, 08). Contigo Aprendí – BCP. [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=SznJdeFZO9Y>
- Bruner, J. (1991). "The Narrative Construction of Reality". *Critical Inquiry* 18. p. 1. Recuperado de <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/448619?mobileUi=0&>
- Caro, A. (2011) Cómo los videos musicales cuentan historias: elementos narrativos en el videoclip de los primeros diez años de la MTV. *Admira*. (3). Recuperado de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/76218/b08024\\_b7fd66c62a7844f9bc99fc9e7709170b.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/76218/b08024_b7fd66c62a7844f9bc99fc9e7709170b.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Cardoso, L. (2019) Diário Da Queda: Two Violent Faces Of An I. *REVELL: Revista de Estudos Literários da UEMS*, p. 358. Recuperado de [https://pdfs.semanticscholar.org/d69c/702c2362e08d0a683f3e6da6b65f80282ab0.pdf?\\_ga=2.10362997.1782375880.1576169312-818876562.1576169312](https://pdfs.semanticscholar.org/d69c/702c2362e08d0a683f3e6da6b65f80282ab0.pdf?_ga=2.10362997.1782375880.1576169312-818876562.1576169312)
- Castany, B. (2008). Figuras III de Gérard Genette. *Tonos digital: Revista de estudios filológicos*, p. 1. Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum15/subs/peri/peri.htm>
- Castillo, A. (2016) *Los aportes de las formas narrativas y un nuevo lenguaje audiovisual en los programas de gastronomía en la televisión peruana 2011-2013*. (Tesis de Licenciatura) Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7455>
- Cortez, G. (2013) *Análisis de la estructura narrativa fílmica de las películas de Harry Potter* (Tesis de Maestría) Recuperado de [http://tesis.luz.edu.ve/tde\\_arquivos/62/TDE-2014-06-16T09:33:52Z-4956/Publico/cortez\\_urdaneta\\_gabriela\\_maria.pdf](http://tesis.luz.edu.ve/tde_arquivos/62/TDE-2014-06-16T09:33:52Z-4956/Publico/cortez_urdaneta_gabriela_maria.pdf)
- Cuevas, E. (2005) Christopher Nolan visto desde Gerard Genette: análisis narratológico de Memento. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*. (18) Recuperado de <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3932/3546>
- Degrado Godoy, M. (2005). Televisión, publicidad y comunicación. *Comunicar* (25) Recuperado de <https://docplayer.es/80217268-.html>
- Domerc, J. (1969). G. Genette: Figures. In: Langue française. *La stylistique, sous la direction de Michel Arrivé et Jean-Claude Chevalier*. p. 118. Recuperado de [https://www.persee.fr/docAsPDF/lfr\\_0023-8368\\_1969\\_num\\_3\\_1\\_5448.pdf](https://www.persee.fr/docAsPDF/lfr_0023-8368_1969_num_3_1_5448.pdf)
- Entretenimiento y Comerciales [Entretenimiento y Comerciales]. (2018, junio, 12). PURA VIDA 'Llega más alto' (2018). [Archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cAKGHskJuUM>

- Escurrea, L. Cuantificación de la validez de contenido por criterio de jueces. *Revista De Psicología*, 6(1-2), 103-111. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/psicologia/article/view/4555>
- Fillol, S., Salvadó-Corretger, G., & Bou i Sala, N. (2015, octubre, 13). *Communication & Society*, pp. 53–67. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/40178/1/Santiago%20Fillol.pdf>
- Gaines, E. (2012) New Media Codes and Assumptions. *Semiotics*. p.1. Recuperado de [https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem\\_2012\\_0001\\_0005](https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem_2012_0001_0005)
- García, F. Contigo Aprendí - Armando Manzanero Partitura. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/276209547/Contigo-Aprendi-Armando-Manzanero-Partitura>
- García, J. (2005). Time Structure in the Story: Gérard Genette, 'Narrative Discourse' (Narrative Theory, 3). *Research Gate*. p. 1. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/318041820\\_Time\\_Structure\\_in\\_the\\_Story\\_Gerard\\_Genette\\_'Narrative\\_Discourse'\\_Narrative\\_Theory\\_3](https://www.researchgate.net/publication/318041820_Time_Structure_in_the_Story_Gerard_Genette_'Narrative_Discourse'_Narrative_Theory_3)
- Genette, G. (1989) *Figuras III*. (ed. Trad). Francia: Lumen
- Genette, G, (1983). *Narrative Discourse: An Essay in Method*. (ed), Estados Unidos: Cornell University Press
- Guisado Rodríguez, A. (2018) “*Storytelling*” como contar historias ayuda a la estrategia de marketing. (Tesis de fin de grado). Recuperado de [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/75910/Storytelling\\_como\\_contar\\_historias\\_ayuda\\_a\\_la\\_estrategia\\_de\\_marketing.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/75910/Storytelling_como_contar_historias_ayuda_a_la_estrategia_de_marketing.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, C., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: McGraw Hill

- Hessami, H. (2008). A Review on Focalization. *AngloGermanica online: Revista electrónica periódica de filología alemana e inglesa*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2963019>
- Jung, M., Sun, C., Nelson, L. (2018, Agosto, 28). People can recognize, learn, and apply default effects in social influence. *PNAS*. p. 1. Recuperado de <https://doi.org/10.1073/pnas.1810986115>
- Kolm, J. (2015, marzo, 18). Cisco's STEM gameplan. *Strategy*, p. 1. Recuperado de <http://strategyonline.ca/2015/03/18/ciscos-stem-gameplan/>
- Mckee, R. (1997) *El Guión: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. (ed). España: Alba Editorial
- Melero, N. (2011) El paradigma crítico y los aportes de la investigación acción participativa en la transformación de la realidad social: Un análisis desde las ciencias sociales. *Cuestiones Pedagógicas*. Recuperado de [https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art\\_14.pdf](https://institucional.us.es/revistas/cuestiones/21/art_14.pdf)
- Olcina, A. (2013) *Análisis narrativo y argumentativo de la serie American Horror Story* (Tesis de grado). Recuperado de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/34650/memoria.pdf>
- Plassmann, H. et al (2008, enero 22). Marketing actions can modulate neural representations of experienced pleasantness. *PNAS*. p. 1. Recuperado de <https://doi.org/10.1073/pnas.0706929105>
- Popa, N. (2019). Towards a Pragma-Semiotics of Ritual(ized) Gesture and Performance. *Arte, individuo y sociedad*, p. 41. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/58494/4564456548624>
- Proskurin, S. (2012). To the Question of a Topical Network of Language and Culture. *Semiotics 2012*. p. 125. Recuperado de [https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem\\_2012\\_0125\\_0132](https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem_2012_0125_0132)

- Rasmussen, S. (2018). Music as a Symbol of Cultural Resilience, Resistance, and Change. *Semiotics 2018: Resilience in an Age of Relation*. p. 115. Recuperado de [https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem\\_2018\\_0115\\_0129](https://www.pdcnet.org/cpsem/content/cpsem_2018_0115_0129)
- Redacción RPP. (2017, 6 junio). Cómo empezó la polémica sobre la leche envasada en el Perú. *RPP Noticias*, p. 1. Recuperado de <https://rpp.pe/lima/actualidad/caso-pura-vida-como-empezo-la-polemica-sobre-la-leche-ensvasada-en-el-peru-noticia-1055938>
- Rhoads, B. (2014, setiembre, 11). 7 Ancient Archetypes Your Brand Storytelling Should Use. *Content Marketing Institute*. p.1. Recuperado de <https://contentmarketinginstitute.com/2014/09/ancient-archetypes-brand-storytelling-should-use/>
- Rose, R. (2019, octubre 29). Are Marketers Just Waiting to Speak? Tips for Active Audience Listening [Research]. *Content Marketing Institute*. p.1. Recuperado de <https://contentmarketinginstitute.com/2019/10/marketers-active-listening-research/>
- Sánchez, L. (2013) Storytelling, la herramienta política del Siglo XXI. *Universidad Rey Juan Carlos*. Recuperado de [https://eficiencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/11946/LUCAS%20SANCHEZ%20CORRAL\\_TFG\\_NOV-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://eficiencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/11946/LUCAS%20SANCHEZ%20CORRAL_TFG_NOV-13.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Schaeffer, J. (1993) “The Narrative Construction of Reality”. *New Vico Studies*. p. 135. Recuperado de [https://www.pdcnet.org/newvico/content/newvico\\_1993\\_0011\\_0000\\_0135\\_0137](https://www.pdcnet.org/newvico/content/newvico_1993_0011_0000_0135_0137)
- Schmitz, C. et al (2019, octubre, 28). Understanding the Impact of Relationship Disruptions. *Journal of Marketing*, p. 1. Recuperado de <https://doi.org/10.1177%2F0022242919882630>
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudios de casos*. (2 ed.). España: Ediciones Morata.

Textos: Redacción multimedia del Correo. (2017, 15 noviembre). Paolo Guerrero mandó mensaje a horas del crucial Perú vs. Nueva Zelanda. *Correo*, p. 1. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/deportes/paolo-guerrero-mensaje-peru-vs-nueva-zelanda-786274/>

## **ANEXOS**

**Anexo 1:** Matriz de Consistencia

Planteamiento del Problema	Objetivos de la Investigación	Variable	Dimensiones	indicadores	Metodología
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cómo se manifiesta el discurso narrativo publicitario en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b></p> <p>¿Cómo se manifiesta el tiempo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?</p> <p>¿Cómo se manifiesta el modo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?</p> <p>¿Cómo se manifiesta la voz en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Analizar el discurso narrativo publicitario en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b></p> <p>Analizar el tiempo en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019</p> <p>Analizar el modo presentado en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019</p> <p>Analizar la voz presentada en los spots “Contigo aprendí” y “Llega más alto”, Lima 2019</p>	<p>Análisis del Discurso Narrativo</p>	<p><b>Tiempo</b></p> <p><b>Modo</b></p> <p><b>Voz</b></p>	<p><b>Anacronías</b> Analepsis Prolepsis No distorsión</p> <p><b>Duración</b> Escena Simple Pausa Descriptiva Elipsis</p> <p><b>Frecuencia</b> Singulativo Singulativo Anafórico Iterativo Repetitivo</p> <p><b>Focalización</b> No Focalizado Focalización Externa Focalización Interna</p> <p><b>Relación con la historia</b> Homodiegético Heterodiegético</p>	<p><b>Tipo</b> de Investigación: Aplicada</p> <p><b>Enfoque</b> de la investigación: Cualitativa</p> <p><b>Diseño</b> de la Investigación: Estudio de Caso</p>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

**Anexo 2:** Matriz de Operacionalización de Variables

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Análisis del Discurso Narrativo	El análisis del discurso narrativo se ejecutará en base a tres componentes básicos, que son: la historia, el relato y la narración; y las relaciones de tiempo, modo y voz en dichos componentes. (Genette, 1989, p. 84-85)	Tiempo	Anacronía	Analepsis
				Prolepsis
				Sin Distorsión
			Duración	Escena
				Pausa Descriptiva
				Elipsis
			Frecuencia	Relato Singulativo
				Relato Singulativo Anafórico
				Relato Iterativo
		Relato Repetitivo		
		Modo	Relato no focalizado	
			Relato de Focalización Interna	
			Relato de Focalización Externa	
Voz	Homodiegético			
	Heterodiegético			

Fuente: Cuadro de elaboración propia

### Anexo 3: Ficha General

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación General					
Nombre de Spot:					
Duración:					
Fuente:					
	Enunciados	Si	No	Transcripción	Observación
<b>Componentes</b>					
Historia	¿En el spot N se logra identificar la historia?				
Relato	¿En el spot N se logra identificar el relato?				
Narración	¿En el spot N se logra identificar la narración?				
<b>Duración (tiempo del spot- tiempo de la historia)</b>					
Con alteración	¿El spot N presenta una duración con alteración?				
Sin alteración	¿El spot N presenta una duración sin alteración?				
<b>Elementos y/o Personajes</b>					
Nivel Extradiegético	¿El spot N presenta elementos y/o personajes a nivel extradiegético?				
Nivel Intradiegético	¿El spot N presenta elementos y/o personajes a nivel intradieético?				
<b>Estructura</b>					
Inicio	¿El spot N se logra identificar el inicio?				

Nudo	¿El spot N se logra identificar el nudo?				
Desenlace	¿El spot N se logra identificar el desenlace?				

#### Anexo 4: Ficha Específica

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación Específica				
Nombre del Spot:				
Número de escena			Número de Tomas:	
Duración:				
Inicio		Nudo	Desenlace	
	Enunciados	Si	No	Observación
<b>1.- TIEMPO</b>				
<b>1.1.- Anacronías</b>				
Analepsis	¿Esta escena presenta analepsis?			
Prolepsis	¿Esta escena presenta prolepsis?			
No distorsión	¿Esta escena no presenta distorsiones de tiempo?			
<b>1.2.- Duración</b>				
Escena Simple	¿Ésta es una escena simple?			
Pausa Descriptiva	¿Esta escena presenta una pausa descriptiva?			
Elipsis	¿Esta escena presenta una elipsis?			
<b>1.3.- Frecuencia</b>				
Singulativo	¿Esta escena presenta una frecuencia sigulativa?			
Singulativo Anafórico	¿Esta escena presenta una frecuencia singulativa anafórica?			
Iterativo	¿Esta escena presenta una frecuencia iterativa?			
<b>2.- MODO</b>				

<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta escena presenta un modo no focalizado?			
Focalización Externa	¿Esta escena presenta un modo de focalización externa?			
Focalización Interna	¿Esta escena presenta un modo de focalización interna?			
<b>3.- VOZ</b>				
<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta escena presenta una voz homodiegética?			
Heterodiegético	¿Esta escena presenta una voz heterodiegética?			

## **Anexo 5: Manual para validación de expertos**

### **Generales:**

1. Componentes:
  - 1.1. Historia: De lo que trata dicho relato.
  - 1.2. Relato: el producto en el cual se contó la historia (spot)
  - 1.3. Narración: la manera que fue contada la historia: visual, oral, escrita.
2. Duración (tiempo del spot- tiempo de la historia)
  - 2.1. Con alteración: Si la duración del tiempo del spot es diferente al del tiempo de la historia en la realidad.
  - 2.2. Sin alteración: Si la duración del tiempo del spot es igual al del tiempo de la historia en realidad.
3. Elementos y/o Personajes
  - 3.1. Nivel Extradiegético: Todo lo que se encuentre como parte del relato pero que no se incluya en el relato, en este caso personajes y elementos.
  - 3.2. Nivel Intradiegético: Todo lo que se incluya como parte del relato, en este caso personajes y elementos.
4. Estructura
  - 4.1. Inicio: Parte inicial de la historia.
  - 4.2. Nudo: Donde se da la problemática de la historia.
  - 4.3. Desenlace: El final de la historia.

## **Específicas:**

### 1. TIEMPO

#### 1.1. Anacronías: distorsiones de tiempo

- 1.1.1. Analepsis: Evocación en tiempo presente de hechos pasados.
- 1.1.2. Prolepsis: Evocación en tiempo presente de hechos futuros.
- 1.1.3. No distorsión: sin distorsiones de tiempo.

#### 1.2. Duración

- 1.2.1. Escena Simple: Tal y cual es.
- 1.2.2. Pausa Descriptiva: Escena con una pausa que se usa para visualizar o presentar un lugar, hora en que se desarrolla (mañana, tarde, noche)
- 1.2.3. Elipsis: Omisión de eventos entre una escena y otra.

#### 1.3. Frecuencia

- 1.3.1. Singulativo: Contar una vez en el relato lo que sucedió una vez en la historia.
- 1.3.2. Singulativo Anafórico: Contar varias veces en el relato lo que ha sucedido varias veces en la historia.
- 1.3.3. Iterativo: Contar varias veces en el relato lo que ha sucedido una vez en la historia.
- 1.3.4. Repetitivo Contar una vez en el relato lo que ha sucedido varias veces en la historia

### 2. MODO

#### 2.1. Focalización

- 2.1.1. No Focalizado: La historia se cuenta desde una perspectiva de un narrador omnisciente, que lo sabe todo.
- 2.1.2. Focalización Externa: La historia se cuenta desde la perspectiva de un narrador que no conoce sentimientos ni pensamientos de los personajes.
- 2.1.3. Focalización Interna: La historia se cuenta desde la perspectiva de un narrador que es a la vez personaje de la historia.

### 3. VOZ

#### 3.1. Relación con la historia

- 3.1.1. Homodiegético: Voz del narrador personaje que participa en ambos niveles intradiegético y extradiegético.
- 3.1.2. Heterodiegético: Voz del narrador externo a la historia, tiene como única función contar la historia

**Anexo 6:** Cuadro de Análisis

Nivel de análisis (Relación)		Categoría	Sub Categoría	
Historia-Relato	Por Inicio, Nudo y Desenlace	Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distorsión de Tiempo</li> <li>• Distorsión de Duración</li> <li>• Distorsión de Frecuencia</li> </ul>	Si existen alteraciones en el desarrollo de la historia en comparación con el relato
	Por spot	Duración	Con alteración Sin alteración	
	Por escenas	Modo	Focalización	Cómo es el modo o la perspectiva con la que se cuenta el relato
Narración-Historia Narración-Relato	Por escenas	Voz	Relación con la historia	La voz que narra la historia en el relato
	Por Spot	Elementos/ personajes	-Nivel Extradiegético -Nivel Extradiegético	Elementos y personajes dentro y fuera de la diégesis que pertenecen al relato

Fuente: Cuadro de elaboración propia

## Anexo 7: Validación de Expertos

### COEFICIENTE DE VALIDACIÓN

## Cualitativo

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

#### • COEFICIENTE DE V DE AIKEN

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

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración ( 2 en este caso)

### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Maguiza Venegas, Miguel

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: UNMSM

Fecha: 1/10/2019

#### ANÁLISIS DEL DISCURSO NARRATIVO PUBLICITARIO EN LOS SPOTS "CONTIGO APRENDÍ" Y "LLEGA MÁS ALTO", LIMA 2019

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

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

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

Firma del experto:



Miguel Maguiza Venegas  
Nombres y apellidos

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: LUMPA GONZÁLEZ, Luis Alberto

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad Nacional de San Marcos

Fecha: 03/10/19

**ANÁLISIS DEL DISCURSO NARRATIVO PUBLICITARIO EN LOS SPOTS "CONTIGO APRENDÍ" Y "LLEGA MÁS ALTO", LIMA 2019**

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

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

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto: *Lump*

Luis A. LUMPA GONZÁLEZ  
Nombres y apellidos

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto:     Pérez Terrones José del Carmen    

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora:     UCV    

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

**ANÁLISIS DEL DISCURSO NARRATIVO PUBLICITARIO EN LOS SPOTS "CONTIGO APRENDÍ" Y "LLEGA MÁS ALTO", LIMA 2019**

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

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

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

Firma del experto:

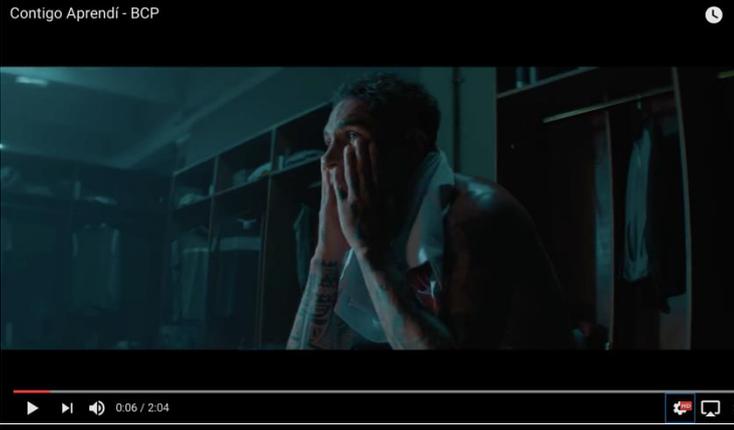


\_\_\_\_\_  
Nombres y apellidos

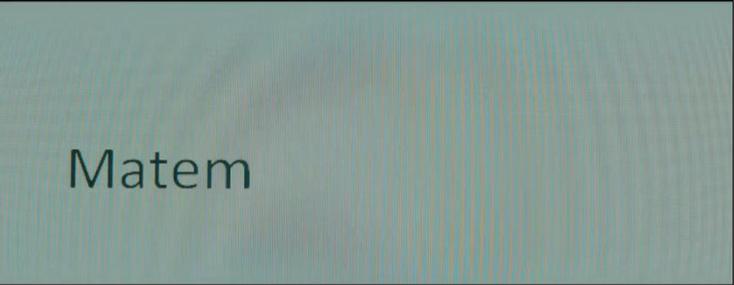
    José del Carmen Pérez Terrones

## Anexo 8: Tomas Contigo Aprendí (Spot 1)

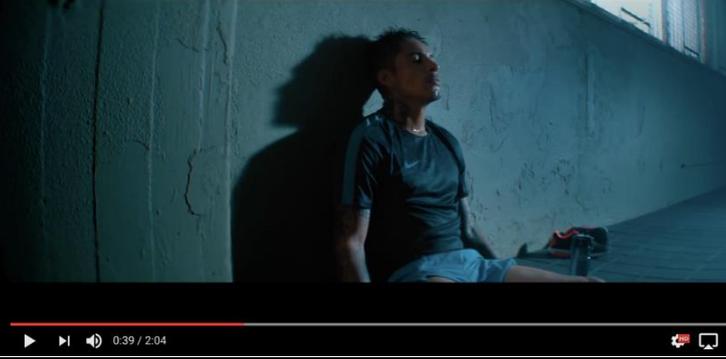
Fuente: Cuadro de elaboración propia

Spot: Contigo Aprendí		
Número de Toma	Descripción	Imagen
1	Paolo entra y avienta su polo	 Contigo Aprendí - BCP A man in a dark room, leaning over a table and throwing a polo mallet. The scene is dimly lit with blue tones. The video player interface shows a progress bar at 0:02 / 2:04.
2	Paolo se coge la cabeza con cara de frustración	 Contigo Aprendí - BCP A man in a dark room, covering his face with his hands in a gesture of frustration. The scene is dimly lit with blue tones. The video player interface shows a progress bar at 0:06 / 2:04.
3	Un joven con la camiseta, con las manos en la cara observando	 Contigo Aprendí - BCP A young man in a white t-shirt, sitting on the ground with his hands on his face, looking distressed. He is surrounded by people in a public setting. The video player interface shows a progress bar at 0:09 / 2:04.

4	Un niño con la cara pintada observando en diagonal hacia arriba	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:10 / 2:04</p>
5	Primerísimo primer plano de los ojos de una mujer semilagrimeando	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:13 / 2:04</p>
6	Periodista: Un hombre (HOM1) ingresando a una oficina	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:15 / 2:04</p>
7	Periodista: HOM1 parado viendo la computadora	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:17 / 2:04</p>

8	<p>Periodista: HOM1 acercándose a la computadora a sentarse</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:20 / 2:04</p>
9	<p>Periodista: Primerísimo primer plano de los dedos de HOM1 en el teclado</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:21 / 2:04</p>
10	<p>Periodista: Pantalla de la computadora &lt;Matemá&gt;</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:24 / 2:04</p>
11	<p>Periodista: Periódicos con el titular &lt;Matemáticamen te aún es posible&gt;</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:25 / 2:04</p>

12	Entrenamiento de Paolo: en la corredora	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:28 / 2:04</p>
13	Entrenamiento de Paolo: haciendo esfuerzo sobre sus piernas	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:30 / 2:04</p>
14	Entrenamiento de Paolo: en una cámara de crioterapia (-60)	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:33 / 2:04</p>
15	Entrenamiento de Paolo: en la corredora de nuevo, se detuvo a respirar	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:34 / 2:04</p>

<p>16</p>	<p>Entrenamiento de Paolo: Paolo hace esfuerzo sobre sus piernas, se nota que le duele</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:37 / 2:04</p>
<p>17</p>	<p>Entrenamiento de Paolo: descansando</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:39 / 2:04</p>
<p>18</p>	<p>Mercado: Un hombre(HOM2) con la camiseta al parecer en el mercado observa junto a otras personas el partido besa en la cabeza a MUJ1</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:40 / 2:04</p>
<p>19</p>	<p>Mercado: HOM2 enfocado mirando el partido</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:43 / 2:04</p>

20	Niño con la mano en el pecho y la camiseta cantando el himno nacional	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:45 / 2:04</p>
21	Dentro de una casa: Más personas cantando el himno nacional	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:46 / 2:04</p>
22	Un viejito (VIE1) de al parecer otra parte del Perú escuchando a travez de su radio el partido.	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:50 / 2:04</p>
23	BAR: Personas en un bar alentando el partido (se observa a un hombre decir en mute “Vamos Perú Carajo”)	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:51 / 2:04</p>

24	Mercado: Mujer (MUJ1) después de persignarse y esperar a que algo suceda en el partido	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:52 / 2:04</p>
25	Gran Plano General del estadio con voces de fondo de hinchas alentando (super OH)	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:54 / 2:04</p>
26	Niños: Entorno de barrio humilde, dos niñas corriendo y abrazándose para celebrar al parecer un gol	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>0:57 / 2:04</p>
27	Niños: Varios niños al parecer entrando al colegio con las camisetas tanto de la selección peruana como de Paolo Guerrero.	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:02 / 2:04</p>

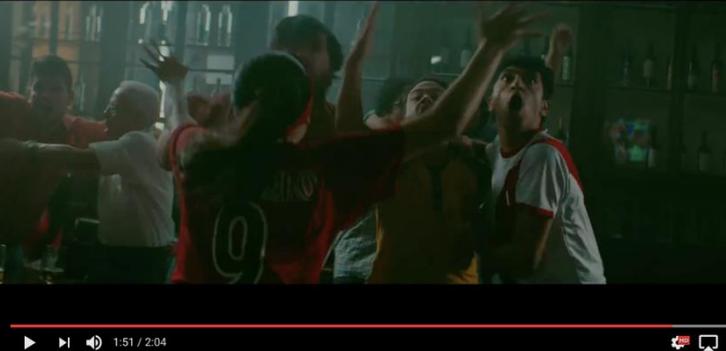
28	Niños: Entorno un barrio humilde niños subiendo las escaleras al parecer yendo a jugar	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:03 / 2:04</p>
29	Niños: Entorno un barrio humilde niños jugando	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:06 / 2:04</p>
30	Niños: Entorno un barrio humilde niños dándose las cinco mientras juegan	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:07 / 2:04</p>
31	Hombre sacando la bandera	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:10 / 2:04</p>

32	Hombre poniendo la bandera desde una “oficina” bastante alta	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:11 / 2:04</p>
33	Tatuador concentrado en lo que hace	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:13 / 2:04</p>
34	Tatuaje de “Te amo Perú” en la espalda de alguien	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:17 / 2:04</p>
35	Bandera en una reja cerca al Estadio Nacional con la frase #ContigoCapitán	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:18 / 2:04</p>

36	Niños: Dos niños celebrando un gol	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:24 / 2:04</p>
37	Primerísimo primer plano de los ojos de un viejito (VIE2)	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:31 / 2:04</p>
38	Ampliación del plano para mostrar lo que observaba VIE2	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:34 / 2:04</p>
39	VIE2 junto a su nieto observando el partido	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:35 / 2:04</p>

40	Ambiente interno en una casa con aspectos asiáticos: Zoom in a un televisor que está con el partido en vivo	
41	BAR: Momento de tensión en el bar mientras observan el partido	
42	Campo de entrenamiento: Paolo colocando el balón en el campo	
43	Campo de entrenamiento: Paolo Guerrero observando hacia su objetivo	

44	VIE1 atento a lo que va a escuchar en su radio	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:42 / 2:04</p>
45	Campo de entrenamiento: Paolo a punto de disparar	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:43 / 2:04</p>
46	Campo de entrenamiento: Primer plano de los ojos de Paolo mirando a su objetivo	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:44 / 2:04</p>
47	Niños atentos esperando y observando	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:45 / 2:04</p>

48	<p>Campo de entrenamiento: Paolo dispara el balón</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:47 / 2:04</p>
49	<p>BAR: Televisor que muestra el gol en el partido real</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:47 / 2:04</p>
50	<p>Dentro de una casa: niños y adultos celebrando</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:49 / 2:04</p>
51	<p>Bar: celebración de los espectadores</p>	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:51 / 2:04</p>

52	Mercado: MUJ1 celebrando mientras se abraza al HOM1	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:53 / 2:04</p>
53	Hombre llorando mientras celebra el gol	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:55 / 2:04</p>
54	Niño dando toques a su balón toma desde los pies Frase: Unidos por un mismo plan	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>1:57 / 2:04</p>
55	Plano General de un niño dando toques a su balón Frases: #ContigoCapitán #ContigoPerú	 <p>Contigo Aprendí - BCP</p> <p>#ContigoCapitán</p> <p>2:01 / 2:04</p>

56	Plano de BCP	
----	--------------	--

### Anexo 9: Tomas Llega más alto (Spot 2)

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Spot: Llega más alto		
Número de Toma	Descripción	Imagen
1	Beto saltando	
2	Cara de Beto respirando	

3	Beto corriendo	
4	Beto amarrando una sogá	
5	Se introduce a la madre de Beto mientras lava ropa	
6	Beto sacando el colchón 1	

7	Beto sacando el colchón 2	
8	Beto de cabeza	
9	Beto avienta el colchón	
10	Beto salta y hace caer el tendedero	

<p>11</p>	<p>Cara de frustración de Beto</p>	
<p>12</p>	<p>Beto dentro de su casa a oscuras viendo la televisión</p>	
<p>13</p>	<p>Madre de Beto lavando de nuevo mientras observa la sogas del tendedero subir</p>	
<p>14</p>	<p>Beto amarrando la sogas y sonriendo a su mamá</p>	

<p>15</p>	<p>Gran plano Genral del lugar donde vive Beto</p>	
<p>16</p>	<p>Madre de Beto recostada observando a su hijo saltar</p>	
<p>17</p>	<p>Mano de la madre sacando una lata de Pura Vida</p>	
<p>18</p>	<p>Beto saltando sin hacer caer el tendedero</p>	

<p>19</p>	<p>Lata Pura Vida sirviendose en taza</p>	
<p>20</p>	<p>Beto tomando dicha taza</p>	
<p>21</p>	<p>Mamá de Beto midiendo a su hijo en la pared</p>	
<p>22</p>	<p>Beto saltando sin hacer caer el tendedero Palabra: hierro</p>	

<p>23</p>	<p>Beto saltando sin hacer caer el tendedero Palabra: zinc</p>	
<p>24</p>	<p>Beto saltando sin hacer caer el tendedero Palabra: vitaminas A y D</p>	
<p>25</p>	<p>Madre de Beto y él abrazándose felices</p>	

## Anexo 10: Fichas de Observación- Contigo Aprendí

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación General					
Nombre de Spot: Contigo Aprendí					
Duración: 2:05 segundos					
Fuente: Youtube BCP					
	Enunciados	Si	No	Transcripción	Interpretación
<b>Componentes</b>					
Historia	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar la historia?	x		Cuenta la historia de Paolo Guerrero, entrena duro y recibe el apoyo de la gente para poder volver a jugar	Paolo Guerrero, un futbolista de la selección peruana, entrena sin descanso para poder superar las dificultades
Relato	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar el relato?	x		Mediante un spot publicitario, se muestran imágenes de la práctica de Paolo antes de volver a jugar.	Mediante musicalidad e imágenes se presenta la lucha de Paolo por volver a jugar.
Narración	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar la narración?	x		La historia se narra de manera audiovisual	La narración de este spot se basa en elementos determinados que colaboran en la influencia hacia el espectador.
<b>Duración (tiempo del spot- tiempo de la historia)</b>					
Con alteración	¿El spot “Contigo Aprendí” presenta una duración con alteración?	x		El video dura 2:05 y muestras varias actividades y en diferentes espacios	Paolo entrenando y dedicandose a lo suyo no dura un par de minutos sino varas semanas por lo que el tiempo del spot con la realidad no concuerdan
Sin alteración	¿El spot “Contigo Aprendí” presenta una duración sin alteración?		x		
<b>Elementos y/o Personajes</b>					
Nivel Extradiegético	¿El spot “Contigo Aprendí” presenta elementos y/o	x		Música cantada, Voz de comentarista deportivo,	La música cantada se titula “Contigo Aprendí” y por medio de frases

	personajes a nivel extradiegético?			hinchas, efecto de sonido “pum” al patear. Frases de la publicidad: Unidos por un mismo plan, #ContigoCapitán, #ContigoPerú	específica concuerda conjuntamente con las imágenes para transmitir un sentimiento de unión y pasión por el fútbol.
Nivel Intradiegético	¿El spot “Contigo Aprendí” presenta elementos y/o personajes a nivel intradiegético?	x		Personajes: Paolo Guerrero, HOM1, HOM2, VIE1; VIE2; MUJ1, periodista, niño del final y público en general Sonidos: Hinchas alentando, Zapatillas que chocan en el banco, Noticia de trasfondo: “no se puede creer lamentablemente”, teclado al escribir, periódicos cayendo al piso, al correr en una corredora, respiración y cadenas de una máquina, timbre de disminución de temperatura, quejido, respiración profunda, reportero deportivo en la TV, hinchas cantando el himno, señal de radio, voces de niños mientras corren, bandera al extenderse, al realizarse un tatuaje, radio de fondo “Gol Gol Gol”, pie de un niño dando toques al balón.	Gracias a los elementos intradiegéticos podemos apreciar que la historia principal está acompañada de varios sucesos que la acompañan a realizarse pero que no afectan directamente al personaje. Más a fondo descubrimos que a pesar de que Paolo Guerrero estuvo en una situación complicada con su salud pudo sobreponerse a todo con el apoyo del público para continuar jugando.
<b>Estructura</b>					
Inicio	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar el inicio?	x		En las dos primeras escenas se nos muestra a un Paolo frustrado dando a entender que algo ha sucedido sin dejar muy en claro el porqué.	EL spot se realiza en el año 2018 cerca a la fecha en que a Paolo no se le dejó jugar los últimos partidos antes de la clasificación lo que se relaciona con el spot al mostrar un poco la frustración del capitán del equipo peruano.
Nudo	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar el nudo?	x		A Paolo se le muestra continuamente entrenando mientras el público a su	Paolo Guerrero en vez de mostrar una imagen negativa, a pesar de

				alrededor no deja de creer en él.	encontrarse triste por no poder jugar, continúa sus entrenamientos bajo la esperanza de poder jugar de nuevo; además de todo el Perú creer en él.
Desenlace	¿En el spot “Contigo Aprendí” se logra identificar el desenlace?	x		Paolo Guerrero se prepara para disparar un gol de entrenamiento mientras las imágenes empalman con el partido en vivo que observa el público en donde el jugador principal de la selección hace un gol.	Como parte final se muestra a Paolo llegando al final de su entrenamiento y el empalme es como regresarnos a una realidad en donde él también está jugando.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación Específica						
Nombre del Spot: Contigo Aprendí- BCP						
Número de secuencia: 1			Número de Tomas: 2 (1 y 2)			
Duración: segundos						
Inicio		Nudo		Desenlace		
		Enunciados		Si	No	Interpretación
<b>1.- TIEMPO</b>						
<b>1.1.- Anacronías</b>						
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?			x		
Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?			x		
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?		x		Se presenta a Paolo Guerrero, un futbolista de la selección peruana, que entra a su camerino renegando por algo que ha sucedido mientras jugaba un partido. Además, se le muestra triste al borde de las lágrimas.	
<b>1.2.- Duración</b>						
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?		x		La duración de ambas es tomas coinciden con el tiempo real. Paolo entrando a su camerino y aventando sus zapatillas contra la banca para mostrar su enojo y luego por medio de su rostro	

				nos muestra el sentimiento de frustración.
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?		x	
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x		Inconscientemente se presenta una gran elipsis debido a que en dos imágenes nos muestran todo el segmento de inicio. El spot inicia con un Paolo ya frustrado por algo que ya sucedió, y basta esas dos escenas para entender a grandes rasgos de lo que tratará la historia
<b>1.3.- Frecuencia</b>				
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?	x		Paolo entrando a su camerino y aventando sus zapatillas (Toma 1) es una acción que apreciamos una sola vez en el relato “spot” y que en la historia en general se sobreentiende es algo que sucede una vez. Señalándolo como una acción o actitud que realizó por algo que acababa de salir mal. Respetando la fórmula 1H-1R
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x		La siguiente toma 2 nos muestra a un Paolo con las manos en la cara casi al borde de las lágrimas por la frustración que trae adentro, es un momento en donde el jugador comparte su decepción por lo sucedido. Sentimiento que a lo largo del video se aprecia constantemente, porque en general es una emoción que no se va de la noche a la mañana sino dura hasta que continúes y hagas algo para cambiarlo. Aquí se respeta la fórmula NH-NR
Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?		x	
Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?		x	
<b>2.- MODO</b>				
<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?	x		En este segmento se nos mostró tanto reacciones del jugador como sus sentimientos desde un punto de vista superior, cómo si alguien nos lo estuviera presentado a nosotros,

				alguien que no sabemos quién es; por lo que se entiende que sea un narrador omnisciente que presenta tanto al personaje principal como al entorno en que se desarrollan los hechos.
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?		x	
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?		x	
<b>3.- VOZ</b>				
<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?		x	
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?	x		El relato no tiene una voz específica que esté contando la historia, sin embargo, la música y las imágenes se convierten en parte de la “VOZ” “NARRADOR” debido a que acompañan a la historia de manera muy acorde a los momentos que se presentan.  Letras de la canción: <Contigo Aprendí que existen nuevas y mejores emociones...>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

<b>Ficha de Observación Específica</b>				
Nombre del Spot: Contigo Aprendí- BCP				
Número de secuencia: 2			Número de Tomas: 36 (3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30; 31; 32; 33; 34; 35; 36; 37; 38)	
Duración: segundos				
<b>Inicio</b>		<b>Nudo</b>	<b>Desenlace</b>	
<b>Enunciados</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Interpretación</b>
<b>1.- TIEMPO</b>				

1.1.- Anacronías			
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?	x	<p>En la toma número 26 se muestra el segmento de “niños” en donde se presentan a niños jugando fútbol, aunque no es claramente una acción evocada del pasado podemos considerarla como tal debido a que los niños juegan desde siempre. No es una acción que se derive de la situación del presente en la historia o que vaya a darse luego de una solución del problema; sino que es algo común. Cabe resaltar que aquí se considera a las tomas 26, 28, 29 y 30</p> <p>Además, la toma número 18 nos muestra a gente reunida en un puesto de mercado observando el televisor por un partido que está iniciando. Deducimos que el partido está iniciando debido a que las personas recién están acomodándose en el lugar y la cámara inicia con presentar a un hombre que recién llega al lugar saludando a su madre. Las siguientes tomas presentan lo mismo, pero en diferentes lugares (bar, desde una casa, desde un lugar de la sierra)</p> <p>Aquí se considera a las tomas 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 y 25</p>
Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?		x
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?	x	<p>Luego de que Paolo entre en escena renegando y frustrado la toma número 3 nos muestra a un joven que continúa en el estadio. Luego un niño al parecer observando desde otro punto (4 y 5) y de noche continúa la historia de estar recibiendo la última noticia que frustró a Guerrero en primer lugar. Más adelante se nos muestra a través de una secuencia (6, 7, 8, 9, 10, 11) lo que continúa de esta problemática por medio de un periodista que está preparando el titular del día siguiente. Dando un salto pero continuando en el tiempo presente, Paolo Guerrero empieza a entrenar en el gimnasio de la</p>

			Federación (12, 13, 14, 15, 16 y 17). Regresamos con el tiempo cuando en la toma número 27 se muestra a unos niños asistiendo a la escuela usando la camiseta de Guerrero “como muestra de apoyo a la situación por la que atraviesa” luego nos volvemos a poner en el tiempo en la toma 31 cuando de diferentes formas las personas van mostrando su apoyo al capitán (tomas 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 y 38)
<b>1.2.- Duración</b>			
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?	x	En su mayoría las tomas son simples muestran actividades en el tiempo real de la historia como del relato y son usadas para mostrar lo que viene sucediendo. Ejemplo: Paolo entrenando el tiempo en la corredora, mientras haces sus ejercicios; aunque estén cortados no hay mucha diferencia. (6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34)
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?	x	Las tomas 3, 4 y 5 muestran momentos después de darse a conocer la situación de Guerrero y nos presentan algunas de las reacciones del público mediante las miradas de un joven, un niño y una señora se logra reconocer que es una situación que afecta en gran medida a los fanáticos. Más adelante en la toma 25 se nos muestra desde afuera del estadio a toda la hinchada gritando en el fondo mientras alientan a la selección como para ubicarnos que ya regresamos al partido y dejamos de lado un momento la situación de Guerrero. Luego en la toma 26 en tiempo pasado mientras varias niñas juegan la escena se muestra algo lenta para apreciar los buenos momentos en que se disfruta el deporte. De ahí damos un salto a la toma 32 en donde un hombre extiende la bandera y casi la misma situación está en la toma 34 en donde también se utiliza el tiempo lento para apreciar la bandera en una rejilla cerca al estadio con la frase

			<p>#ContigoCapitán, una clara muestra de apoyo.</p> <p>Finalmente, en las tomas 36, 37,38 se repiten el patrón de ralentizar la escena real para mostrar con más ahínco el apoyo del público a Guerrero.</p>
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x	<p>La historia presenta varias omisiones que no afectan en la totalidad del producto pero que son notorias, como por ejemplo desde la publicación del titular “Matemáticamente imposible” hasta que inician los entrenamientos de Paolo debe al menos haber pasado un día, algo que en imágenes no se nos muestra directamente. Luego, los cambios de entornos como para llegar al joven que extiende la bandera (31) y más muestras de apoyo hay varios saltos que continúan en el mismo tiempo presente pero que no se explican explícitamente.</p>
<b>1.3.- Frecuencia</b>			
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?	x	<p>Las tomas 6, 7, 8, 9, 10 y 11 muestran una secuencia que la denominé como Periodista, en donde utilizan varias tomas para explicar que un periodista escribe un titular sobre lo acontecido que frustró a Paolo en primer lugar. Desconocemos que otros periodistas hayan hablado mal o bien de lo sucedido, sin embargo, este periodista en particular motiva al público a seguir teniendo fe a través de la frase “Matemáticamente aún es posible” por lo que considero que es esta secuencia muestra más la actitud positiva que quiere influenciar, como es algo específico creo adecuado considerarlo como una vez sucedido en el relato y en la historia. 1R-1H</p>
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x	<p>Esta secuencia de tomas comprende dos grandes bloques una del entrenamiento de Paolo (12, 13, 14, 15, 16 y 17) y los niños en el pasado jugando (26, 28, 29 y 30) ambas actividades son claramente repetidas tanto en la historia como en el spot ya que dentro de la secuencia se nos muestra diferentes versiones o maneras</p>

				de las mismas actividades. Empezando con el entrenamiento de Guerrero, más adelante podremos apreciar (cerca al desenlace) que Paolo continúa en entrenamiento. Por otro lado en el caso de los niños hay una interrupción en la continuidad de las tomas debido a que en la número 27 se muestra otra cosa que interfiere y automáticamente divide la toma 26 de la secuencia niños, por lo que culmina repitiéndose la actividad.
Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?	x		Lo que sucede una vez en la historia y varias veces en el relato se manifiesta en las tomas 3, 4, 5; 27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 y 38 que nos muestran actividades como observación detenida de la situación y el apoyo de diferentes maneras del público hacia el capitán.
Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?	x		Desde la toma 18 hasta la 25 se nos muestra una frecuencia repetitiva debido a que en la historia es el aliento de la hinchada hacia los partidos de la selección peruana; sin embargo en el spot es una actividad que se repite constantemente para darle énfasis a la pasión con la que público participa y siente respecto a los partidos.
<b>2.- MODO</b>				
<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?	x		En esta secuencia de tomas se muestran tanto las emociones del personaje principal como su actividades, además resalta que el narrador nos presenta también las emociones de la hinchada y todos aquellos alrededor de lo que viene sucediendo, entre risas, llantos, frustraciones, dolor, nos presentan las emociones de todos lo que involucra el spot; pero también muestra desde diferentes lugares como se siente el público al respecto.
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?		x	
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?		x	

3.- VOZ			
3.1.- Relación con la historia			
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?		x
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?	x	<p>El relato no tiene una voz específica que esté contando la historia, sin embargo, la música y las imágenes se convierten en parte de la “VOZ” “NARRADOR” debido a que acompañan a la historia de manera muy acorde a los momentos que se presentan.</p> <p>Letras de la canción: &lt;... Contigo aprendí A conocer un mundo nuevo de ilusiones Aprendí Que la semana tiene más de siete días A hacer mayores mis contadas alegrías Y a ser dichoso, yo contigo lo aprendí Contigo aprendí A ver la luz del otro lado de la luna Contigo aprendí Que tu presencia no la cambio por ninguna Aprendí Que puede un beso ser más dulce y más profundo Que puedo irme mañana mismo de este mundo ...&gt;</p>

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación Específica	
Nombre del Spot: Contigo Aprendí- BCP	
Número de secuencia: 3	Número de Tomas: 18 (39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56)
Duración: segundos	
<b>Inicio</b>	<b>Nudo</b>
<b>Desenlace</b>	

	Enunciados	Si	No	Interpretación
<b>1.- TIEMPO</b>				
<b>1.1.- Anacronías</b>				
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?	x		Las tomas 54 y 55 que son presentadas al final nos muestran una evocación del pasado por medio de un niño jugando con su pelota en un barrio criollo solo. Esta simple muestra nos transporta a un Paolo Guerrero pequeño, cuando era niño y soñaba con jugar, debido a que la semejanza, aspecto, entorno en el cual se presenta a este menor es muy parecido al capitán.
Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?	x		Hay un cruce de tomas generales entre el tiempo presente del spot, cuando Guerrero está entrenando y el suceso en el futuro en donde se lleva a cabo el partido de la selección peruana. Con un constante juego de tomas se empalman ambos hechos para emocionar al público espectador que desea que Paolo vuelva a jugar en una final.
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?	x		Las tomas que mantienen la línea de la historia como las 42,43, 45, 46, 48 nos permiten apreciar que la situación real y actual del jugador es que se encuentra en entrenamiento.
<b>1.2.- Duración</b>				
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?	x		En general las tomas 41, 42 48, 49, 50, 51, 52, no muestran una diferencia de tiempo entre lo que realizan y el tiempo real de duración. Ejemplo: la gente aplaudiendo en un bar toma 41 está en el mismo tiempo que el real.
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?	x		La toma 39 ralentiza el tiempo para apreciar la unión de un abuelo con su nieto, muestra además la importancia de un partido para la familia. La toma 40 en donde se aprecia un zoom in al televisor que está pasando el partido nos demuestra el momento tenso que siente la hinchada al ver un partido. El mismo sentimiento se transmite en las tomas 44, y 47. La toma 43, 45, 46 nos muestra a un Paolo concentrado antes de realizar un disparo.

				<p>La toma 53 nos define el sentimiento de orgullo y alegría de un hincha al ver a la selección ganar.</p> <p>Las tomas 54 y 55 nos muestran claramente al recuerdo del capitán de niño, mediante un entorno lento para poder apreciar las características que relacionan al mostrado en imágenes con el real Guerrero.</p>
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x		<p>Entre las tomas se presentan varias omisiones y saltos a pesar de la continuidad del relato, pero en la toma número 56 se observa un claro y definido elipsis debido a que muestra en imágenes la pantalla azul con el logo de BCP que prácticamente aparece de la nada y sin ningún contexto más allá de ser el responsable de la publicidad alejándonos un poco de la historia pero preservando la idea de que como empresa BCP también quiere fomentar el apoyo a Paolo Guerrero y que la hinchada puede confiar en ellos para hacer lo mismo.</p>
<b>1.3.- Frecuencia</b>				
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?	x		<p>Las tomas específicas son mostradas para transmitir emociones como es el caso de el abuelo con su nieto observando la televisión (39), zoom in que se le hace a la TV cuando está dando el partido (40), los niños rezando antes que se pateé (47) el hincha que está tan emocionado que llora al finalizar el partido (53), la mención al suceso Guerrerito jugando con su pelota (54, 55) y el aviso del BCP (56)</p>
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x		<p>Las tomas que se repiten varias veces tanto en el relato como en la historia son utilizadas para recordar al público la importancia de las mismas. En este caso hablamos de los hinchas alentando a la selección (41, 44) o como el entrenamiento de Guerrero (42, 43, 45, 46, 48)</p>
Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?		x	

Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?	x		Las tomas 49 a 52 nos muestran la felicidad en la celebración de los hinchas al ver a la selección anotar un gol, son tomas que se repiten una vez en el relato (es una secuencia continua) pero que en la historia es presentada una vez.
<b>2.- MODO</b>				
<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?	x		Desde una perspectiva general y que conoce absolutamente todo nos muestra el desenlace de esta historia con un final un poco abierto debido a que no sabemos si Paolo se recupera de su lesión y vuelve al equipo debido a que hasta el final se le observa en el campo de entrenamiento; sin embargo se deja abierta la esperanza de que algo muy bueno se le acerca a la selección peruana.
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?		x	
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?		x	
<b>3.- VOZ</b>				
<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?	x		
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?		x	El relato no tiene una voz específica que esté contando la historia, sin embargo, la música y las imágenes se convierten en parte de la “VOZ” “NARRADOR” debido a que acompañan a la historia de manera muy acorde a los momentos que se presentan. Letras de la canción: <... Las cosas buenas ya contigo las viví Y contigo aprendí Que yo nací el día en que te conocí. >

## Anexo 11: Fichas de Observación- Llega Más Alto

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Ficha de Observación General					
Nombre de Spot: Llega Más alto					
Duración: 40 segundos					
Fuente: Youtube Pura Vida					
	Enunciados	Si	No	Transcripción	Interpretación
<b>Componentes</b>					
Historia	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar la historia?	x		Cuenta la historia de Beto, un adolescente que desea llegar a ser atleta de salto alto.	Es una historia con miras a la superación, que desea mostrar que con perseverancia (y un poco de ayuda) se podrá llegar lejos.
Relato	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar el relato?	x		Mediante un spot publicitario, se muestran imágenes de la vida diaria de Beto y cómo practica para lograr su cometido.	Mediante imágenes y sonidos determinados se crea un ambiente de perseverancia que define a la historia de Beto.
Narración	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar la narración?	x		La historia se narra de manera audiovisual	La narración de este spot se basa en elementos determinados que colaboran en la influencia hacia el espectador.
<b>Duración (tiempo del spot- tiempo de la historia)</b>					
Con alteración	¿El spot “Llega Más alto” presenta una duración con alteración?	x		En 40 segundos se presenta la historia de superación de un adolescente.	Una atleta requiere de mucha práctica si desea mejorar, a diferencia del spot que nos lo refleja en 40 segundos.
Sin alteración	¿El spot “Llega Más alto” presenta una duración sin alteración?		x		
<b>Elementos y/o Personajes</b>					
Nivel Extradiegético	¿El spot “Llega Más alto” presenta elementos y/o	x		Música de acompañamiento, voz en off, la marca de la	Diversos elementos a nivel extradiegético permiten completar e

	personajes a nivel extradiegético?			publicidad (Pura Vida), eslogan de la publicidad (buena nutrición a buen precio), palabras que acompañan el spot (Hierro, Zinc, vitaminas A y D)	influnciar de manera sensible al público para recordarles que no es una historia cualquiera sino también una publicidad.
Nivel Intradiegético	¿El spot “Llega Más alto” presenta elementos y/o personajes a nivel intradiegético?	x		Personajes: Beto, la mamá de Beto, la leche Pura Vida. Sonidos: saltos de Beto, Beto corriendo, amarrando una sogá, la ropa que deja el agua, destendiendo la cama, aventando el colchón, cuando cae de espaldas, quejido, público en la televisión, sogá del tendadero, río (sonido ambiente) lata al vaciarse.	Es una historia de perseverancia con tendencia a la superación que se basa en un adolescente (Beto) y su deseo de llegar a ser un atleta de salto alto; que además cuenta con el apoyo de su madre y Pura Vida para reforzar el largo camino que tiene por delante.
<b>Estructura</b>					
Inicio	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar el inicio?	x		Se presenta al personaje principal diegético y su deseo de llegar a ser un atleta de salto largo	Beto inicia en el relato como un adolescente que no deja que su ambiente influya en sus deseos, utiliza un colchón para practicar salto largo.
Nudo	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar el nudo?	x		Se observa a un adolescente practicando con constancia el deporte.	El adolescente muestra deseos de superación mediante sus constantes prácticas a pesar que no le resulten del todo bien y no cuenta con el material apropiado.
Desenlace	¿En el spot “Llega Más alto” se logra identificar el desenlace?	x		Se observa a la madre de Beto, la leche Pura Vida y a Beto unidos.	Como desenlace se muestra a Beto, su madre y a la lata Pura Vida transmitiendo un entorno feliz y de ganas de superación.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

<b>Ficha de Observación Específica</b>	
Nombre del Spot: Llega Más alto - Pura Vida	
Número de secuencia: 1	Número de Tomas: 4 (1,2,3 y 4)

Duración: 06 segundos				
Inicio		Nudo		Desenlace
		Enunciados	Si	No
<b>1.- TIEMPO</b>				
<b>1.1.- Anacronías</b>				
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?		x	
Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?		x	
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?	x		Se presenta a Beto, un adolescente, que al parecer le gusta el deporte puesto a que se lo presenta practicando.
<b>1.2.- Duración</b>				
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?	x		Las actividades que realiza Beto como saltar, exhalar, correr y amarrar la soga son iguales en duración con la historia que como se presentan en el relato por lo que podemos interpretar que son tomas que muestran una igualdad de tiempo entre ambas y por eso las llamamos escenas simples (hay 4)
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?		x	
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x		En las primeras dos tomas se presenta a Beto con una ropa diferente al resto de las otras dos tomas siguientes, por lo que se deduce que suceden en días o momentos distintos; sin embargo no hay una toma que explique o demuestre tal cambio por lo que se encontró una omisión entre ellas.
<b>1.3.- Frecuencia</b>				
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?		x	
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x		Las tomas 1(Saltando) y 4(Amarrando una soga) se presenta una Frecuencia Singulativa Anafórica debido a que en el relato se presentan varias veces y en la historia final para que un deportista de salto alto mejore debe realizar dichas actividades varias veces; por lo que podemos asegurar que se repitan

				en la Historia también respetando el lineamiento de Genette con (NR-NH)
Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?	x		Por otro lado, las tomas 2(Exhalando) y 3(Corriendo) presentan una Frecuencia Iterativa debido a que solo se muestran una vez en el relato mientras que en la historia final son actividades que el deportista debe realizar con frecuencia por lo que se respeta lo dicho por Genette de (1R-NH)
Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?		x	
<b>2.- MODO</b>				
<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?		x	
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?		x	
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?	x		Las cuatro tomas identificadas en esta secuencia son para mostrar a Beto, lo que él hace; si bien es cierto de fondo se escucha a alguien hablando sobre él, al final la historia que se nos presenta tiene a Beto como la persona que aparece ante el público.
<b>3.- VOZ</b>				
<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?		x	
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?	x		El relato e incluso podemos decir que la narración (la presentación de Beto) está contada bajo de una mujer que no aparece en la pantalla.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

<b>Ficha de Observación Específica</b>	
Nombre del Spot: Llega Más alto - Pura Vida	
Número de secuencia: 2	Número de Tomas: 8 (5,6,7,8,9,10,11 y 12)

Duración: 11 segundos				
Inicio		Nudo		Desenlace
		Enunciados	Si	No
<b>1.- TIEMPO</b>				
<b>1.1.- Anacronías</b>				
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?	x		Si bien es cierto la toma 5 (donde se introduce a la madre) continúa con la historia las siguientes tomas 6, 7, 9,10 y 11 suceden en el pasado descontinuando el relato; para explicarlo mejor Beto aparece con la misma ropa que aparece en tomas muy anteriores luego de haberse presentado al público con ropa diferente (que se traduce en el presente del relato. Además podemos observar que la toma 8 (Beto de cabeza) sucede incluso en una escena anterior a las escenas anteriores de las que ya hemos hablado. Finalmente la toma 12 (Beto viendo la televisión) es la que continúa con la historia convirtiéndose en el nuevo presente del relato.
Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?		x	
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?	x		La toma 5 que es donde se introduce a la madre de Beto, nos ubica en el tiempo presente de la historia en donde debería continuar la historia y que no presenta ninguna alteración del tiempo.
<b>1.2.- Duración</b>				
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?	x		Las actividades que realiza Beto y la madre muestran una duración real que son iguales en relación con la historia que como se presentan en el relato por lo que las llamamos escenas simples (hay 8)
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?	x		Las tomas 5 (madre de Beto lavando y levantando la mirada) y 8 (Beto de cabeza) si bien es cierto no son ralentizadas muestran una pausa del relato al detenerse por segundos a contar algo mínimo como por ejemplo la madre de Beto levantando la mirada

			y sonriendo mientras “suponemos” observa a su hijo, por otro lado Beto de cabeza nos deja apreciar por segundos el entorno en el que se encuentra.
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x	Luego de las analepsis presentadas en el relato luego de haber regresado al pasado) el relato regresa con Beto sentado frente al televisor mientras observa a un deportista de salto alto con un ambiente oscuro por estar dentro de la casa, suficiente evidencia de que no se regresó con la madre de Beto quién en esta secuencia iniciaba el relato lavando la ropa.
<b>1.3.- Frecuencia</b>			
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?	x	Las tomas 11(close up de la cara frustrada de Beto) y 12 (Beto viendo TV) se muestran una vez en el relato y una vez en la historia general, partiendo del punto que son actividades específicas presentadas en la historia del spot. Suponemos que la frustración que Beto sienta no ha de ser cosa de una sola vez; sin embargo respetando el marco de la historia que nos presenta es una actitud que no es repetitiva a comparación de por ejemplo entrenar.
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x	Las tomas 5 (madre de Beto lavando), 6 y 7(Beto desentendiendo la cama) y 10 (Beto saltando) presentan una frecuencia más imponente en tanto la historia como en el relato debido a que el spot se enfoca en mostrarnos la perseverancia por lo tanto Beto desentendiendo la cama es una actitud que podemos entender como repetitiva; por su parte la madre lavando es algo que espontáneamente sacamos del video debido a que Beto siempre salta ahí (toma 7) y siempre hay ropa diferente por lo que en conclusión destacamos que la madre de Beto lava ropa constantemente.
Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?	x	Las tomas 8 (Beto de cabeza) y 9 (Beto aventando el colchón) son actitudes que como el spot se enfoca en mostrar de lado positivo podemos entender que son actitudes que Beto repite constantemente. La diferencia con las

				otras actividades que Beto realiza repetidamente es que en el relato nos muestran solo una vez como es que Beto se encarga de hacer tales cosas para que el público entienda como es que lo hace.
Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?		x	
<b>2.- MODO</b>				
<b>2.1 Focalización</b>				
No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?		x	Las tomas 8 (Beto de cabeza) y 9(Beto aventando el colchón desde el segundo piso) nos dejan ver más allá que solo actividades que está realizando Beto, ya que nos permiten apreciar el entorno en el que se encuentra como por ejemplo la naturaleza a su alrededor o lo rústico y humilde que es su casa.
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?		x	Las tomas 6 y 7 nos muestran a Beto destendiendo su cama moviendo el colchón, son meramente actividades que el personaje está realizando sin dejarnos más allá que suposiciones. Por us parte la toma 10 Beto saltando es otra actividad que vamos entendiendo Beto realiza seguido pero no sobrepasa la línea de ser algo más. Finalmente la toma 12 Beto sentado mientras ve la televisión nos permite observarlo realizar una actividad que nos deja de nuevo con suposiciones sin llegar a ser algo certero.
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?		x	La toma 5 nos muestra a la madre de Beto lavando la ropa mientras levanta la mirada y sonrío dejándonos intuir que mirando a su hijo; ya que la historia gira en torno a él. Esta toma nos transmite una clara emoción de felicidad, complicidad e incluso gracia hacia lo que Beto realiza. Por su parte la toma 11 un close up de la cara de Beto frustrado nos permite entender como se siente él en ese momento, acaba de fallar el salto alto en práctica y está frustrado por tal razón.
<b>3.- VOZ</b>				

<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?		<b>x</b>	
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?	<b>x</b>		Al momento el relato ya nos presenta que no es una mujer cualquiera la que narra la historia sino nos deja intuir de apocos que se trataría de la madre de Beto.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

<b>Ficha de Observación Específica</b>				
Nombre del Spot: Llega Más alto - Pura Vida				
Número de secuencia: 3			Número de Tomas: 13 (13, 14, 15, 16, 17,18 ,19, 20 ,21 ,22 ,23 ,24 y 25)	
Duración: 23 segundos				
<b>Inicio</b>		<b>Nudo</b>		<b>Desenlace</b>
<b>Enunciados</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>1.- TIEMPO</b>				
<b>1.1.- Anacronías</b>				
Analepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan analepsis?	<b>x</b>		Las tomas 13, 14 y 15 muestran a Beto utilizando el mismo short azul con rayas a los costados y el bividi turquesa que utilizó por última vez en la toma número 11 por lo que se ha regresado en el tiempo para explicar que desde esa parte Beto quién había fallado al saltar no se iba a rendir, puesto a que en esas tomas (13, 14 y 15) Beto sale sonriendo y volviendo a armar la soga del tendedero que utiliza para practicar. Por su parte la toma 22 de Beto saltando regresa a la toma 14 en donde Beto utilizaba la misma ropa y recién se recomponía al saltar bien. Finalmente la toma 19 en donde se está sirviendo la leche Pura Vida en una taza es la continuación de la toma 17 en donde se cogía recién la leche Pura Vida del estante.

Prolepsis	¿Esta secuencia de tomas presentan prolepsis?	x	La toma 21 en donde la madre de Beto lo está midiendo en la pared es una escena de prolepsis puesto a que en la toma 25 tanto la madre como Beto están utilizando la misma ropa y sonriendo; viendo esto intuimos que esta toma se presentó como un adelanto de lo que se iba a presentar al final.
No distorsión	¿Esta secuencia de tomas no presentan distorsiones de tiempo?	x	Las tomas 16 (Madre recostada observando a Beto), 17 (mano cogiendo la lata de leche Pura Vida), 18 (Beto saltando sin fallar), 20 (Beto bebiendo la leche servida), 23 (Beto saltando) 24 (Beto saltando) y 25 (Beto con su mamá sonriendo al final) son escenas que continúan con el desarrollo de la historia sin distorsiones de tiempo más que presentar el presente.
<b>1.2.- Duración</b>			
Escena Simple	¿Esta secuencia de tomas son simples?	x	Las tomas 14 (Beto amarrando la soga), 17 (cogiendo la lata de la leche Pura Vida), 19 (Sirviendo la leche Pura Vida), 20 (Beto tomando la leche), 21 (Madre de Beto midiendolo en la pared); 22, 23, 24 donde Beto salta y 25 donde Beto y su madre se abrazan nos muestran duraciones simples sin rasgo de modificación con la velocidad real de dichas actividades.
Pausa Descriptiva	¿Esta secuencia presenta pausas descriptivas?	x	La toma 13 en donde la madre de Beto observa la soga del tendedero subir y sonrío en dirección a Beto nos muestra una duración real a comparación con la vida real pero nos permite apreciar por unos segundos claros la mirada y sonrisa dirigidas hacia su hijo por lo que es considerado una pausa descriptiva. Por su parte la toma 15 en donde se muestra el paisaje y al fondo un Beto corriendo y saltando nos deja apreciar a mayor escala el lugar en el cual vive Beto, nos presenta más allá de solo la casa o el barrio. Más adelante en la toma 16 apreciamos por unos segundos como la madre de Beto observa a su hijo practicar mientras que está recostada y probablemente pensando en que puede hacer por él.

			Finalmente, en la toma 18 se nos presenta a Beto quién por primera vez logra saltar de manera correcta sin fallar y para eso hay un pequeño cambio en la velocidad que nos deja apreciar el acontecimiento.
Elipsis	¿Esta secuencia de tomas presenta elipsis?	x	Desde la toma 12 donde Beto veía la televisión regresamos recién en la toma 16 con la madre de Beto observando a su hijo saltar; viendo como se ha omitido la explicación de cómo se llegó hasta ahí podemos decir que hay elipsis en estas secuencias de tomas.
<b>1.3.- Frecuencia</b>			
Singulativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa?	x	La toma 15 nos muestra el lugar en donde vive Beto pero más allá de solo la casa o donde practica a gran escala, sin embargo solo es presentado en el relato 1 vez mientras que en la historia entendemos que también se debe mencionar una sola vez, además guiándonos de la voz utilizado en ese momento especifica que “viven a más de tres mil metros”. Por su parte la toma 25 donde se nos muestra el abrazo final entre Beto y su madre al ser el cierre de la historia entendemos que sucede una vez mientras que en el relato también está presentada una sola vez. Ambas tomas respetan entonces la fórmula de 1R-1H
Singulativo Anafórico	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia singulativa anafórica?	x	La toma 13 nos muestra a la madre de Beto frente al tendedero, la toma 14 Beto amarrando la soga del tendedero son actividades que el relato ya nos había mostrado anteriormente y que podemos entender en la historia general se repite varias veces. Lo mismo sucede con la toma 16 en donde la madre de Beto observa a su hijo saltar, aclarando que en las tomas 18, 22, 23 y 24 Beto está saltando continuamente; entendemos que es una actividad tan evidente que su madre lo ha visto un par de veces. Todas estas tomas respetan la fórmula del Singulativo anafórico NR-NH

Iterativo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia iterativa?	x	La toma 21 en donde la madre de Beto mide a su hijo en la pared se presenta una sola vez en el relato sin embargo si nos fijamos detenidamente en la pared apreciamos las marcas de varias medidas por lo que definitivamente podemos asegurar que es una actividad que ha sido varias veces realizada en la historia general a diferencia del relato. Respetando así la fórmula 1R-NH
Repetitivo	¿Esta secuencia de tomas presenta una frecuencia repetitiva?	x	El relato o spot pretende darnos a conocer al ayudante de Beto y su madre en este sueño del adolescente, que es la leche Pura Vida. Asimismo, se aprecia la presencia de este ayudante en tres oportunidades en el relato: las tomas 17, 19 y 20 en donde se coge la lata, se sirve el contenido y Beto la bebe; mientras que en la historia general se menciona a la leche Pura Vida una vez.

## 2.- MODO

### 2.1 Focalización

No Focalizado	¿Esta secuencia de tomas presenta modo no focalizado?	x	En la toma 15 se presenta en lugar donde reside Beto más allá de mostrar la casa muestra el paisaje alrededor de la zona, algo que solo una imagen omnisciente nos podría dar a conocer.
Focalización Externa	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización externa?	x	La toma 16 donde la madre de Beto observando a su hijo saltar, la toma 17 donde se coge la leche Pura Vida, la toma 18 y 23 donde Beto salta, la toma 19 donde se sirve la leche, toma 20 donde Beto toma la leche, son actividades que Beto y su madre realizan sin poder mostrarnos como se sienten al hacerlo.
Focalización Interna	¿Esta secuencia de tomas presenta modo de focalización interna?	x	Las tomas 13 y 24 donde la madre de Beto observa como Beto levanta la soga del tendedero y ambos sonríen demuestra una complicidad madre e hijo en donde Beto demuestra sus ganas de seguir practicando y su madre que está orgullosa de él. Más adelante en la toma 21 la madre de Beto está midiendo en la pared a su hijo dejando entre ver entre sonrisas lo rápido que está creciendo, aquí se deja a libre

				albedrío la influencia de la leche Pura Vida en tal suceso. Luego en las tomas 22 y 24, se observa a Beto saltando y en su rostro se demuestra el esfuerzo que le cuesta para realizar tal salto de manera adecuada. Finalmente, en la toma 25 se muestra a un Beto feliz esperando a su madre quien entra a escena como si se fuera a tomar una fotografía con su hijo, a la vez ambos personajes sonrían y se dan un abrazo final.
<b>3.- VOZ</b>				
<b>3.1.- Relación con la historia</b>				
Homodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz homodiegética?		<b>x</b>	Desde la toma 15 en donde se presenta el lugar donde vive Beto podemos asegurar que la voz es de la madre debido a que ella menciona la palabra “vivimos” y dado que es un producto dirigido a madres en su mayoría terminamos de definir la identidad de la VOZ.
Heterodiegético	¿Esta secuencia de tomas presenta una voz heterodiegética?		<b>x</b>	

## Anexo 12: Ampliación de Resultados

<b>Duración General</b>
Ambos spots presentan una alteración de la duración general del tiempo ya que las historias de recuperación de lesión (Spot 1) y de prácticas para ser mejor en un deporte (Spot 2) demoran mucho más que lo que en videos se nos muestra como son 2:05 y 40 segundos; por lo que rescatamos que en ambos casos se utiliza al máximo el tiempo en pantalla para proyectar dos historias que quieren ganarse la empatía del público. Además, resalta que en el caso del spot1 se le da importancia tanto a la presencia de Paolo Guerrero como también la de los hinchas; quienes son los que más aparecen en escena. Por otro lado, en el caso de “Llega más alto” se le da importancia a las escenas en donde Beto está entrenando (desde ejercicios hasta prácticas, e incluso su madre observándolo al realizar dichas prácticas)

Fuente: Cuadro de elaboración propia

## Elementos y personajes

Para iniciar la explicación de los niveles intradiegético y extradiegético debemos recordar que según Genette estos son espacios que se pueden identificar directamente en el relato ya que el spot que vemos forma parte clara de la diégesis o mejor dicho el mundo subjetivo dentro del relato: lo que llamamos intradiegético; mientras que el mundo subjetivo que no visualizamos directamente pero que es parte del relato se convertirá en el nivel extradiegético. (García, 2005, p. 1)

En el caso del Spot 1 a **nivel Extradiegético** podemos apreciar en principio la música cantada que acompaña el video, también encontramos sonidos que no están netamente en la publicidad como la voz del comentarista en el minuto 01:48 en donde indirectamente se le hace un homenaje al reportero deportivo Daniel Peredo, quién en fechas cercanas (19 de febrero 2018) a la publicidad (abril del mismo año) también había fallecido. Finalmente, en una muestra más clara de elementos que están fuera de la historia, pero dentro del relato encontramos las frases #ContigoCapitán y #ContigoPerú que se presentan en la Toma Número 55\* (\*Ver anexo número 8) que sirven para ubicarnos en el tiempo real de la historia y que además nos recalcan el centro de la publicidad que es el apoyo a Paolo Guerrero (que atravesaba un mal momento). Con esta pista inconsciente o consiente del productor del spot publicitario podemos identificar la importancia de la hipertextualidad, que también propone Genette, ya que todo lo que conocemos es en base a un trabajo anterior (Domerc, 1969, p. 118)

Por otro lado, en el Spot 2 en el mismo nivel encontramos a música netamente de acompañamiento, la voz en off de la madre de Beto quien al principio no se identifica a quién pertenece; y lo más notorio son las palabras utilizadas en el spot que no pertenecen directamente a la historia que aparecieron en las tomas 22\*, 23\*, 24\* e incluso en la toma 25\*, solo que en esta se agrega a uno de los personajes participantes de la historia que es la lata de Pura Vida como tal. (\*Ver anexo número 09)

Frases como vitamina C y D; entre otras; son utilizadas para recalcar los magníficos componentes que tiene la fórmula Pura Vida y que es saludable para el consumo a pesar de no estar compuesta íntegramente de leche de vaca. Dichas frases son utilizadas como parte de la estrategia del convencimiento que se quiere aplicar al público.

Beto también forma parte importante de esta estrategia de persuasión ya que su rostro es mostrado cuando consume Pura Vida; y muchas veces la demostración de sabrosura que disfruta una persona influye en gran parte en otras personas que al final provoca la compra del producto. Se han hecho múltiples estudios que lo demuestran como, por ejemplo, el aplicado por Plassmann, H. et al (2008), en donde con un grupo de personas se identifica el sabor de los que consumen (líquidos) para ver el grado de implicancia en una decisión de compra a posteriori.

Cambiando de niveles a lo que está dentro de la historia “**Intradiegético**”, lo más resaltante son los personajes que hacen que la historia se desarrolle como tal. Así podemos apreciar a Paolo Guerrero y una serie de hinchas que conforman el Spot 1, mientras que Beto, su madre y la lata Pura Vida conforman el Spot 2.

Cabe resaltar que con intradieético nos referimos a todo lo que el público puede ver directamente en el spot; por lo que también debemos mencionar que en “Contigo Aprendí”; BCP no se manifiesta como un personaje hasta el final en donde sí aparece dando a entender que forma parte del apoyo al jugador tan querido por la nación. Toma 56\* (Anexo número 8). En la toma 55 se observan las frases “Contigo Capitán”, “Contigo Perú” y luego cambia a “Contigo BCP” y el fondo se torna azul pasándose a la toma 56; podría considerarse como una transición o continuación de tomas pero si nos enfocamos un poco más profundo se destaca que la continuación de la palabra “Contigo” nos permite involucrar a BCP como un hincha más de Paolo Guerrero e incluso del Perú mismo (haciendo referencia a los hinchas peruanos) porque es el fin de la publicidad, mostrar que BCP es empático con toda la problemática y está de parte al igual que la mayoría de peruanos del jugador.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

## **1. Anacronías**

Las Anacronías en el spot 1 se presentan hacia el pasado, lo que llamamos analepsis

Al inicio del relato se presenta a Paolo Guerrero un futbolista de la selección peruana, que entra a su camerino renegando por algo que ha sucedido mientras jugaba un partido; sin embargo, esto no forma parte del inicio de la historia debido a que como observamos en el cuadro de arriba el orden de la historia empezaría con la toma 26 y el segmento de “niños” (niños jugando fútbol), aunque no es claramente una acción evocada del pasado podemos considerarla como tal debido a que los niños juegan desde siempre. No es una acción que se derive de la situación del presente en la historia y/relato o que vaya a darse luego de una solución del problema; sino que es algo común. Y continúa en ese tiempo pasado con la toma 28, 29 y 30 que también trata de niños. Para luego incorporar a una evocación de Paolo de pequeño jugando con su balón. (54, 55)

Hasta aquí hemos comentado la parte de la historia que involucra a dos segmentos, el segmento niños y el del Paolo pequeño; sin embargo, he separado la imagen de arriba para explicar que la Analepsis presentada tiene dentro más divisiones

Esto en el relato va ordenado así

**T18 – T19 - T20 – T21 – T22 – T23 – T24 – T25 -T26 – T28 - T29 – T30- – T39 – T40 - T41– T44  
-- T47 –T49 – T50 – T51 – T52- T54 – T55**

Sin embargo, en la historia va así:

**T26 – T28 - T29 – T30 - T54 – T55 - T18 – T19 - T20 – T21 – T22 – T23 – T24 – T25 – T39 – T40  
- T41– T44 -- T47 –T49 – T50 – T51 – T52**

Debería ser el orden de la historia igual al del relato, por supuesto que no, eso depende de cómo se quiera presentar al público.

La historia continúa con la toma 18 en donde empiezan los hinchas a apreciar el partido de Perú Colombia (2017) y continúa con más hinchas y el desarrollo del partido.

Ya después la historia mantiene el tiempo presente que es Guerrero entrenando a pesar de estar impedido de jugar.

Quiero aclarar la importancia del cambio de orden en este relato, debido a que no es solo desordenar las tomas y ponerlas como desee, sino que sirven como estrategia para ver en qué momento se llega al clímax juntando la musicalidad, las tomas, el suceso en sí que se quiere mostrar. Por ejemplo, en Contigo Aprendí la toma con ese clímax es la 49 debido a que ahí se muestra el gol que Guerrero marcó cuando todavía estaba autorizado para jugar en el partido Perú Colombia (2017), momento clave en donde el fallecido periodista Daniel Peredo narra el gol y nos permite ubicarnos en el tiempo real.

Por otro lado, en el spot 2 “Llega más alto” podemos apreciar que presenta tanto Analepsis como anacronías debido a que en momentos la historia de Beto entrenando es contada utilizando tomas que nos hacen retroceder en la historia, pero que también nos hacen avanzar. Ejemplo: El relato inicia con Beto entrenando luego interactúa con su madre y va desarrollándose la historia sin embargo con la Toma 8 nos regresan a cuando Beto entrenaba ¿por qué? Debido a que nos quieren explicar lo que sucede; en este caso influye bastante que la narración menciona “cuando algo se le mete en la cabeza, no se lo saca nadie” y la toma nos muestra un Beto de cabeza haciendo fuerza en los brazos (entrenando) que a simple vista no parece un regreso en la historia, pero aquí es donde entran factores como la ropa que utiliza Beto; que a la larga es como se nos permite situarnos en las diferentes distorsiones de tiempo que se puedan presentar.

Tal y como presenté en el spot anterior en Pura Vida la toma que nos presenta ese clímax sería la número 18; ya que es donde Beto logra por fin saltar el tendadero con el que practica sin hacerlo caer. Además, junta la frase “quiere llegar aún más alto” justo después de que Beto logra su cometido y presenta un juego de tomas con Pura Vida en donde se deja entender que Beto logrará sus sueños con el apoyo de su mamá y Pura Vida.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

## 2. Duración

La diferencia con la duración general del spot, es que esta categoría en específicos puede dividirse de la siguiente manera Escena simple, Pausa Descriptiva y Elipsis. En ambos spots las que más destacan son las pausas descriptivas; ya que con escena simple calificamos todas aquellas que no presentan modificaciones y con elipsis nos referimos a aquellas que dejan un hueco entre toma y toma que se sobreentiende, pero no se logra visualizar específicamente. Por lo que nos enfocaremos en las pausas descriptivas:

En el spot 1, Las tomas 3, 4 y 5 muestran momentos después de darse a conocer la situación de Guerrero y nos presentan algunas de las reacciones del público mediante las miradas de un joven, un niño y una señora se logra reconocer que es una situación que afecta en gran medida a los fanáticos. Más adelante en la toma 25 se nos muestra desde afuera del estadio a toda la hinchada gritando en el fondo mientras alientan a la selección como para ubicarnos que ya regresamos al partido y dejamos de lado un momento la situación de Guerrero. Luego en la toma 26 en tiempo pasado mientras varios niños juegan la escena se muestra algo lenta para apreciar los buenos momentos en que se disfruta el deporte. De ahí damos un salto a la toma 32 en donde un hombre extiende la bandera y casi la misma situación está en la toma 34 en donde también se utiliza el tiempo lento para apreciar la bandera en una rejilla cerca al estadio con la frase #ContigoCapitán, una clara muestra de apoyo.

Finalmente, en las tomas 36, 37,38 se repiten el patrón de ralentizar la escena real para mostrar con más ahínco el apoyo del público a Guerrero.

De la misma manera observamos que en la toma 39 se ralentiza el tiempo para apreciar la unión de un abuelo con su nieto, muestra además la importancia de un partido para la familia.

La toma 40 en donde se aprecia un zoom in al televisor que está pasando el partido nos demuestra el momento tenso que siente la hinchada al ver un partido. El mismo sentimiento se transmite en las tomas 44, y 47.

La toma 43, 45, 46 nos muestra a un Paolo concentrado antes de realizar un disparo.

La toma 53 nos define el sentimiento de orgullo y alegría de un hincha al ver a la selección ganar.

Las tomas 54 y 55 nos muestran claramente al recuerdo del capitán de niño, mediante un entorno lento para poder apreciar las características que relacionan al mostrado en imágenes con el real Guerrero.

Por otro lado, en el spot 2 las tomas 5 (madre de Beto lavando y levantando la mirada) y 8 (Beto de cabeza) si bien es cierto no son ralentizadas al extremo, muestran una pausa del relato al detenerse por segundos a contar algo mínimo como por ejemplo la madre de Beto levantando la mirada y sonriendo mientras observa a su hijo, por otro lado, Beto de cabeza nos deja apreciar por segundos el entorno en el que se encuentra.

Más adelante, la toma 13 en donde la madre de Beto observa la soga del tendedero subir y sonrío en dirección a Beto nos muestra una duración real a comparación con la vida real, pero nos permite apreciar por unos segundos claros la mirada y sonrisa dirigidas hacia su hijo por lo que es considerado una pausa descriptiva. Por su parte la toma 15 en donde se muestra el paisaje y al fondo un Beto corriendo y saltando nos deja apreciar a mayor escala el lugar en el cual vive Beto, nos presenta más allá de solo la casa o el barrio.

Más adelante en la toma 16 apreciamos por unos segundos como la madre de Beto observa a su hijo practicar mientras que está recostada y probablemente pensando en que puede hacer por él.

Finalmente, en la toma 18 se nos presenta a Beto quién por primera vez logra saltar de manera correcta sin fallar y para eso hay un pequeño cambio en la velocidad que nos deja apreciar el acontecimiento.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

### **3. Frecuencias**

Las frecuencias son divididas en Singulativo, Singulativo Anafórico, Iterativo y Repetitivo y son utilizadas para apreciar en que cantidad se repiten las tomas e identificar el fin de dicha repetición. Además, nos permite identificar a mayor profundidad la relación de las tomas mostradas tanto en la historia como en el relato, ya que se identificó que tomas son las más relevantes para agradar al público y de esa manera transmitirles la historia sin que se preste a confusiones.

Por ejemplo, para Contigo Aprendí, dejando de lado las tomas singulativas que son las que salieron 1 vez en el relato y una vez en la historia, se destacaron las de Paolo Guerrero seguido de los hinchas que lo alientan constantemente, sea en el tiempo del relato presente o pasado, los hinchas son presentados bastantes veces; y es por como indique anteriormente nos destacan la pasión de todos los personajes.

En el caso del Spot 2 identifique que las tomas más mostradas destacan el entrenamiento con perseverancia que manifiesta Beto, sus ganas de seguir adelante a pesar de lo que pueda presentarse a su alrededor; recordemos que Beto es un adolescente con bajos recursos que entrena por su cuenta y aun así no planea rendirse.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

#### **4. Focalización**

La focalización nos permite apreciar en base a que perspectiva está contada el relato. Quiero iniciar por el spot 2 debido a que puede presentarse una confusión con la narración que está hecha por la madre de Beto; por eso para aclarar la diferencia explicare lo siguiente: dejando de lado la voz en off que se presenta en determinadas tomas se aprecia a Beto esforzándose, sonriendo, frustrado y ese tipo de emociones nos lo muestra el personaje mismo; es por eso que se logra identificar que la focalización viene a ser interna, pero del personaje principal. Más adelante hay tomas en donde la madre de Beto es quien habla y aparece ante escena a la vez y netamente en dichos casos se considera una focalización interna de personaje secundario (que no es Beto) ejemplo la toma número 16 que nos muestra a una madre de Beto recostada observando a lo lejos a su hijo; toma en donde nos hace sentir las ganas de una madre para apoyar el sueño de su hijo de la manera más accesible que tenga, esta sensación evoluciona en un madre dándole a su hijo Pura Vida que es en lo que ella confía.

En el caso del spot 1, Contigo Aprendí presenta en su mayoría sin focalización o lo que por otros autores llamaríamos omnisciente, hay varios momentos en donde lo importante no son las emociones de algún personaje particular sino de todo un conjunto de personajes como por ejemplo: las tomas de los niños jugando, o de los hinchas alentando el partido Perú Colombia (que recordemos está en tiempo pasado del relato) nos muestran emociones si, sonrisas, pasión pero de manera general como si fuera alguien que conoce el entorno al máximo es por esto que resalta dicho tipo de focalización. Sin embargo, por partes también se logra apreciar la focalización interna ya que Paolo Guerrero durante su entrenamiento nos deja ver que se siente frustrado, lastimado y nos transmite limpiamente sin la necesidad de que alguien más nos explique.

Fuente: Cuadro de elaboración propia

## 5. Relación con la historia

La voz se identifica en la relación de la narración con el relato ya que es presentado en el relato, pero a través de la narración. Tengo que resaltar que en otras investigaciones se consideran más componentes a la hora de analizar la voz debido a que en una narración escrita es posible identificar múltiples factores como por ejemplo diferenciar el ser narrativo del ser narrado que es estudiando por Cardos (2019, p. 1) obviamente involucrando otras teorías de las cuales participa Genette, sin embargo como esta es una investigación de audiovisuales se respetaron los componentes que se presentarán a continuación.

En este aspecto se logró identificar que para el spot 1 Contigo Aprendí, la voz resultó ser heterodiegética ya que no tuvo una voz en específico (voz en off) pero si contó con una canción específica

Contigo Aprendí, de Armando Manzanero. (García, Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/276209547/Contigo-Aprendi-Armando-Manzanero-Partitura>)

Contigo Aprendí  
que existen nuevas y mejores emociones  
Contigo aprendí  
A conocer un mundo nuevo de ilusiones  
Aprendí  
Que la semana tiene más de siete días  
A hacer mayores mis contadas alegrías  
Y a ser dichoso, yo contigo lo aprendí  
Contigo aprendí  
A ver la luz del otro lado de la luna  
Contigo aprendí  
Que tu presencia no la cambio por ninguna  
Aprendí  
Que puede un beso ser más dulce y más profundo  
Que puedo irme mañana mismo de este mundo  
Las cosas buenas ya contigo las viví  
Y contigo aprendí  
Que yo nací el día en que te conocí.

Las letras de esta canción se acoplan de manera bastante adecuada a las tomas del spot y reflejan mediante intensidades de música y palabras lo que se quiere mostrar en el relato.

Por su parte en el spot 2; la voz es de manera homodiegética ya que es realizada por la madre de Beto que viene a ser un personaje de la historia y a la vez quien participa de la narración de la misma.

Fuente: Cuadro de elaboración propia