



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Análisis de la narrativa audiovisual del spot Remontemos este partido  
Perú. Lima. 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Arroyo Flores, Oswaldo Stiven (ORCID: [0000-0001-9417-1860](https://orcid.org/0000-0001-9417-1860))

Chavez Julca, Katherin (ORCID: [0000-0001-9887-2621](https://orcid.org/0000-0001-9887-2621))

**ASESOR:**

Mgtr. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: [0000-0002-5950-7848](https://orcid.org/0000-0002-5950-7848))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

**LIMA - PERÚ**

**2021**

### **Dedicatoria**

El presente trabajo está dedicado a nuestras familias, por haber sido nuestro apoyo a lo largo de toda nuestra carrera universitaria y a lo largo de nuestra vida. A todas las personas especiales que nos acompañaron en esta etapa, aportando a nuestra formación tanto profesional y como ser humano.

### **Agradecimiento**

Queremos expresar un especial agradecimiento a nuestros padres ya que ellos han sido siempre el motor que impulsan nuestros sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a nuestro lado en los días y noches más difíciles durante nuestras horas de estudio. Siempre han sido nuestros mejores guías de vida. Hoy cuando concluimos nuestros estudios, les dedicamos a ustedes este logro, amados padres, como una meta más conquistada.

Gracias por ser quienes son y por creer en nosotros.

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....	12
3.3. Escenario de estudio.....	12
3.4. Participante .....	13
3.5. Técnica e instrumento de recolección de datos .....	13
3.6. Procedimiento .....	14
3.7. Rigor científico .....	14
3.8. Método de análisis de datos.....	16
3.9. Aspectos éticos .....	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	18
V. CONCLUSIONES .....	58
VI. RECOMENDACIONES .....	60
REFERENCIAS.....	61
ANEXOS .....	66

## Índice de tablas

Datos de los validadores .....	15
Guía de observación 1 .....	18
Guía de observación 2.....	22
Guía de observación 3.....	26
Guía de resumen.....	30

## RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad analizar la narrativa audiovisual en el spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, que muestra una analogía del difícil momento que se vivió al inicio de la pandemia por el Covid-19 y la clasificación de la selección peruana al mundial de Rusia 2018, este spot se estrenó el 08 de abril del 2020 en Perú. Se utilizó como teoría la narratología y como variable la narrativa audiovisual, como subcategorías el contenido narrativo, acción, narrador y sonido, se empleó una ficha de observación como instrumento, la cual pasó un proceso de validación de expertos, se midió la confiabilidad de estas validaciones mediante el Coeficiente V de Aiken, obteniendo el 91%. La metodología utilizada es de enfoque cualitativo, nivel hermenéutico y lleva como diseño el estudio de caso, se procedió a aplicar el instrumento y posteriormente a interpretar lo observado en cada una de las fichas. Se concluye que, de acuerdo con el análisis de la narrativa audiovisual del spot se evidencia el correcto uso de los elementos de la narrativa audiovisual ya que cada uno de ellos contribuye a buena estructura por lo mismo que, usados de una manera apropiada se logra obtener una narrativa final adecuada.

Palabras clave: Narrativa audiovisual, contenido narrativo, acción, narrador, sonido.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to analyze the audiovisual narrative in the spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Which shows an analogy of the difficult moment that was experienced at the beginning of the pandemic by Covid-19 and the classification of the Peruvian team to the 2018 World Cup in Russia, this spot premiered on April 8, 2020 in Peru. Narratology was used as a theory and audiovisual narrative as a variable, as subcategories the narrative content, action, narrator and sound, an observation sheet was used as an instrument, which passed a validation process by experts, the reliability of these was measured validations using Aiken's V Coefficient, obtaining 91%. The methodology used is of a qualitative approach, hermeneutic level and has the design of the case study, we proceeded to apply the instrument and subsequently interpret what was observed in each of the cards. It is concluded that, according to the analysis of the audiovisual narrative of the spot, the correct use of the elements of the audiovisual narrative is evidenced since each one of them contributes to a good structure for the same reason that, used in an appropriate way, it is possible to obtain a suitable final narrative.

Keywords: Audiovisual narrative, narrative content, action, narrator, sound.

## I. INTRODUCCIÓN

La narrativa audiovisual tiene su historia desde la época de los hermanos Lumière, ya que desde el momento en que ellos aportaron su primera producción audiovisual, no dejaron de trabajar en su objetivo el cual consistía en dar a conocer dicha creación ante un público al cual ellos pudieran causar un gran asombro y hacer que estos corran la voz sobre la obra tan novedosa que habían presenciado en la Francia de aquel entonces. De ese modo fue que el séptimo arte tuvo su origen mediante la proyección de una escena en la cual se podía describir una porción de la vida cotidiana de aquel contexto, así mismo se lograba apreciar a un grupo de obreros que salían de la compañía en la que laboraban, de igual forma una escena que marcó historia fue donde se podía apreciar la llegada de un tren a su estación de destino. Estos hermanos al inicio no imaginaban que sus obras podrían tener futuro, ni llegar a alcanzar el éxito que hoy en día poseen los productos audiovisuales.

En 1937, estas producciones que en un inicio se proyectaban en gran tamaño, pasaron a emitirse en la pantalla chica de los países europeos de aquel tiempo. La industria televisiva comenzaba a desarrollarse de manera rápida y el número de sus espectadores era más que notorio. Más adelante, la pantalla chica comenzó a sobrepasar las fronteras europeas llegando a países de Centroamérica como Cuba y México, los cuales se caracterizan mucho por su transmisión de teleseries y telenovelas, los cuales impulsaron a que la pantalla chica se diera a conocer ante los ojos de nuevos televidentes que residían en otras partes del mundo. Es así como paralelo al progreso de la historia de las producciones audiovisuales, la narrativa también estuvo presente a modo de soporte en el mundo audiovisual, puesto que se compone mediante un grupo de sonidos e imágenes que le dan color y vida al escenario y a los personajes, los cuales son parte de una historia. Asimismo, es que además de elaborar productos audiovisuales de larga duración, también se empezaron a elaborar producciones cortas, las cuales tenían como finalidad transmitir un mensaje.

Dichas producciones cortas, son conocidas como spots, los cuales son trabajos elaborados por una agencia de medios, quien, mediante su contenido, lo



que busca es transmitir a través de su contenido narrativo, acción, narrador y sonido un mensaje a un público determinado. Una de esas tantas producciones de corta duración es el spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, el cual fue transmitido y producido el 8 de abril del año 2020, por la Federación Peruana de Fútbol (FPF) y que se desarrolló en un tiempo de duración de dos minutos con veinte segundos. Durante ese tiempo, se puede apreciar que existen ciertos elementos que son interesantes para ser analizados como la presencia de un narrador que en vida fue un ícono en el mundo del fútbol nacional, el cual fue Daniel Peredo, quien durante esos minutos transmite un mensaje de aliento para la población peruana que atravesaba el confinamiento por el coronavirus, mediante una analogía entre la difícil clasificación al mundial y la lucha que se dio en esos momentos. En el spot se aprecia tres secuencias donde se muestran a hinchas alentando a la selección peruana, así como a las personas que, hoy en día, hacen un sacrificio para frenar la propagación del virus. Por tal razón se plantea el problema general: ¿Cómo se presenta la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021?. Y como problemas específicos se plantea: ¿Cómo se presenta el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021?, ¿Cómo se presenta la acción del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021?, ¿Cómo se presenta el narrador del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021? y ¿Cómo se presenta el sonido del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021?.

A nivel práctico, esta investigación pretende aportar mediante sus resultados una interpretación, la cual, según los investigadores, actualmente se trabaja la narrativa audiovisual en los spots con temática sociales como lo fue el caso del spot ¡Remontemos este partido, Perú! de acuerdo con el contenido narrativo, acción, narrador y sonido.

Por esta razón, el objetivo principal del presente estudio es analizar la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. Asimismo, los objetivos específicos del presente estudio son analizar el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021, analizar la acción del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021, analizar al narrador del

spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021 y analizar el sonido del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021.

En vista de lo que se ha expuesto anteriormente, esta investigación plantea como supuesto general que la narrativa audiovisual del spot analizado se maneja de manera adecuada, dando al espectador un mensaje claro y en corto tiempo acompañado de elementos visuales y sonoros, debido a que se logra apreciar todos los elementos de esta en cada secuencia, así como también en el sonido que acompaña las imágenes, esto debido a que presenta elementos como el contenido narrativo, acción, narrador y sonido dentro del mismo.

Asimismo, se plantearon los siguientes supuestos específicos, el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2021, se encuentra bien estructurado en espacio, tiempo y personajes. Las acciones en el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2021, se encuentran bien estructuradas en el planteamiento, nudo y desenlace. El narrador del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2021, se encuentra bien estructurado bajo el concepto de narrador heterodiegético. El sonido del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2021, se encuentra bien estructurado en las palabras emitidas por el narrador.

## II. MARCO TEÓRICO

Para contar con una idea más amplia y clara, así como un sustento de investigaciones previas de la categoría presentada en este estudio se consideró trabajos realizados en un contexto nacional para conocer como se viene presentando la narrativa audiovisual en las diversas piezas audiovisuales que son presentadas al público en general.

Es así como tenemos a Ayllón (2018) quien llevó a cabo una investigación la cual tituló: “Análisis de los elementos de la Narrativa audiovisual en la temática de investigación periodística de la película En Primera Plana, Lima, 2018”, en dicha investigación tuvo como objetivo general analizar los elementos de la Narrativa Audiovisual en la temática de investigación periodística de la película “En Primera Plana”. La metodología usada para la elaboración del estudio fue de un enfoque cualitativo, así mismo el tipo de investigación fue aplicativo; optando por el nivel hermenéutico. Este estudio tuvo como instrumento la ficha de observación, desarrollándose así 101 fichas que describieron las escenas seleccionadas por el autor, las cuales responden a una cronología que se llevó a cabo en la historia presentada. Llegando a la conclusión que en la narrativa audiovisual se emplearon componentes los cuales fueron un refuerzo en la presentación de la investigación, siendo los componentes visuales y sonoros los que finalmente brindaron la forma a lo que se pretendía transmitir, a todo ello se sumó el componente del nudo. Dichos componentes tanto visual y sonoro brindaron un significado al momento de usar cada uno de ellos para lograr la intencionalidad del mensaje que se buscó transmitir a los espectadores. Al lograr esta intencionalidad (Ayllón, 2018) menciona que estos elementos mostrados en las escenas de la película destacan el trabajo del periodista en su esfuerzo por hacer valer los derechos humanos.

Así mismo, el estudio presenta como conclusión que, mediante los elementos sonoros se destacó la relevancia de la voz a la hora de que los personajes se comunicaban. La música por Howard Shore logró transmitir suspenso en cada una de las escenas y por último la anticipación sonora destacó a la hora de realizar las transiciones de escena a escena ya que continuaba con la misma melodía pero en un tono descendente dando así continuidad a la historia

Por otro lado, Vilca (2017) presentó en el año 2017 su investigación titulada “Análisis de la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco caso: Los cuatro spots de la campaña asesores, Lima 2015” donde el objetivo general del mismo radica en analizar la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco. Caso: Los cuatro spots de la campaña Asesores, dichos spots fueron elaborados por Flavio Pantigoso quien es el director creativo ejecutivo. Las campañas buscaron relatar hechos de la entidad financiera teniendo como principal elemento a la realidad en base a la categoría Narrativa Audiovisual enfocada en la Publicidad Corporativa, tomando, así como subcategorías al mensaje corporativo, contenido narrativo, elementos visuales y elementos auditivos. En cuanto a metodología el estudio de Vilca presenta un enfoque cualitativo, siendo el nivel de investigación del estudio hermenéutico y de tipo aplicativo. El estudio realizó 4 fichas de observación las cuales fueron aplicadas a los spots que se analizaron, Vilca realizó una descripción única para cada spot y no de manera conjunta, esto lo hizo con el propósito de llevar un orden y abarcar todos los detalles de cada uno basados en la teoría de la narratología descrita por Mieke Bal. Vilca logró concluir que la narrativa audiovisual del Caso: los cuatro spots de la Campaña Asesores, perteneciente a la publicidad corporativa de Mibanco, tiene una presencia en cuanto al contenido narrativo, así como el sonido empleado para cada historia, la capacidad que presenta para contar historias y generar una conexión con el espectador es donde radica toda la importancia de este, captando así, no solo la atención del público, también sus emociones.

Como señala Lucio (2016) quien presentó la tesis titulada “Análisis de la narrativa audiovisual publicitaria del spot el primer panel telar tejido a mano del mundo de la cerveza cusqueña, octubre 2015”, su investigación presenta como objetivo general analizar la narrativa audiovisual del spot “El Primer Panel Telar Tejido a Mano Del Mundo de la Cerveza Cusqueña. Lucio definió su investigación desde un enfoque cualitativo, siendo también de tipo descriptivo, para llevar a cabo la recolección de datos, utilizó como instrumento la ficha de observación. Finalmente, en su estudio concluye que el spot presenta todos los aspectos técnicos necesarios para una producción audiovisual publicitaria, conteniendo una correcta estructura narrativa que da forma a la historia, un narrador que acompaña a la presentación de las

escenas, así como el sonido de ambiente natural utilizado para reforzar las imágenes, dando lugar a una estructura narrativa adecuada, de igual forma el mensaje y la historia son presentados de forma eficaz y clara, lo que va de la mano con el concepto de publicidad que maneja la marca.

Así mismo, para el análisis del presente tema de investigación se consideraron trabajos previos los cuales fueron investigados desde un contexto internacional con enfoques distintos, dichos enfoques respondían a los intereses y objetivos definidos por sus autores. Es así como, a continuación, se presentarán los trabajos previos en un nivel internacional que analizan la misma categoría del presente estudio o parte de ella, la narrativa audiovisual aplicada en videos de corta o larga duración.

Como expresa Ortiz (2020) en su estudio titulado “Análisis de la narrativa de los elementos ideológicos en la serie de televisión simón bolívar”, planteó como objetivo general dar respuesta a los elementos ideológicos presentados la serie de televisión Simón Bolívar, para lo cual propuso realizar un análisis a las narrativas audiovisuales desde el punto de la vida adulta del personaje en la serie, la cual se denominó como “Libertador”. Por ello la investigación se realizó en base a la categoría narrativa audiovisual, haciendo uso de un enfoque cualitativo de tipo descriptivo como metodología. El autor concluye que, respecto al contenido narrativo, los personajes que más destacaron fueron Simón Bolívar, Pepita, Santander y Páez, los cuales destacaron por su expresionismo que transmitían en cada escena en las cuales se presentaba el contexto colonial de la época, así como también la manera de hablar y vestir de los personajes mencionados. Con respecto al sonido, el autor destaca que en las palabras que se presentan en las escenas hay presencia de un lenguaje técnico, ya que se presencia términos que solo los militares emplean a la hora de comunicarse.

Teniendo en cuenta a Mancho *et al.* (2020) en su artículo “Narrativas audiovisuales sobre el caso de los bebés robados en España”. Tuvo como objetivo principal analizar cómo se ha realizado la conciencia colectiva y la contribución de los informes y documentales sobre el caso de los bebés robados en España. Como categoría se utilizó la narrativa audiovisual, asimismo las subcategorías fueron discurso, cognición, sociedad. Con un estudio de enfoque cualitativo, los resultados

mostraron que las cadenas de televisión españolas silenciaron la información del contexto para evitar los robos como producto de turbas económicas por la trata de niños. El resultado al que llegó el autor fue que, a nivel de contenido narrativo, la cualidad que más quiso destacar fue la concientización, puesto que, a nivel del espacio, tiempo y personajes, el creador de esta producción audiovisual quiso que los espectadores tuvieran una ilustración de los momentos que se vivían durante la dictadura de Franco. Con respecto a la categoría acciones, el autor destaca como cualidad a la confabulación, puesto que en ciertas escenas se puede apreciar cómo es que se hacía negocios ilícitos como la trata de niños a cambio de dinero y al mismo tiempo los abusos que los políticos de la época cometían con las madres solteras de aquel tiempo.

Para finalizar, Medina (2018) quien en su investigación titulada “La narrativa audiovisual como una herramienta para la reflexión filosófica en el aula”. El cual fue un artículo para la revista de docencia Universitaria de la Universidad Jaume I-España. En esta, tiene como resultado que a través de las diversas series y películas que fueron implementados en las materias escolares, se puede observar el cambio en el desarrollo y comprensión de los alumnos, esto gracias al apoyo de los componentes audiovisuales, es por ello que se puede afirmar que la narrativa audiovisual utilizada en este proceso fue de gran ayuda para obtener este objetivo y en simultáneo nos muestra las diversidades y lo útil que puede ser la narrativa para el ámbito pedagógico. (Medina, 2018).

El estudio menciona el rol que tuvo la narrativa audiovisual en un aula, siendo esta usada como una herramienta más accesible para la enseñanza dentro de un centro educativo. Concluyendo que gracias al uso de la narrativa audiovisual los alumnos de la clase pudieron entender mejor el tema ya que la estructura presentada en dicho material fueron contenidos visuales que tenían una consistencia en su planteamiento, nudo y desenlace, acompañado de los complementos sonoros; daban forma a una historia que captaba y quedaba en la memoria de los estudiantes, siendo así un beneficio para los alumnos.

La narrativa audiovisual se analizó de acuerdo con el spot ¡Remontemos este partido, Perú!, en el cual se presentarán los resultados, sustentados en la teoría de la narratología. De acuerdo con Moreno (2017) enseña que la narratología es el

empleo de elementos que ayudan a contar una historia en la cual se estructura el aspecto sonoro y el aspecto visual, los cuales tienen la capacidad de comunicar un mensaje al espectador mediante una producción audiovisual. En el spot mencionado, se analizó los indicadores de la narrativa, de acuerdo con los aspectos sonoros, como lo fue la palabra, el sonido ambiental, el silencio, la música y el ruido, los cuales estuvieron presente en los dos minutos con veintiún segundos que presentó dicha producción audiovisual. Del mismo modo, se observó que esta teoría estudia a la narrativa en base a cómo es que un producto audiovisual ha sido elaborado y cómo es que los creativos han estructurado los efectos de imagen y musicalización. En el caso que estamos estudiando podemos ver que los creadores de este producto audiovisual transmiten en cada secuencia imágenes alusivas a la coyuntura actual que vivimos como sociedad puesto que se aprecian imágenes de personas que no respetan los protocolos de bioseguridad y luchan contra la autoridad quienes tratan de mantener el orden, por otro lado se ven a hinchas alentando desde una tribuna mientras que paralelo a ello se aprecia figuras de pacientes luchando por su vidas en una cama de cuidados intensivos a causa del covid-19. Con respecto a la musicalización se escucha un instrumental que pinta apropiadamente la situación dramática del contexto estudiado. Así mismo Cuvardic (2014) menciona que las principales fuentes de esta teoría surgieron gracias al autor Gerard Genette, el cual aportó iniciativas que iban de la mano con los conceptos de narratología de Norman Friedman, el cual decía que el principio clave de la narrativa audiovisual se debía ceñir a la comprensión de los espectadores, de tal manera que si los productos audiovisuales eran vistos como espectadores, más allá de la visión del creador del mismo, dicho contenido iba a ser transmitido con éxito en los receptores. Esa comprensión debe partir de los elementos que conforman a la narrativa audiovisual, los cuales son el contenido de la narración, la acción que existe en dicha producción, la presencia de un narrador y de los sonidos que puedan existir en la misma. Genette es uno de los entendidos en el estudio de la narratología, y gracias a él, su teoría ha ayudado bastante a entender la importancia de los elementos que toda producción audiovisual cumple para que esta tenga la capacidad de comunicar un mensaje que se espera sea comprendido por sus espectadores. En el presente estudio se analizó la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, el cual presenta elementos interesantes

que reafirman la validez y la contribución que tiene esta teoría en este estudio de caso.

En base a lo anterior, se presenta la definición de la categoría, subcategoría e indicadores con las cuales se realizará el análisis a nivel de objetivo general y objetivos específicos; es así como la narrativa audiovisual, que de acuerdo con Fernández (2011) define que la narrativa audiovisual construye relatos de acuerdo con sus propias condiciones, acompañado de elementos como imágenes, música, el sonido, narrador y diálogos, que en conjunto transmiten una historia o mensaje. Según Gordillo (2019) explica que la narrativa audiovisual es aquel aspecto en donde se fusionan las imágenes en movimiento con sonidos que le dan vida y realidad a las escenas que presentan y que tiene como finalidad contar un relato basado en una historia. Por otro lado, Bordwell y Thompson (2012) explican que la narrativa audiovisual es una historia y como tal presenta a sus personajes en un espacio y tiempo determinados, y los mismo se desenvuelven en un principio, nudo y desenlace. Del mismo modo Fernández (2011) define que toda narrativa audiovisual siempre debe estar acompañada de un narrador, el cual es un mero acompañante más en el relato a medida que se transmiten las imágenes en movimiento y la musicalización.

Como primera categoría tenemos al contenido narrativo, quien según García (2013) dice que a este elemento se le conoce también como la historia y se le caracteriza principalmente porque está estructurado en tres aspectos muy importantes: el espacio, tiempo y personajes.

Según Sánchez (2016) nos expone que el espacio es aquel elemento que posee un componente físico, psicológico y social. El físico se caracteriza por darle contexto a la acción de cada personaje y los otros restantes son la integración intangible del componente físico.

Citando a Fernández (2011) nos dice que el tiempo es el elemento global en donde los personajes tienen la oportunidad de expresar sus funciones en base a la narración. Cabe resaltar que el tiempo se caracteriza por que este ordena las escenas en las cuales entra en acción cada elemento que conforma a la narrativa audiovisual.



Desde el punto de vista de Fernández (2011) considera que los personajes son los participantes de la historia, los cuales pueden ser principales o secundarios. Para el autor los principales son aquellos protagonistas que destacan más en la narración de la historia y los secundarios se caracterizan por aparecer muy poco o apenas son mencionados en la misma historia.

Como segunda categoría tenemos a la acción. Sánchez (2016) nos explica que la acción son aquellos hechos que cada personaje piensa o realiza debido a sus creencias y principios, los cuales los han aprendido en la sociedad en la que viven. Hay que destacar que la acción está dividida en tres elementos: planteamiento, nudo y desenlace.

Como nos explica Fernández (2011) que el planteamiento no es otra cosa que la presentación de una trama, la cual tiene la capacidad de situar al espectador en qué contexto comenzó los hechos.

De la misma forma, Fernández (2011) nos explica que el nudo es el punto de quiebre en toda trama ya que desde aquí se emitirá las causantes de una historia y la finalidad del personaje principal. Normalmente este elemento se encuentra en la parte central de toda narración.

Como expresa Fernández (2011) que el desenlace es el clímax que toda trama posee y que puede presentarse en cualquier escena de la historia, normalmente esta se presenta en la conclusión de esta.

Como tercera categoría tenemos al narrador. Zavala *et. al.* (2020) explican que el narrador es aquel elemento que cumple el papel de contar la historia de acuerdo con su estructura y contexto. Cabe resaltar que este elemento puede presentarse en modo autodiegético, homodiegético y heterodiegético.

De acuerdo con Fernández (2011) manifiesta que el narrador autodiegético se caracteriza por contar la historia en primera persona desde su propia experiencia. Por otro lado, Zavala *et. al.* (2020) explica que este tipo de narrador cuenta la historia y en algunas ocasiones es el personaje central de la misma, y cuando lo hace, lo realiza de una manera tan apasionante que en algunos casos logra conmovier y hacer entrar en escena al espectador.

Según Sánchez (2016) nos explica que el narrador homodiegético se caracteriza por que interviene en la propia historia y participa de manera abierta en el relato de esta sin la necesidad de ser el personaje principal de la narración.

Como señala Sánchez (2016) considera que el narrador heterodiegético es aquel que no participa en la historia como personaje principal ni como personaje secundario, sino que, sirve como un referente el cual mediante su voz trata de explicar la situación que ocurre en un relato.

Como cuarta categoría tenemos al sonido. Según Fernández (2011) considera que el sonido es aquella fuerza que está presente mediante la entonación de la palabra y la música, quienes le dan sentido a todos los elementos que presenta una narrativa audiovisual. Cabe resaltar que el sonido puede ser ambiental, presentado mediante un ruido, una palabra, una música e inclusive mediante el silencio.

Citando a Fernández (2011) explica que el sonido ambiental, aquel elemento natural que pueda acompañar una escena sin la intervención de un montaje en la misma por parte del creativo. Generalmente este tipo de sonidos sirven para darle mayor realidad a la escena.

Como dice Fernández (2011) declara que el ruido es como aquel golpe que produce un objeto que se estrella con otro.

Desde el punto de vista de Fernández (2011) define que la palabra es un elemento clave en la narrativa audiovisual, debido a que mediante la vocalización que emiten los personajes, transmiten un mensaje al espectador en razón del escenario en el que se encuentran.

Asimismo, Fernández (2011) señala que la música es aquel elemento de carácter artificial, que se elabora mediante la combinación de sonidos, los cuales al ser editados y acompaña al relato, da vida a la narrativa audiovisual.

Como plantea Fernández (2011) que el silencio es la ausencia del sonido, y que es considerado un sonido más puesto que esta tiene la capacidad de generar reacción en el espectador y crear un ambiente de drama en toda escena.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

El presente estudio realizó el tipo de investigación básica. Cazau (2016) nos dice que este tipo de investigación se caracteriza por demostrar la importancia de un nuevo conocimiento en base al conocimiento mismo, es decir profundizarlo. Esta investigación va a corroborar los resultados del análisis que se obtendrán a nivel de objetivo general y específico en base al marco teórico presentado en este texto.

Del mismo modo el diseño de investigación que se trabajó fue un estudio de caso. Castro (2010) nos explica que este diseño se caracteriza por que los investigadores identifican una problemática en su entorno y en base a ella deciden investigar y emitir de manera subjetiva las cualidades que detectan en torno a la misma. El caso por analizar en el presente estudio fue el spot “¡Retomemos juntos este partido, Perú!” que se estrenó en abril del año 2020.

#### **3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización**

La categoría para analizar en el presente estudio fue la narrativa audiovisual, la cual presenta como subcategoría al contenido narrativo, acción, narrador y sonido, así mismo se presentan como ítems al espacio, personajes, tiempo, planteamiento, nudo, desenlace, autodiegético, homodiegético, heterodiegético, sonido ambiental, música, ruido, silencio y palabra. Dicha categoría, subcategorías e indicadores están definidas y presentadas en la matriz de categorización apriorística de esta investigación (Ver anexo 1).

#### **3.3. Escenario de estudio**

El miércoles 8 de abril del año 2020, a punto de culminar el primer periodo de aislamiento social, Martín Vizcarra, en ese entonces presidente del Perú, manifestó que existía la urgencia de prolongar dicha medida con la finalidad de salvaguardar la salud de toda la población. Frente a ello, la Federación Peruana de Fútbol tuvo la iniciativa de elaborar un emotivo spot en el que alienta a todos los peruanos a continuar firmes y optimistas ante las medidas y la lucha contra el coronavirus, esto a raíz de la ola de resignación que se generó en la población por el confinamiento.

La pieza audiovisual se presentó como una analogía entre lo complicado que fue la clasificación de la selección peruana al mundial y la lucha que se vivió a inicios de la pandemia producto del coronavirus.

El spot titulado ¡Remontemos este partido, Perú! fue narrado bajo la voz del ya fallecido Daniel Peredo, quien es un ícono del periodismo deportivo, esta narración es una compilación de sus anteriores trabajos como comentarista en cada partido de la selección. El spot se lanzó en un momento donde la población peruana mostro conductas inconscientes frente a la pandemia del Covid-19 llevando a que sean intervenidas por la policía, dichas conductas eran incumplir el aislamiento social y en otras ocasiones no acatar los protocolos de bioseguridad. Así mismo el personal de primera línea en la pandemia quienes eran conformados por policías, militares, médicos, bomberos, enfermeros y voluntarios, hacían sacrificio para mitigar el avance de la enfermedad. En esos momentos se vivía un ambiente de caos e incertidumbre donde se buscaba imponer el orden por el bien de la población, de igual forma mantener la calma debido a la extensión del confinamiento.

#### **3.4. Participante**

El participante del presente estudio será el spot “¡Remontemos este partido, Perú!”. Según Sotomayor (2017) define el spot como un tiempo en televisión donde se transmite un mensaje cuyo propósito es comunicar las ventajas de un producto, promoción de marcas o alguna conducta concreta. Siendo así el formato publicitario tradicional utilizado para emitir mensajes en televisión. Dicho spot fue realizado por el área de comunicaciones de la Federación Peruana de Fútbol en el año 2020. el cual tiene una duración de dos minutos con veintiún segundos, con un total de tres secuencias.

#### **3.5. Técnica e instrumento de recolección de datos**

La técnica que se empleó en este estudio será la observación, debido a que el nivel de estudio será el hermenéutico, según Zapata (2006) manifiesta que, la observación como técnica es un procedimiento usado por el investigador quien busca hacer presencia de manera directa en el fenómeno estudiado, sin realizar ninguna alteración, manipulación o algún tipo de operación que intente modificarlo.

Por tal razón, dicha técnica se pondrá en práctica mediante el instrumento del presente estudio, el cual consiste en una guía de observación. Para Ortiz (2013) este instrumento perteneciente a la técnica de observación está estructurado con la sistematicidad de algunos aspectos que son previstos en el registro referente al objeto, permitiendo así poder tener un registro de los datos tanto en orden práctico, cronológico y concreto derivando así el análisis de la situación o problema específico. (Ver anexo 3).

### **3.6. Procedimiento**

Para la realización del presente proyecto de investigación, primero se recurrió a la revisión de investigaciones de los últimos años, para saber cómo se había trabajado la categoría narrativa audiovisual. Luego se procedió a diseñar la matriz de categorización en base a un autor, con se va a sustentar cada dato que obtendremos en base al spot que se estudiará en esta investigación. Con respecto al spot, se seleccionó al spot “¡Remontemos este partido, Perú!” debido a que se detectaron ciertos elementos interesantes como lo es el contenido narrativo, acción, narrador y sonido. Dichos elementos serán recolectados en un total de 3 guías de observación, donde en cada guía se analizará una secuencia diferente del spot y se recolectarán las cualidades que presenta cada elemento por cada escena. Finalmente, dicho instrumento será aprobado por un grupo de tres maestros de la rama audiovisual. (Ver anexo 4)

### **3.7. Rigor científico**

Esta investigación se llevó a cabo en base a los parámetros requeridos por el enfoque cualitativo, el cual se rige bajo los principios de auditabilidad, credibilidad y transferibilidad. Para Weigand (2019) la auditabilidad es aquel principio que exige a que los investigadores describan las características del ámbito temático que analizan de acuerdo a la cantidad de datos que han recolectado en función de del contexto en el que se ubican. Los investigadores aplicaron como instrumento, una guía de observación, el cual recolecto los datos del caso analizado en un total 3 secuencias, en los cuales se interpretaron las categorías, que se rigen de acuerdo a la matriz de categorización apriorística. Por otro lado, Sitaula (2020) sustenta que la credibilidad consiste en poner a prueba la validez de un instrumento diseñado

por un grupo de investigadores bajo el criterio de un grupo de maestros que están capacitados en una rama que se estudia. Dentro de lo establecido como estándar para lo que se refiere a rigor científico en una investigación se encuentra el criterio de validación de un grupo de expertos. Se tratan de profesionales de las ciencias de la comunicación, así mismo ejercen la docencia en casas universitarias, además de contar con un ciclo de estudios especializados (posgrado). Es así como, el instrumento del presente estudio fue validado por un total de tres maestros en la rama audiovisual. A continuación, se presenta la tabla donde se les mencionan.

**Tabla 1:** Datos de los validadores

Grado académico	Nombre del experto	Universidad en la que labora
Magíster en comunicaciones	Luna Victoria Cabrera, Hilmer	Universidad César Vallejo
Magíster en comunicaciones	Vargas Arias, Mariano Octavio	Universidad César Vallejo
Magíster en comunicaciones	Vásquez Villacorta, Jorge Armando	Universidad César Vallejo

Fuente: SUNEDU

Así mismo, Schloemer (2019) explica que el principio de transferibilidad demanda a que los investigadores, evidencien el grado de validez que un grupo de expertos han presentado con respecto al instrumento que han propuesto para la recolección de datos en una determinada realidad problemática. Se utilizó el coeficiente conocido como el V de Aiken, el cual midió la efectividad del instrumento para la recolección de datos en base a la evaluación realizada por los validadores. De manera adicional, el presente estudio se realizó consultando múltiples trabajos de investigación que dan sustento a la definición conceptual y el marco teórico que conforman la investigación.

De la misma forma y para reforzar la teoría, se tomó como antecedentes tres estudios a nivel nacional y tres estudios a nivel internacionales, los cuales trabajaron la categoría narrativa audiovisual, pero en una realidad distinta.

### **3.8. Método de análisis de datos**

Una vez obtenido los datos mediante las tres guías de observación, se procedió a aplicar el método de análisis de los esquemas semánticos, con el cual se expresó mediante frases cortas las cualidades que presenta el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” y así responder al objetivo general y a los objetivos específicos trazados en esta investigación. Vargas (2011) explica que, este es el método más recomendable para graficar las interpretaciones que el investigador desea plasmar en frases cortas sus puntos de vista, acerca del estudio de caso que investiga.

Asimismo, como metodología se empleó el mapeo de procesos, dicho método es definido por Vargas como la clasificación dentro de un grupo tanto de procedimientos, información, así como elementos los cuales presentan el propósito de identificación para todo el proceso, detallando así su realización y ejecución, optando por una mejora constante. (Terronco, 2017).

### **3.9. Aspectos éticos**

La presente investigación se dirigió con veracidad sin ninguna alteración, haciendo que se cumplan en la investigación, la honestidad y los principios del investigador. Koepsell y Ruiz de Chávez (2017), manifiestan que el ser éticos en la investigación representa un respeto del valor científico con disciplina, siendo de esa manera, una garantía para que la ciencia pueda avanzar.

Así mismo, se realizó esta investigación respetando el conocimiento de cada base teórica ya que se trabajará utilizando las citas en APA, la cual es una norma de nuestra escuela profesional con beneficencia, sin maleficencia, autonomía y justicia. Teniendo en cuenta a Siurana (2017) indica que estos principios éticos mencionados como: Beneficencia: principio que manifiesta respeto por estudios de otros autores citando a estos en la sustentación de una investigación. Sin maleficencia: Indica el no hacer daño en la obra originalidad de otros autores. Autonomía: Hace referencia al criterio de acuerdo con el pundonor de los derechos

de autor. Justicia: La recompensa o el castigo que puede recibir un investigador en base a su postura.



#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como instrumento la guía observación, la cual fue aplicada en tres secuencias del spot, teniendo así tres guías de observación correspondientes a cada secuencia, es así como se logró obtener los resultados presentados en las siguientes tablas

**Tabla 2: Guía de observación 1**

Título de la investigación	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021						
Link del spot	<a href="https://youtu.be/PqHFWEiTxNo">https://youtu.be/PqHFWEiTxNo</a>						
N° de Secuencia	Secuencia 1		Tiempo de duración: 0:00 – 0:45				
CATEGORÍA	Subcategorías	Indicadores	Ítems	Presenta	No Presenta	Descripción	Interpretación
Narrativa audiovisual	Contenido Narrativo	Espacio	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.	X		Presenta estadios de fútbol, así como mercados, avenidas, calles y casas, De igual forma se aprecia la sala de conferencia de palacio de gobierno.	Podemos inferir que el espacio transmite <b>nacionalidad</b> .
		Tiempo	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades. según la narración	X		Presenta un tiempo de 45 segundos en los cuales permite explicar la situación del país a inicios de la pandemia y la	Podemos inferir que el tiempo transmite un

						situación de la selección peruana en la clasificación al mundial.	ambiente de <b>riesgo</b> .
		Personajes	El spot presenta en la secuencia a una persona que asume un rol principal o secundario dentro de la narración	x		Muestra al expresidente Martín Vizcarra, un traductor de lenguaje de señas, así como policías, futbolistas y ciudadanos.	Podemos interpretar que los personajes transmiten <b>desorganización</b> .
	Acción	Planteamiento	El spot presenta en la secuencia un planteamiento que explica al espectador el momento que inicia el suceso.	x		Presenta una analogía de lo de mal que jugó Perú en las clasificatorias al mundial y la negligencia ciudadana en tiempo de pandemia al no respetar los protocolos.	Podemos inferir que el planteamiento transmite <b>desorganización</b> .
		Nudo	El spot presenta en la secuencia un momento en el que se transmite el propósito de la narración o la función del protagonista.		x		
		Desenlace	El spot presenta en la secuencia un hecho de mayor relevancia que resume a manera de conclusión la historia y logra			x	

			captar la atención del espectador				
Narrador	Autodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que relata desde su perspectiva la historia que se desarrolla		x			
	Homodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que interviene y participa en el relato de la historia como personaje principal.		x			
	Heterodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que no es partícipe de la historia y solo cumple la función de relatar los hechos	x		Se relata los hechos de un mal partido de fútbol, palabras que son acompañadas por imágenes de la ciudadanía incumpliendo el aislamiento social y no respetando los protocolos contra la covid-19.	Podemos inferir que el narrador heterodiegético transmite <b>desilusión.</b>	
Sonido	Sonido Ambiental	El spot presenta en la secuencia sonido natural producto de la grabación sin ningún efecto realizado en la misma.		x			
	Ruido	El spot presenta en la secuencia objetos que chocan entre sí		x			

			produciendo ruido dentro de la historia.				
		Palabra	El spot presenta en la secuencia una clara vocalización por parte de los participantes que logra transmitir un mensaje al espectador.	x		Presenta una clara vocalización donde se puede captar el mensaje por parte del narrador sin dificultad alguna.	Podemos interpretar que la palabra transmite un mensaje de <b>alerta</b> .
		Música	El spot presenta en la secuencia sonidos creados y editados que acompañan a la narración.	x		Presenta música instrumental que empieza en un tono alto al inicio de la secuencia para luego acoplarse como fondo y acompañar la narración hasta el segundo 43.	Podemos inferir que la música transmite <b>suspense</b> .
		Silencio	El spot presenta en la secuencia un ambiente de drama o tensión en la escena generado por la ausencia de sonido.		x		

**Tabla 3: Guía de observación 2**

<b>Título de la investigación</b>	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021						
<b>Link del spot</b>	<a href="https://youtu.be/PqHFWEiTxNo">https://youtu.be/PqHFWEiTxNo</a>						
<b>N° de Secuencia</b>	<b>Secuencia 2</b>		<b>Tiempo de duración</b>		<b>0:46 – 1:59</b>		
<b>CATEGORÍA</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>ítems</b>	<b>Presenta</b>	<b>No Presenta</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Narrativa audiovisual	Contenido Narrativo	Espacio	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.	X		Se aprecia estadios de fútbol, calles, avenidas, mercados y paisajes del Perú.	Podemos inferir que el espacio transmite <b>nacionalidad</b> .
		Tiempo	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades. según la narración	X		Presenta un tiempo de 72 segundos en los cuales los personajes pueden desarrollar actividades acordes a la narración.	Podemos inferir que el tiempo transmite <b>esperanza</b> .
		Personajes	El spot presenta en la secuencia a una persona que asume un rol principal o secundario dentro de la narración	x		Se observa al expresidente Martín Vizcarra, un traductor de lenguaje de señas, así como policías, futbolistas, enfermeros, bomberos, y ciudadanos.	Podemos inferir que los personajes transmiten <b>unión</b> .

	Acción	Planteamiento	El spot presenta en la secuencia un planteamiento que explica al espectador el momento que inicia el suceso.		x		
		Nudo	El spot presenta en la secuencia un momento en el que se transmite el propósito de la narración o la función del protagonista.	x		Se muestra hinchas alentando, personal de primera línea apoyando a los enfermos y una narración en la que se pone énfasis a las palabras.	Podemos inferir que el nudo transmite <b>esperanza</b> .
		Desenlace	El spot presenta en la secuencia un hecho de mayor relevancia que resume a manera de conclusión la historia y logra captar la atención del espectador		x		
	Narrador	Autodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que relata desde su perspectiva la historia que se desarrolla		x		

		Homodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que interviene y participa en el relato de la historia como personaje principal.		x		
		Heterodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que no es partícipe de la historia y solo cumple la función de relatar los hechos	x		Presente un relato de hechos que resaltan el mensaje de aliento para la población, con frases como “Una sola fuerza, ¡Perú!”, “¡Por el país!”, entre otras.	Podemos inferir que el narrador transmite <b>confianza</b>
Sonido		Sonido Ambiental	El spot presenta en la secuencia sonido natural producto de la grabación sin ningún efecto realizado en la misma.	x		Presenta como sonido sirenas policiales y ambulancia.	Podemos inferir que el sonido ambiental transmite <b>alerta</b> .
		Ruido	El spot presenta en la secuencia objetos que chocan entre sí produciendo ruido dentro de la historia.		x		

		Palabra	El spot presenta en la secuencia una clara vocalización por parte de los participantes que logra transmitir un mensaje al espectador.	x		Presenta una vocalización donde se puede captar el mensaje por parte del narrador sin dificultad alguna.	Podemos inferir que el espacio transmite <b>esperanza.</b>
		Música	El spot presenta en la secuencia sonidos creados y editados que acompañan a la narración.	x		Presenta música instrumental positiva que mantiene un mismo tono acoplándose como fondo de la narración.	Podemos inferir que la música transmite <b>inspiración.</b>
		Silencio	El spot presenta en la secuencia un ambiente de drama o tensión en la escena generado por la ausencia de sonido.		x		



**Tabla 4: Guía de observación 3**

<b>Título de la investigación</b>	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021						
<b>Link del spot</b>	<a href="https://youtu.be/PqHFWEiTxNo">https://youtu.be/PqHFWEiTxNo</a>						
<b>N° de Secuencia</b>	<b>Secuencia 3</b>		<b>Tiempo de duración: 1:59 – 2:20</b>				
<b>CATEGORÍA</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Presenta</b>	<b>No Presenta</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Narrativa audiovisual	Contenido Narrativo	Espacio	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.	x		Se aprecia la bandera del Perú flameando.	Podemos inferir que el espacio transmite <b>nacionalidad.</b>
		Tiempo	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades. según la narración		x		
		Personajes	El spot presenta en la secuencia a una persona que asume un rol principal o secundario dentro de la narración		x		
	Acción	Planteamiento	El spot presenta en la secuencia un planteamiento		x		

			que explica al espectador el momento que inicia el suceso.				
		Nudo	El spot presenta en la secuencia un momento en el que se transmite el propósito de la narración o la función del protagonista.		x		
		Desenlace	El spot presenta en la secuencia un hecho de mayor relevancia que resume a manera de conclusión la historia y logra captar la atención del espectador	x		Presenta hashtags finales “#TomemosConciencia , #FaltaPoco, #NosotrosPodemos, #Arriba Perú” los cuales resumen la historia.	Podemos inferir que el desenlace transmite <b>reflexión.</b>
	Narrador	Autodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que relata desde su perspectiva la historia que se desarrolla		x		
		Homodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que interviene y participa en el relato de la historia como personaje principal.		x		

		Heterodiegetico	El spot presenta en la secuencia un narrador que no es partícipe de la historia y solo cumple la función de relatar los hechos	x		Presenta un narrador que menciona los hashtags resaltando y resumiendo la historia.	Podemos inferir que el desenlace transmite <b>aliento</b> .
	Sonido	Sonido Ambiental	El spot presenta en la secuencia sonido natural producto de la grabación sin ningún efecto realizado en la misma.		x		
		Ruido	El spot presenta en la secuencia objetos que chocan entre sí produciendo ruido dentro de la historia.		x		
		Palabra	El spot presenta en la secuencia una clara vocalización por parte de los participantes que logra transmitir un mensaje al espectador.	x		Se muestra una clara dicción y vocalización que resume el contenido de la historia.	Podemos inferir que el desenlace transmite <b>aliento</b> .
		Música	El spot presenta en la secuencia sonidos creados y editados que acompañan a la narración.	x		Muestra las arengas hacia la selección peruana.	Podemos inferir que la música transmite <b>emoción</b> .

		Silencio	El spot presenta en la secuencia un ambiente de drama o tensión en la escena generado por la ausencia de sonido.		x		
--	--	----------	--	--	---	--	--

Luego de obtener los datos correspondientes a las guías uno, dos y tres, se llevó a cabo la elaboración de la guía de resumen, la cual agrupó y filtró los datos obtenidos en las guías anteriores para brindar una mayor claridad en cuanto a lo hallado en las secuencias.

**Tabla 5: Guía de resumen**

<b>Título de la investigación</b>	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021										
<b>Link del spot</b>	<a href="https://youtu.be/PqHFWEiTxBNo">https://youtu.be/PqHFWEiTxBNo</a>										
<b>Total de secuencia</b>	3 secuencias										
<b>Duración del Spot</b>	2:20										
<b>CATEGORÍA</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Presenta</b>	<b>No Presenta</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Narrativa audiovisual	El presente estudio, tuvo como objetivo general: Analizar la narrativa audiovisual	Con respecto al objetivo general, inferimos que, la narrativa audiovisual en el spot “¡Remontemos este partido,	Contenido Narrativo	El presente estudio, tuvo como primer objetivo específico: analizar el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021.	Con respecto a este primer objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” presentó en su	Espacio	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.	3	0	Con respecto al espacio, en el spot analizado, de las 3 secuencias, se observó que en las 3 hubo presencia de dicho indicador. De acuerdo	Con respecto al espacio, inferimos que, de las 3 secuencias, la cualidad que más destaque fue <b>nacionalidad (3)</b> , porque se muestran paisajes del Perú, símbolos patrios, la

	<p>sual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. De acuerdo con Hernández (2018) define que la narrativa audiovisual tiene la función de que</p>	<p>Perú!” se presentó con las cualidades que a nivel de contenido o narrativo fueron: nacionalidad, riesgo, esperanza, desorganización y unión. A nivel de acción: desorganización, esperanza y</p>	<p>De acuerdo con García (2013) explica que a este elemento se le conoce también como la historia y se le caracteriza principalmente porque está estructurado en tres aspectos muy importantes : el espacio, tiempo y personajes.</p>	<p>contenido narrativo fueron: nacionalidad, riesgo, esperanza, desorganización y unión.</p>					<p>con Sanchez (2016) nos expone que el espacio es aquel elemento que posee un componente físico, psicológico y social. El físico se caracteriza por darle contexto a la acción de cada personaje y los otros restantes son la integración intangible del</p>	<p>selección peruana y locaciones nacionales.</p>
--	---	---	---	--	--	--	--	--	---	---

	las imágenes acompañadas de otros elementos como la música, el sonido un narrador y diálogos den como resultado a la transmisión de una historia ..	reflexión . A nivel de narrador fueron: desilusión, confianza y aliento. A nivel de sonido fueron: alerta, esperanza, aliento, suspense, inspiración y emoción .							componente físico.	
					Tiempo	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades . según la narración	2	1	Con respecto al tiempo, en el spot analizado, de las 3 secuencias, se observó la presencia del indicador en 2 secuencias y en 1 no hubo presencia de este. Así pues, Fernández (2011) nos dice que el tiempo es el elemento global en	Con respecto al tiempo inferimos que, de las 3 secuencias las cualidades que destacaron fueron <b>riesgo (1)</b> y <b>esperanza (1)</b> , porque en la primera secuencia se mostró a personas exponiéndose al virus al no respetar los protocolos de bioseguridad, así mismo el riesgo no de clasificar al mundial por

										<p>donde los personajes tienen la oportunidad de expresar sus funciones en base a la narración</p>	<p>parte de la selección peruana por su bajo desempeño. Por otro lado, en la segunda secuencia se mostró a personas acatando las medidas de bioseguridad contra la Covid-19, y a su vez, policías, enfermeros, bomberos ayudando a personas vulnerables.</p>
						Personajes	El spot presenta en la secuencia a una	2	1	En cuanto al espacio, en el spot analizado, de las 3	En relación con personajes, inferimos que, de las 3



							<p>persona que asume un rol principal o secundario dentro de la narración</p>			<p>secuencias, se observó que en 2 hubo presencia de dicho indicador, y en 1 no hubo presencia de este. Por tanto, Fernandez (2011) nos dice que los personajes son los participantes de la historia, los cuales pueden ser principales o</p>	<p>secuencias, las cualidades que destacaron fueron <b>desorganizac ión (1) y unión (1)</b>; ya que en la primera secuencia se mostró a personas desacatando los protocolos contra el covid-19 presentadas por el expresidente Martin Vizcarra. Así mismo, en la segunda secuencia se mostró a una población</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	---	--

										secundarios	unida, sumándose a respetar los protocolos de bioseguridad, como también ayudando a las personas más vulnerables.
			Acción	El presente estudio, tuvo como segundo objetivo específico Analizar la acción del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. Acorde con Sanchez (2016) nos	Con respecto a este segundo objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” presentó en su acción fueron:	Planteamiento	El spot presenta en la secuencia un planteamiento que explica al espectador el momento que inicia el suceso.	1	2	En relación con el planteamiento del spot analizado, se logra apreciar que solo en la secuencia 1 de las tres secuencias observadas existe la presencia de	Basados en el análisis realizado en las 3 secuencias se puede inferir que la cualidad que más destaque en planteamientos es la <b>desorganización</b> , debido a que se muestran imágenes de

				<p>explica que la acción son aquellos hechos que cada personaje piensa o realiza en razón de sus creencias y principios, los cuales las han aprendido en la sociedad en la que viven.</p>	<p>desorganización, esperanza y reflexión.</p>					<p>planteamiento como fase inicial de la historia, mientras que en las dos secuencias restantes no existe presencia. De igual forma, Fernandez (2011) nos explica que el planteamiento no es otra cosa que la presentación de una trama, la cual tiene la</p>	<p>personas que generan aglomeraciones en mercados, incumplen con los protocolos contra la covid-19 y hacen caso omiso al toque de queda, de la misma forma se muestran imágenes de los jugadores de la selección peruana quienes mostraban un bajo rendimiento en las eliminatorias al mundial.</p>
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	---	--

										capacidad de situar al espectador en qué contexto comenzó los hechos.	
						Nudo	El spot presenta en la secuencia un momento en el que se transmite el propósito de la narración o la función del protagonista.	1	2	Respecto al nudo en el spot se puede observar que se encuentra presente solo en la secuencia 2 de las 3 secuencias observadas mostrando el propósito de la narración, siendo las secuencias restantes	En cuanto al nudo se puede inferir que, de las 3 secuencias analizadas, destaca la cualidad de la <b>esperanza</b> . Dicha cualidad se logra percibir debido a que se muestran imágenes de personas quienes se suman a ayudar en la lucha contra el

										<p>quienes carecen de este indicador. De acuerdo con Fernandez (2011) nos explica que el nudo es el punto de quiebre en toda trama ya que desde aquí se emitirá las causantes de una historia y la finalidad del personaje principal.</p>	<p>covid-19, ya sea haciendo respetar los protocolos en las calles o asistiendo a personas afectadas por la pandemia, así mismo se muestran imágenes donde los jugadores de la selección peruana muestran una mejora en su rendimiento dentro de la cancha.</p>
						Desenlace	El spot presenta en la	1	2	El spot analizado presenta	En relación con el desenlace del

							<p>secuencia un hecho de mayor relevancia que resume a manera de conclusión la historia y logra captar la atención del espectador</p>			<p>un desenlace en la secuencia 3 cumpliendo el orden de la narración, mientras que este indicador se encuentra ausente en las secuencias restantes. Así mismo, Fernandez (2011) nos dice que el desenlace es el clímax que toda trama posee y</p>	<p>spot mostrado en la secuencia 3, se puede inferir que la cualidad que más destaca es la <b>reflexión</b>, puesto que se aprecian 4 hashtags que refuerzan el propósito de la historia y resumen la misma.</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--

										que puede presentarse en cualquier escena de la historia, normalmente esta se presenta en la conclusión de la misma	
			Narrador	El presente estudio, tuvo como tercer objetivo específico Analizar al narrador del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”,	Con respecto a este tercer objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!”	Autodiegetico	El spot presenta en la secuencia un narrador que relata desde su perspectiva a la historia que se desarrolla	0	3	Hubo ausencia de narrador Autodiegetico	

				Lima, 2021. Por consiguiente Zavala et. al. (2020) explican que el narrador es aquel elemento que cumple el papel de contar la historia de acuerdo a su estructura y contexto.	presentó en su Narrador fueron: desilusión, confianza y aliento.	Homodie gético	El spot presenta en la secuencia un narrador que interviene y participa en el relato de la historia como personaje principal.	0	3	Hubo ausencia de narrador Homodie gético	
						Heterodie gético	El spot presenta en la secuencia un narrador que no es partícipe de la historia y solo cumple la	3	0	En referencia al narrador Heterodie gético, en el spot se puede observar que en 3 de las secuencias hubo	En relación con Narrador Heterodie gético, inferimos que, de las 3 secuencias, las cualidades que destacaron fueron <b>desilusión (1), confianza</b>



							función de relatar los hechos			<p>presencia de este. Sanchez (2016) nos explica que el narrador heterodiegético es aquel que no participa en la historia como personaje principal ni como personaje secundario, sino que, sirve como un referente el cual mediante su voz trata de explicar la situación</p> <p>(1) y aliento (1); ya que en la primera secuencia el narrador transmite frases desalentadoras debido al bajo rendimiento de la selección peruana de fútbol. Por otro lado, la segunda secuencia transmite a través del narrador se transmite frases esperanzadoras de un partido que estaba a</p>
--	--	--	--	--	--	--	-------------------------------	--	--	--

										que ocurre en un relato.	punto de ganarse. En la última secuencia se infiere a través de la narración frases alentadoras el cual hace referencia al difícil momento sanitario que es país estaba pasando.
			Sonido	El presente estudio, tuvo como tercer objetivo específico Analizar el sonido del spot “¡Remontemos este	Con respecto a este cuarto objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este	Sonido Ambiental I	El spot presenta en la secuencia sonido natural producto de la grabación sin ningún efecto	1	2	Respecto al sonido ambiental, tiene presencia notable en la secuencia 2 mientras que se mantuvo	Basados en el análisis de las secuencias, podemos inferir que, la cualidad que destaca en sonido ambiental es la <b>alerta</b> , debido a que

				partido, Perú”, Lima, 2021. Por tanto, Fernández (2011) sostiene que el sonido es aquella fuerza que está presente mediante la entonación de la palabra y la música, quienes le dan sentido a todos los elementos que presenta una narrativa	partido, Perú!” presentó en su Sonido fueron: alerta, esperanza, aliento, suspenso, inspiración y emoción.		realizado en la misma.			ausente durante las otras dos secuencias restantes. Por tanto, Fernández (2011) explica que el sonido ambiental, es aquel elemento natural que pueda acompañar una escena sin la intervención de un montaje en la misma por parte del creativo.	se aprecia sonidos de sirenas policiales y de ambulancia, los cuales no sufrieron alteración alguna y fueron grabados de un ambiente natural.
						Ruido	El spot presenta	0	3	Hubo ausencia	

				audiovisual			en la secuencia objetos que chocan entre sí produciendo ruido dentro de la historia.			de ruido en las 3 secuencias analizadas.	
						Palabra	El spot presenta en la secuencia una clara vocalización por parte de los participantes que logra transmitir un mensaje al espectador.	3	0	Respecto al indicador palabra, se observó que estuvo presente en las 3 secuencias reforzando las imágenes presentadas de manera clara. Asimismo, Fernandez	En base al análisis de las secuencias se puede inferir que las cualidades que más destacan son la <b>alerta (1)</b> , <b>esperanza (1)</b> y <b>aliento (1)</b> , debido a que en la primera secuencia el narrador menciona todo lo malo

										<p>(2011) define que la palabra es un elemento clave en la narrativa audiovisual , debido a que mediante la vocalización que emiten los personajes, transmiten un mensaje al espectador en razón del escenario en el que se encuentran .</p>	<p>que la selección peruana de fútbol venía haciendo durante la clasificación al mundial. En la segunda secuencia sus palabras cambian completamente para destacar todo lo positivo que la selección hizo en su momento se hizo para obtener la clasificación al mundial. Para luego, en la tercera secuencia destacar las</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

											palabras clave del spot, dichas palabras resumen la historia para reforzar el mensaje de la misma.
						Música	El spot presenta en la secuencia sonidos creados y editados que acompañan a la narración.	3	0	En relación con el indicador música, se observó que estuvo presente durante las tres secuencias respaldando las imágenes presentadas. Por tanto, Fernandez (2011) nos	Con respecto a la música analizada en las secuencias del spot, podemos inferir que las cualidades que más destacaron fueron <b>suspense (1), inspiración (1) y emoción (1)</b> . Siendo el suspense presentado en

										<p>dice que la música es aquel elemento de carácter artificial, que se elabora mediante la combinación de sonidos, los cuales al ser editados y acompaña al relato, da vida a la narrativa audiovisual .</p>	<p>la primera secuencia debido a que se trataba de resaltar todo lo malo de la ciudadanía y la selección peruana. En la segunda secuencia la música tiene un tono diferente debido a que se destacó todo lo positivo por parte de la ciudadanía y la selección peruana. Como parte final la música culmina con el cantico de una hinchada</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

											alentando a la selección y al país para afrontar el difícil momento
						Silencio	El spot presenta en la secuencia un ambiente de drama o tensión en la escena generado por la ausencia de sonido.	0	3	Hubo ausencia de silencio en las 3 secuencias analizadas.	



El presente estudio, tuvo como objetivo general analizar la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”. De acuerdo con Fernández (2011) define que la narrativa audiovisual construye relatos de acuerdo con sus propias condiciones, acompañado de elementos como imágenes, música, sonido, narrador y diálogos, que en conjunto transmiten una historia o mensaje.

Respecto a ello inferimos que la narrativa audiovisual en el spot tuvo como resultado la construcción de una historia que transmitió una serie de cualidades que, a nivel de contenido narrativo destacaron la nacionalidad, riesgo, esperanza, desorganización y unión. De igual forma en la acción resaltó la desorganización, esperanza y reflexión. Referente a narrador se presentaron las cualidades desilusión, confianza y aliento. Y por último a nivel de sonido destacó la alerta, esperanza, aliento, suspenso, inspiración y emoción.

Como primer objetivo específico se propuso analizar el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”. Siendo el contenido narrativo el elemento que se conoce también como la historia y se caracteriza principalmente porque está estructurado en tres aspectos muy importantes como lo son el espacio, tiempo y personajes. García (2013)

En relación con el primer objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot presentó en su contenido narrativo fueron la nacionalidad, riesgo, esperanza, desorganización y unión.

Dentro de contenido narrativo se destacó que el espacio como indicador tuvo presencia en las tres secuencias ya que se lograron apreciar elementos que poseen un componente físico, psicológico y social. Siendo el físico caracterizado por darle contexto a la acción de cada personaje y los otros restantes son la integración intangible del componente físico. Sánchez (2016)

El espacio presentó en las tres secuencias la cualidad de la nacionalidad, debido a que se muestran paisajes del Perú, símbolos patrios, la selección peruana y locaciones nacionales dentro del spot haciendo referencia a los espacios físicos, psicológicos y sociales.

Con respecto al tiempo, en el spot analizado, de las tres secuencias, se observó la presencia del indicador en dos secuencias y en uno no hubo presencia de este. Así

pues, Fernández (2011) nos dice que el tiempo es el elemento global en donde los personajes tienen la oportunidad de expresar sus funciones en base a la narración.

Con respecto al tiempo inferimos que, de las 3 secuencias las cualidades que destacaron fueron riesgo y esperanza, porque en la primera secuencia se mostró a personas exponiéndose al virus al no respetar los protocolos de bioseguridad, así mismo el riesgo no de clasificar al mundial por parte de la selección peruana por su bajo desempeño. Por otro lado, en la segunda secuencia se mostró a personas acatando las medidas de bioseguridad contra la Covid-19, y a su vez, policías, enfermeros, bomberos ayudando a personas vulnerables.

En cuanto a los personajes, en el spot analizado, de las tres secuencias, se observó que en dos hubo presencia de dicho indicador, y en uno no hubo presencia de este. Por tanto, Fernández (2011) nos dice que los personajes son los participantes de la historia, los cuales pueden ser principales o secundarios.

En relación con personajes, inferimos que, de las tres secuencias, las cualidades que destacaron fueron desorganización y unión, ya que en la primera secuencia se mostró a personas desacatando los protocolos contra el covid-19 presentadas por el expresidente Martín Vizcarra. Así mismo, en la segunda secuencia se mostró a una población unida, sumándose a respetar los protocolos de bioseguridad, como también ayudando a las personas más vulnerables.

El presente estudio, tuvo como segundo objetivo específico Analizar la acción del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. Acorde con Sánchez (2016) nos explica que la acción son aquellos hechos que cada personaje piensa o realiza en razón de sus creencias y principios, los cuales las han aprendido en la sociedad en la que viven.

Con respecto a este segundo objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” presentó en su acción fueron: desorganización, esperanza y reflexión.

En relación con el planteamiento del spot analizado, se logra apreciar que solo en la secuencia uno de las tres secuencias observadas existe la presencia de planteamiento como fase inicial de la historia, mientras que en las dos secuencias restantes no existe presencia. De igual forma, Fernández (2011) nos explica que el

planteamiento no es otra cosa que la presentación de una trama, la cual tiene la capacidad de situar al espectador en qué contexto comenzó los hechos.

Basados en el análisis realizado en las tres secuencias se puede inferir que la cualidad que más destacó en planteamiento es la desorganización, debido a que se muestran imágenes de personas que generan aglomeraciones en mercados, incumplen con los protocolos contra la covid-19 y hacen caso omiso al toque de queda, de la misma forma se muestran imágenes de los jugadores de la selección peruana quienes mostraban un bajo rendimiento en las eliminatorias al mundial.

Respecto al nudo en el spot se puede observar que se encuentra presente solo en la secuencia dos de las tres secuencias observadas mostrando el propósito de la narración, siendo las secuencias restantes quienes carecen de este indicador. De acuerdo con Fernández (2011) nos explica que el nudo es el punto de quiebre en toda trama ya que desde aquí se emitirá las causantes de una historia y la finalidad del personaje principal.

En cuanto al nudo se puede inferir que, de las tres secuencias analizadas, destaca la cualidad de la esperanza. Dicha cualidad se logra percibir debido a que se muestran imágenes de personas quienes se suman a ayudar en la lucha contra el covid-19, ya sea haciendo respetar los protocolos en las calles o asistiendo a personas afectadas por la pandemia, así mismo se muestran imágenes donde los jugadores de la selección peruana muestran una mejora en su rendimiento dentro de la cancha.

El spot analizado presenta un desenlace en la secuencia tres cumpliendo el orden de la narración, mientras que este indicador se encuentra ausente en las secuencias restantes. Así mismo, Fernández (2011) nos dice que el desenlace es el clímax que toda trama posee y que puede presentarse en cualquier escena de la historia, normalmente esta se presenta en la conclusión de esta.

En relación con el desenlace del spot mostrado en la secuencia tres, se puede inferir que la cualidad que más destaca es la reflexión, puesto que se aprecian cuatro hashtags que refuerzan el propósito de la historia y resumen la misma.

El presente estudio, tuvo como tercer objetivo específico Analizar al narrador del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. Por consiguiente Zavala et. al.

(2020) explican que el narrador es aquel elemento que cumple el papel de contar la historia de acuerdo con su estructura y contexto.

Con respecto a este tercer objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” presentó en su Narrador fueron: desilusión, confianza y aliento.

Hubo ausencia de narrador Autodiegético y Homodiegético.

En referencia al narrador Heterodiegético, en el spot se puede observar que en tres de las secuencias hubo presencia de este. Sánchez (2016) nos explica que el narrador heterodiegético es aquel que no participa en la historia como personaje principal ni como personaje secundario, sino que, sirve como un referente el cual mediante su voz trata de explicar la situación que ocurre en un relato.

En relación con Narrador Heterodiegético, inferimos que, de las tres secuencias, las cualidades que destacaron fueron desilusión, confianza y aliento; ya que en la primera secuencia el narrador transmite frases desalentadoras debido al bajo rendimiento de la selección peruana de fútbol. Por otro lado, la segunda secuencia transmite a través del narrador se transmite frases esperanzadoras de un partido que estaba a punto de ganarse. En la última secuencia se infiere a través de la narración frases alentadoras el cual hace referencia al difícil momento sanitario que es país estaba pasando.

El presente estudio, tuvo como tercer objetivo específico Analizar el sonido del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2021. Por tanto, Fernández (2011) sostiene que el sonido es aquella fuerza que está presente mediante la entonación de la palabra y la música, quienes le dan sentido a todos los elementos que presenta una narrativa audiovisual.

Con respecto a este cuarto objetivo específico, inferimos que, las cualidades que el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” presentó en su Sonido fueron: alerta, esperanza, aliento, suspenso, inspiración y emoción.

Respecto al sonido ambiental, tiene presencia notable en la secuencia dos mientras que se mantuvo ausente durante las otras dos secuencias restantes. Por tanto, Fernández (2011) explica que el sonido ambiental, es aquel elemento natural que

pueda acompañar una escena sin la intervención de un montaje en la misma por parte del creativo.

Basados en el análisis de las secuencias, podemos inferir que, la cualidad que destaca en sonido ambiental es la alerta, debido a que se aprecia sonidos de sirenas policiales y de ambulancia, los cuales no sufrieron alteración alguna y fueron grabados de un ambiente natural.

Respecto al indicador palabra, se observó que estuvo presente en las tres secuencias reforzando las imágenes presentadas de manera clara. Asimismo, Fernández (2011) define que la palabra es un elemento clave en la narrativa audiovisual, debido a que mediante la vocalización que emiten los personajes, transmiten un mensaje al espectador en razón del escenario en el que se encuentran.

En base al análisis de las secuencias se puede inferir que las cualidades que más destacan son la alerta, esperanza y aliento, debido a que en la primera secuencia el narrador menciona todo lo malo que la selección peruana de fútbol venía haciendo durante la clasificación al mundial. En la segunda secuencia sus palabras cambian completamente para destacar todo lo positivo que la selección hizo en su momento se hizo para obtener la clasificación al mundial. Para luego, en la tercera secuencia destacar las palabras clave del spot, dichas palabras resumen la historia para reforzar el mensaje de la misma.

En relación con el indicador música, se observó que estuvo presente durante las tres secuencias respaldando las imágenes presentadas. Por tanto, Fernández (2011) nos dice que la música es aquel elemento de carácter artificial, que se elabora mediante la combinación de sonidos, los cuales al ser editados y acompaña al relato, da vida a la narrativa audiovisual.

Con respecto a la música analizada en las secuencias del spot, podemos inferir que las cualidades que más destacaron fueron suspenso, inspiración y emoción. Siendo el suspenso presentado en la primera secuencia debido a que se trataba de resaltar todo lo malo de la ciudadanía y la selección peruana. En la segunda secuencia la música tiene un tono diferente debido a que se destacó todo lo positivo por parte de la ciudadanía y la selección peruana. Como parte final la música culmina con el

cantico de una hinchada alentando a la selección y al país para afrontar el difícil momento.

Hubo ausencia de silencio en las tres secuencias analizadas.

Luego de alcanzar los resultados a Nivel del objetivo general y específicos, se procedió a realizar la comparación de los datos más relevantes de nuestra investigación, con los datos más importantes de las investigaciones que sirvieron como bases teóricas en este estudio. Todo ello en contraste con la teoría de la narratología que cumple con realizar un análisis, así como un correcto uso de los componentes narrativos de manera estratégica para dar forma a una buena estructura narrativa.

Según la teoría de la narratología, bajo el concepto de Moreno (2017) señala que la narratología es el empleo de elementos que ayudan a contar una historia en la cual se estructura el aspecto sonoro y el aspecto visual, los cuales tienen la capacidad de comunicar un mensaje al espectador mediante una producción audiovisual. Esto permitió identificar como se presenta los elementos acción, sonido, contenido narrativo, narrador y el mensaje en el spot.

Según lo analizado, la narrativa audiovisual en el spot da sentido al producto audiovisual ya que pone en contexto al espectador y refuerza el mensaje que se desea transmitir, en este caso un mensaje de aliento, esto debido a que en su estructura presenta los elementos de contenido narrativo, acción, narrador y sonido, los cuales permiten que dicho mensaje se transmita de manera clara mediante frases cortas, secuencias de imágenes y sonidos presentados. El análisis descrito guarda relación con el estudio de Ayllon (2018) quien concluye que, los elementos de la narrativa audiovisual reforzaron la temática de investigación periodística por medio del uso de los elementos de la narrativa visual y la narrativa sonora, ya que ambos proporcionan significado en el uso adecuado de cada elemento para llegar a lograr la intencionalidad de lo que se desea transmitir a los espectadores. Siendo de soporte a la historia que es contada por medio de la imagen y el sonido.

En relación con el contenido narrativo del spot analizado, se infiere que la conexión del espacio presentado en el spot con el público se genera mediante la nacionalidad. Esto debido a que se pueden apreciar paisajes y escenarios del

territorio peruano que forman parte de la vida del público al cual se transmitió el spot, logrando despertar la cualidad mencionada dentro del contexto nacional. De la misma forma lo plantea Vilca (2017), quien nos muestra en su investigación “Análisis de la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco caso: Los cuatro spots de la campaña asesores, Lima 2015” que, logra apreciar un contexto cotidiano, concluyendo así que el manejo y exposición adecuado del contexto, lugar, tiempo y espacio en el que se lleva a cabo la publicidad analizada sea funcional en base a su narrativa. Esto debido a que, al hacer uso de dichos elementos de una forma planificada, logra una aceptación mediante la semejanza para con el espectador, de la misma forma que lo tuvo el spot analizado y como lo sostiene la presente investigación.

Así mismo estos resultados coinciden con lo que sustenta Ayllón (2018) quien en su investigación titulada “Análisis de los elementos de la narrativa audiovisual en la temática de investigación periodística de la película En Primera Plana, Lima, 2018” muestra como conclusión que, en la película se aplicaron elementos correspondientes a la narrativa audiovisual logrando así un refuerzo en relación a la temática que emplearon, siendo el contenido narrativo y sonido los elementos que brindaron un gran soporte y significado a la historia así como lo que se deseaba transmitir con la misma.

De igual forma en el análisis realizado al spot de la presente investigación se logró apreciar que el soporte del sonido en las secuencias tiene la capacidad de ubicarnos en un contexto o lugar donde se llevará a cabo la historia, a su vez despierta emociones que van acorde con la narración. Por lo que, los elementos mencionados son esenciales a la hora de elaborar una estructura narrativa.

Del mismo modo coincidimos con lo planteado por Medina (2018) quien propone que el uso de la narrativa audiovisual, específicamente, el uso del sonido e imagen facilita al espectador la comprensión de lo presentado, tal y como se ha logrado apreciar y verificar en esta investigación, así como en las anteriores presentadas que demuestran una mejor percepción de lo que se aprecia por parte del espectador cuando se encuentran las características del sonido e imagen.

Finalmente se coincide con las investigaciones presentadas como base teórica en la presente investigación que, el componente sonido juega un papel esencial al momento de dar un ambiente a cada secuencia, ya que cumple la función de soporte para el contenido narrativo, acción y narrador, poniendo en contexto la historia.



## V. CONCLUSIONES

En la presente investigación, de acuerdo con el análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” se evidencia el correcto uso de los elementos de la narrativa audiovisual ya que cada uno de ellos contribuye a buena estructura por lo mismo que, usados de una manera apropiada se logra obtener una narrativa final adecuada. Es así como se puede comprobar el supuesto general planteado de que la narrativa audiovisual del spot analizado se maneja de manera adecuada, dando al espectador un mensaje claro y en corto tiempo acompañado de elementos visuales y sonoros, debido a que se logra apreciar todos los elementos de esta en cada secuencia, así como también en el sonido que acompaña las imágenes.

Referente al contenido narrativo se infiere que el punto de partida para un producto audiovisual es entender y conocer los temas de interés del espectador, se percibe que en esta producción analizada, se tuvo en cuenta el patriotismo ya que se muestra símbolos patrios como la bandera del Perú, como también la ilusión de salir adelante ya que en esta producción audiovisual se puede observar a las personas que alientan a su país con gran entusiasmo y creyendo en el equipo de fútbol les llevaría al mundial, asimismo entre toda la ciudadanía se ayudaron en conjunto para lograr un solo objetivo el cual era protegerse del coronavirus que en ese momento estaba en sus inicios. Del mismo modo, el mostrar el momento de desorden como también de esperanza, hace que, al ser usados, esta historia logra ser más reconocible para el público, con el uso de los personajes, como el presidente, los policías, enfermeros, etc.; hace que el espectador se identifique con ellos. En base a ello se logra demostrar el primer supuesto específico el cual es que el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2020, se encuentra bien estructurado en espacio, tiempo y personajes.

Con respecto a la acción se destaca que el planteamiento del spot se presenta al inicio del spot estudiado en donde muestra el desorden en la población, quienes no cumplían con los protocolos de bioseguridad contra la covid-19 y a su vez, a un equipo de la selección peruana de fútbol quienes en ese momento no

estaban jugando bien los partidos; esto logra ser de una mejor comprensión para el espectador ya que como es la primera secuencia, logra llamar la atención del público. El nudo se mantiene en el mismo lugar y el desenlace logra seguir con la narración enfocándose en la reflexión lo cual hace ver todo el spot para poder entender el mensaje. Por tanto, queda demostrado el segundo supuesto específico que indica que las acciones en el spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2020, se encuentran bien estructuradas en el planteamiento, nudo y desenlace.

Sobre el uso del narrador heterodiegético es ventajoso en este spot ya que no existe nada que corte o distraiga las secuencias. Es así como queda demostrado nuestro tercer supuesto específico el cual menciona que el narrador del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2020, se encuentra bien estructurado bajo el concepto de narrador heterodiegético.

El sonido ayudó para sumergirnos en cada escena de la historia dando un respaldo y mayor énfasis en la narración, lo que aumentó el sentimiento generado por las palabras del narrador. Es así como queda demostrado el cuarto supuesto específico el cual menciona que el sonido del spot “¡Remontemos este partido, Perú!” realizado en Lima en el año 2020, se encuentra bien estructurado en las palabras emitidas por el narrador.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los productores de spots aplicar una analogía basada en hilos de secuencia, sobre situaciones relevantes del lugar en el que se transmitirá, para así poner en contexto a los espectadores y a su vez el contenido tenga una mayor aceptación por parte de los mismos; porque este tipo de estrategias, no suelen verse mucho en producciones audiovisuales como son los spots, por lo que resultan novedosos y funcionales para la narrativa.

Para los futuros profesionales en temas audiovisuales, se les recomienda siempre tomar en cuenta la importancia que cumple el narrador, porque es uno de los elementos claves de una correcta narrativa, ya que la historia o mensaje que se quiere transmitir se recibe gracias a este elemento.

Se recomienda a la escuela profesional de ciencias de la comunicación, a proponer a los futuros estudiantes a realizar estudios de enfoque cuantitativo, para que desde un punto de vista poblacional se pueda describir e interpretar como se entiende la narrativa audiovisual de una producción audiovisual, de acuerdo a las subcategorías analizadas en esta investigación y así saber cuáles son los puntos que mejor comprenden los receptores y que puntos se deberían mejorar para que la narrativa llegue de manera eficaz al público.

Se recomienda a la escuela profesional de ciencias de la comunicación, a realizar una investigación cualitativa de nivel fenomenológico, con el fin de interpretar desde la perspectiva de un grupo de expertos en la rama audiovisual acerca de las características que destacaron más en el spot analizado, y así proponer a los productores de la misma, una investigación que les ayude a tener en cuenta, para que el mensaje que quieran transmitir en sus producciones llegue con mejor eficacia a sus receptores.

## REFERENCIAS

- Ayllon, P. (2018). *Análisis de los elementos de la Narrativa audiovisual en la temática de investigación periodística de la película En Primera Plana*, Lima, 2018. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27317/Ayllon\\_V\\_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27317/Ayllon_V_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Audiovisual Narrative Creation and Creative Retrieval: How Searching for a Story Shapes the Story. (2017). *Journal Of Science And Technology Of The Arts*, 9(2), 37–46. <https://doi.org/10.7559/citarj.v9i2.241>
- Bateman, J. A. (2016). From Narrative to Visual Narrative to Audiovisual Narrative: the Multimodal Discourse Theory Connection Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.A5C99D7E&lang=es&site=eds-live>
- Bordwell, D. y Thomson, K. (2012). *Arte Cinematográfico*. (6ª ed.). Barcelona: McGraw-Hill. Recuperado de: <http://www.panoramadelarte.com.ar/archivos/Bordwell%20D%20E%20arte%20cinematografico.pdf>
- Castro Monge, E. (2010). *El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas*. *Revista nacional de administración*, 1 (2), 31–54. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3693387>

Cazau, P. (2016). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. (3º edición). Buenos Aires. Recuperado de: <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/introduccion3b3n-a-la-investigacion3b3n-en-cc-ss.pdf>

Cuvaric, D. (2014). *La narratología desde los años setenta hasta el siglo XXI*. Revista de Filología y Lingüística de la Universidad de Costa Rica. Recuperado de: <https://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/filyling/article/view/19580/19667>

Fernández, C. (2011). *Narrativa Audiovisual*. Madrid: Ediciones CEF. Recuperado de: <https://carolinafcastrillo.com/narrativa-audiovisual-2>

García, J. (2013). *Narrativa audiovisual*. (3.ª ed.). Madrid: Catedra. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9696110336B/20095>

Gordillo, I. (2019). *Manual de Narrativa Televisiva*. Madrid: Síntesis. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=402007>

Hernández, et al. (2018). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: McGRAW-Hill / Interamericana Editores. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Koepsell, D. y Ruiz de Chávez, M. (2017). *Ética de la Investigación. Integridad Científica*. México: Editarte. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3761/376156277012.pdf>

Lucio, G. (2016). *Análisis de la narrativa audiovisual publicitaria del spot el primer panel telar tejido a mano del mundo de la cerveza cusqueña, octubre, 2015*. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2449/Lucio\\_MG\\_H.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2449/Lucio_MG_H.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mancho-Iglesia, A., & Marta-Lazo, C. (2020). *Audiovisual narratives about the case Spain's stolen babies*. *Discourse & Communication*, 14(3), 253–272. <https://doi.org/10.1177/1750481319893755>

Medina, M. (2018). La narrativa audiovisual como una herramienta para la reflexión filosófica en el aula. *Revista de docencia universitaria*. Universidad Jaume I - España. Disponible en: <https://polipapers.upv.es/index.php/REDU/article/view/9766/10312>

Moreno, S. (2017). *Narrativa audiovisual publicitaria*. Barcelona, España: Paidós. Recuperado de: [https://www.academia.edu/1598072/Narrativa\\_Audiovisual\\_Publicitaria\\_2003](https://www.academia.edu/1598072/Narrativa_Audiovisual_Publicitaria_2003)

Ortiz, J. (2020). *Análisis de la narrativa de los elementos ideológicos en la serie de televisión "Simón Bolívar"*. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Recuperador de: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/18522>

Ortiz, E. (2013). *Epistemología de la investigación cuantitativa y cualitativa: Paradigmas y objetivos*. Revista de Claseshistoria, (408), 1–23. Recuperado de: <http://www.claseshistoria.com/revista/2013/articulos/dolgopol-comentario-libro.pdf>

Sánchez, M. (2016). *La música y la evolución de la narración audiovisual: Aplicación de la síncretis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales (tesis de grado)*. Recuperada de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/download/ARAB0505130002/A/4189>

Schloemer, T. (2019) Criteria for evaluating transferability of health interventions: a systematic review and thematic synthesis. <https://implementationscience.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13012->

Siurana, J. (2017). *Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural*. España: Universidad de Valencia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122193005.pdf>

Sitaula, N. (2020). *Credibility-Based Faked News Dtection*. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-42699-6\\_9](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-42699-6_9)

Sotomayor, L. (2017). *Influencia del mensaje humorístico en la publicidad del spot televisivo Gánate un viaje recontra like de Scotiabank en el conocimiento de marca de jóvenes universitarios trujillanos (Tesis de licenciatura)*. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11537/12401>

Vargas, X. (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa?* México: Etxeta.  
Recuperado: <http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/981/94805617-Xavier-Vargas-B-COMO-HACER-INVESTIGA.pdf>

Vilca, A. (2017). *Análisis de la narrativa audiovisual en la publicidad corporativa de Mibanco. Caso: Los cuatro spots de la campaña asesores, Lima, 2015.* Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de: [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15552/Vilca\\_DAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15552/Vilca_DAP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Weigand, H. (2019). *Auditability as a Design Problem.* <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8808092>

Zapata, O. (2006). *¿Cómo encontrar un tema y construir un tema de investigación?* *Innovación Educativa*, 5(29), 37–45. Recuperado de: <https://goo.gl/PjhiBY>

Zavala, et al. (2020). *El texto narrativo.* Chimbote: U. Católica Los Ángeles, Chimbote: <https://pdfcoffee.com/texto-narrativopdf-pdf-free.html>



## **ANEXOS**

Anexo 1: Matriz de categorización apriorística

CATEGORÍA	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías	Indicadores	Metodología	
Narrativa audiovisual	<p>Fernández (2011) define que la narrativa audiovisual construye relatos de acuerdo con sus propias condiciones, acompañado de elementos como imágenes, música, el sonido, narrador y diálogos, que en conjunto transmiten una historia o mensaje.</p>	<p>La presente investigación analizará desde el punto de vista de los investigadores el ámbito temático debido a las cuatro categorías planteadas por el autor: Contenido narrativo, Acción, Narrador y sonido.</p>	<p>Contenido Narrativo: García (2013) explica que a este elemento se le conoce también como la historia y se le caracteriza principalmente porque está estructurado en tres aspectos muy importantes: el espacio, tiempo y personajes.</p>	<p><b>Espacio:</b> Sánchez (2016) nos expone que el espacio es aquel elemento que posee un componente físico, psicológico y social. El físico se caracteriza por darle contexto a la acción de cada personaje y los otros restantes son la integración intangible del componente físico.</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cualitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Hermenéutico</p> <p><b>Tipo:</b> Básica</p> <p><b>Diseño:</b> Estudio de Caso</p>	
	<p>Gordillo (2019) explica que la narrativa audiovisual es aquel aspecto en donde se fusionan las imágenes en movimiento con sonidos que le dan vida y realidad a las</p>		<p>Acción: Sánchez (2016) nos</p>	<p><b>Tiempo:</b> Fernández (2011) nos dice que el tiempo es el elemento global en donde los personajes tienen la oportunidad de expresar sus funciones en base a la narración.</p>		<p><b>Personajes:</b> Fernández (2011) nos dice que los personajes son los participantes de la historia, los cuales pueden ser principales o secundarios.</p>
				<p><b>Planteamiento:</b> Fernández (2011) nos explica que el planteamiento no es otra cosa que la presentación de una trama,</p>		

	<p>escenas que presentan y que tiene como finalidad contar un relato basado en una historia.</p> <p>Bordwell y Thompson (2012) explican que la narrativa audiovisual es una historia y como tal presenta a sus personajes en un espacio y tiempo determinados, y los mismo se desenvuelven en un principio, nudo y desenlace.</p> <p>TEORIA</p> <p>Moreno (2017) enseña que la narratología es el empleo de</p>		<p>explica que la acción son aquellos hechos que cada personaje piensa o realiza debido a sus creencias y principios, los cuales las han aprendido en la sociedad en la que viven.</p> <p>Narrador: Zavala et. al. (2020) explican que el narrador es aquel elemento que cumple el papel de contar la</p>	<p>la cual tiene la capacidad de situar al espectador en qué contexto comenzó los hechos.</p> <p><b>Nudo:</b> Fernández (2011) nos explica que el nudo es el punto de quiebre en toda trama ya que desde aquí se emitirá las causantes de una historia y la finalidad del personaje principal.</p> <p><b>Desenlace:</b> Fernández (2011) nos dice que el desenlace es el clímax que toda trama posee y que puede presentarse en cualquier escena de la historia, normalmente esta se presenta en la conclusión de la misma.</p> <p><b>Autodiegético:</b> Fernández (2011) nos explica que el narrador autodiegético se caracteriza por contar la historia en primera persona desde su propia experiencia.</p> <p><b>Homodiegético:</b> Sánchez (2016) nos explica que el narrador homodiegético se caracteriza por que interviene en la propia historia y participa de manera abierta en el relato de esta sin la</p>	
--	---	--	---	---	--

<p>elementos que ayudan a contar una historia en la cual se estructura el aspecto sonoro y el aspecto visual, los cuales tienen la capacidad de comunicar un mensaje al espectador mediante una producción audiovisual.</p>		<p>historia de acuerdo con su estructura y contexto.</p>	<p>necesidad de ser el personaje principal de la narración.</p>
			<p><b>Heterodiegético:</b> Sánchez (2016) nos explica que el narrador heterodiegético es aquel que no participa en la historia como personaje principal ni como personaje secundario, sino que, sirve como un referente el cual mediante su voz trata de explicar la situación que ocurre en un relato.</p>
			<p><b>Sonido Ambiental:</b> Fernández (2011) explica que el sonido ambiental, es aquel elemento natural que pueda acompañar una escena sin la intervención de un montaje en la misma por parte del creativo.</p>
			<p><b>Ruido:</b> Fernández (2011) define el ruido como aquel golpe que produce un objeto que se estrella con otro.</p>
		<p>Sonido: Fernández (2011) sostiene que el sonido es aquella fuerza que está presente mediante la entonación de la palabra y la música, quienes le dan sentido a todos los</p>	<p><b>Palabra:</b> Fernández (2011) define que la palabra es un elemento clave en la narrativa audiovisual, debido a que mediante la vocalización que emiten los personajes, transmiten un mensaje al</p>

			elementos que presenta una narrativa audiovisual.	espectador debido al escenario en el que se encuentran.	
				<b>Música:</b> Fernández (2011) nos dice que la música es aquel elemento de carácter artificial, que se elabora mediante la combinación de sonidos, los cuales al ser editados y acompaña al relato, da vida a la narrativa audiovisual.	
				<b>Silencio:</b> Fernández (2011) explica que el silencio es la ausencia del sonido, y que es considerado un sonido más, puesto que esta tiene la capacidad de generar reacción en el espectador y crear un ambiente de drama en toda escena.	

Anexo 2: Matriz de consistencia teórica

Matriz de consistencia teórica							
Título de la investigación	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020						
Autor(es)	Arroyo Flores, Oswaldo Stiven, Chavez Julca Katherin						
Planteamiento del problema de investigación	Objetivos de la investigación	Supuestos de la investigación	Ámbito temático	Categorías	Subcategorías	Metodología	Instrumento
Problema general	Objetivo general	Supuesto general				Enfoque de investigación	
¿Cómo se presentó la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020?	Analizar la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020	La narrativa audiovisual del spot analizado se maneja de manera adecuada, dando al espectador un mensaje claro y en corto tiempo	Narrativa Audiovisual	Contenido Narrativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio</li> <li>• Tiempo</li> <li>• Personajes</li> </ul>	Cualitativo	Guía de observación

		acompañado de elementos visuales y sonoros				
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Supuestos específicos</b>				<b>Nivel de investigación</b>
¿Cómo se presentó el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020?	Analizar el contenido narrativo del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020	El contenido narrativo del spot se encuentra bien estructurado en espacio, tiempo y personajes.				Hermenéutico
						<b>Tipo de investigación</b>
¿Cómo se presentó la acción del spot “¡Remontemos	Analizar la acción del spot “¡Remontemos	Las acciones en el spot se encuentran bien		Acción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento</li> <li>• Nudo</li> <li>• Desenlace</li> </ul>	Básica

este partido, Perú!", Lima, 2020?	este partido, Perú!", Lima, 2020	estructuradas en el planteamiento, nudo y desenlace.				
						<b>Diseño de investigación</b>
¿Cómo se presentó el narrador del spot "¡Remontemos este partido, Perú!", Lima, 2020?	Analizar al narrador del spot "¡Remontemos este partido, Perú!", Lima, 2020	El narrador del spot se encuentra bien estructurado bajo el concepto de narrador heterodiegético.		Narrador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autodiegético</li> <li>• Homodiegético</li> <li>• Heterodiegético</li> </ul>	Estudio de Caso
¿Cómo se presentó el sonido del spot "¡Remontemos este partido,	Analizar el sonido del spot "¡Remontemos este partido,	El sonido del spot se encuentra bien estructurado en las palabras		Sonido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sonido Ambiental</li> <li>• Música</li> <li>• Ruido</li> </ul>	



Perú!", Lima, 2020?	Perú!", Lima, 2020	emitidas por el narrador			<ul style="list-style-type: none"><li>• Silencio</li><li>• Palabra</li></ul>		
------------------------	-----------------------	-----------------------------	--	--	--	--	--

Anexo 3: Guía de observación

<b>Título de la investigación</b>	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020						
<b>Link del spot</b>	<a href="https://youtu.be/PqHFWEiTxB">https://youtu.be/PqHFWEiTxB</a>						
<b>N° de secuencia</b>		<b>Tiempo de duración</b>					
<b>CATEGORÍA</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>ítems</b>	<b>Presenta</b>	<b>No Presenta</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Narrativa audiovisual	Contenido Narrativo	Espacio	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.				
		Tiempo	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades. según la narración				
		Personajes	El spot presenta en la secuencia a una persona que asume un rol principal o				

			secundario dentro de la narración				
	Acción	Planteamiento	El spot presenta en la secuencia un planteamiento que explica al espectador el momento que inicia el suceso.				
		Nudo	El spot presenta en la secuencia un momento en el que se transmite el propósito de la narración o la función del protagonista.				
		Desenlace	El spot presenta en la secuencia un hecho de mayor relevancia dentro de la trama que logra captar la atención del espectador				
	Narrador	Autodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que relata desde su				

			perspectiva la historia que se desarrolla				
		Homodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que interviene y participa en el relato de la historia como personaje principal.				
		Heterodiegético	El spot presenta en la secuencia un narrador que no es partícipe de la historia y solo cumple la función de relatar los hechos				
	Sonido	Sonido Ambiental	El spot presenta en la secuencia sonido natural producto de la grabación sin ningún efecto realizado en la misma.				
		Ruido	El spot presenta en la secuencia objetos que chocan entre sí				

			produciendo ruido dentro de la historia.				
		Palabra	El spot presenta en la secuencia una clara vocalización por parte de los participantes que logra transmitir un mensaje al espectador.				
		Música	El spot presenta en la secuencia un espacio físico, psicológico y/o social.				
		Silencio	El spot presenta en la secuencia una duración que permite a los personajes desarrollar o realizar actividades. según la narración				

## Anexo 4: Tablas de validación de expertos



### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Luna Victoria Cabrera, Hilmer Andrés

Título y/o Grado:

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo / Campus Los Olivos

Fecha: 28/06/2021

Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020

SUGERENCIAS:-----  
-----

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 menciona al ámbito temático de la 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 el ámbito temático de la investigación?	X		
5	¿La redacción de los ítems es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con cada uno de los elementos de las subcategorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de recolección, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de recolección será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	<b>TOTAL</b>			

Firma del experto:



Hilmer Andrés Luna Victoria Cabrera



## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: VARGAS ARIAS MARIANO OCTAVIO

Título y/o Grado: LIC. CC.CC. / MGTR. DOCENCIA UNIVERSITARIA

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

Universidad que labora: UCV

Fecha: 20/10/2021

Análisis de la narrativa audiovisual del spot "¡Remontemos este partido, Perú!", Lima, 2020

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 menciona al ámbito temático de la 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 el ámbito temático de la investigación?	X		
5	¿La redacción de los ítems es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con cada uno de los elementos de las subcategorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de recolección, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de recolección será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

Firma del experto:

MARIANO OCTAVIO VARGAS ARIAS

DOCENTE, 45088071, 3960

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Vásquez Villacorta Jorge Armando

**Título y/o Grado:**

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

**Fecha: 01.07.2021**

**Análisis de la narrativa audiovisual del spot “¡Remontemos este partido, Perú!”, Lima, 2020**

SUGERENCIAS:-----  
-----

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 menciona al ámbito temático de la 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 el ámbito temático de la investigación?	X		
5	¿La redacción de los ítems es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de recolección, se relacionan con cada uno de los elementos de las subcategorías?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de recolección, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de recolección será accesible al sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de recolección es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
<b>TOTAL</b>				

Firma del experto:



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



## Anexo 5: V AIKEN

### 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:

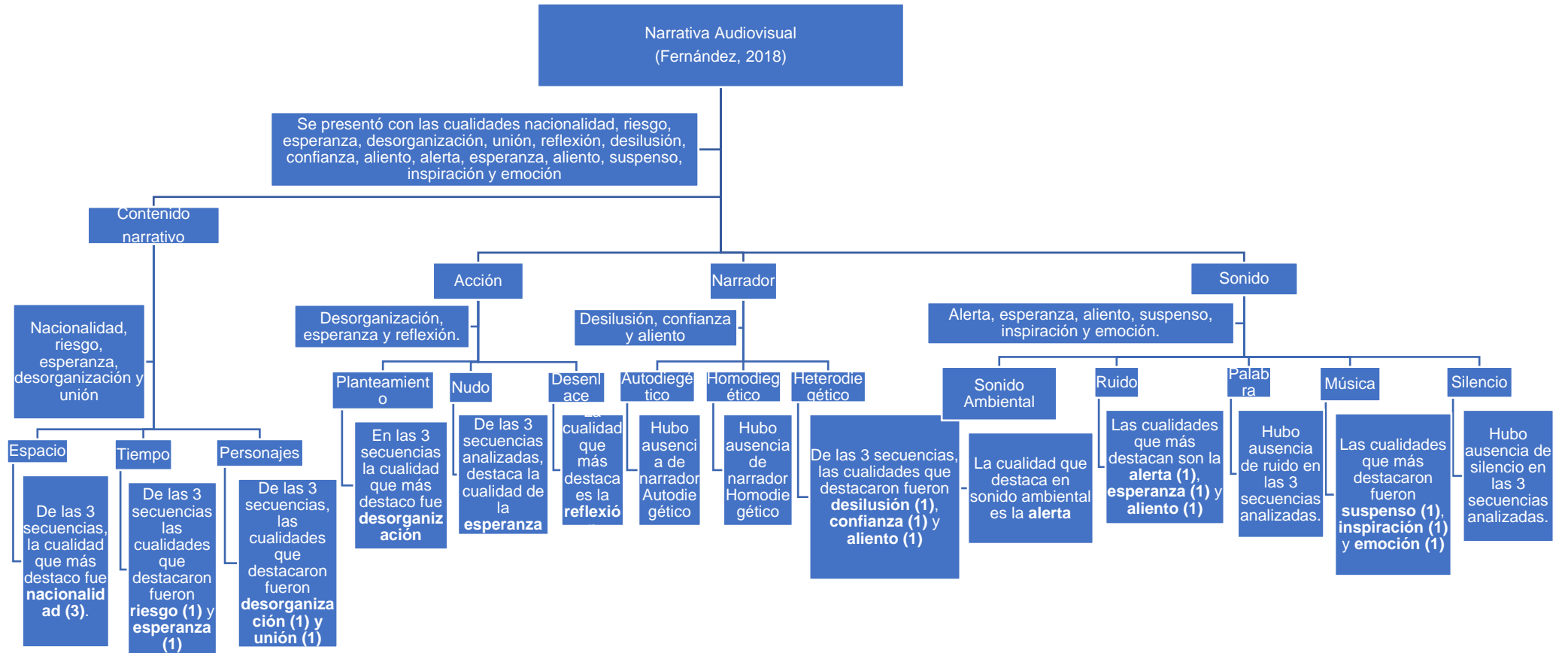
S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

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

## Anexo 6: ESQUEMA SEMÁNTICO





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL DEL SPOT REMONTEMOS ESTE PARTIDO PERÚ. LIMA. 2021", cuyos autores son ARROYO FLORES OSWALDO STIVEN, CHAVEZ JULCA KATHERIN, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 15 de Diciembre del 2021

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO <b>DNI:</b> 08018500 <b>ORCID</b> 0000-0002-5950-7848	Firmado digitalmente por: JARGOTE el 16-12-2021 15:41:09

Código documento Trilce: TRI - 0225772