



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el
posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORAS:

Eusebio Roberto, Lisbeth Angela (orcid.org/0000-0003-0716-8650)

Granados Toledo, Maria Mercedes (orcid.org/0000-0002-2724-1993)

ASESORA:

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (orcid.org/0000-0003-4279-0154)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Queremos dedicar esta tesis a aquellas personas que han estado a nuestro lado en todo momento, apoyándonos y motivándonos para seguir adelante. A nuestra familia, por su amor incondicional y su paciencia durante todas las horas que pasamos enfocados en este proyecto. A nuestros amigos, por sus palabras de aliento y su compañía en los momentos de estrés.

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a Dios por habernos guiado y dado la fuerza necesaria para llevar a cabo esta tesis. También queremos agradecer a nuestras familias por su amor incondicional, a nuestros amigos, por su compañía y ánimo en los momentos más difíciles, Y en especial queremos agradecer a nuestra asesora de tesis por su guía experta, y su valioso tiempo invertido en nosotras.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PARIONA BENAVIDES MARIELA TERESA, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", cuyos autores son GRANADOS TOLEDO MARIA MERCEDES, EUSEBIO ROBERTO LISBETH ANGELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 6.00%, 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, 11 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
PARIONA BENAVIDES MARIELA TERESA DNI: 09722329 ORCID: 0000-0003-4279-0154	Firmado electrónicamente por: MPARIONAB el 11- 07-2023 21:24:45

Código documento Trilce: TRI - 0586504



Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, EUSEBIO ROBERTO LISBETH ANGELA, GRANADOS TOLEDO MARIA MERCEDES estudiantes de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
GRANADOS TOLEDO MARIA MERCEDES DNI: 48433875 ORCID: 0000-0002-2724-1993	Firmado electrónicamente por: MGRANADOST9 el 03-07-2023 18:09:00
EUSEBIO ROBERTO LISBETH ANGELA DNI: 74910742 ORCID: 0000-0003-0716-8650	Firmado electrónicamente por: LEUSEBIO el 12-07-2023 21:46:23

Código documento Trilce: INV - 1388237

Índice de contenidos

CARÁTULA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipos y diseño de investigación	17
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	18
3.3. Escenario de estudio	18
3.4. Participantes	18
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.6. Procedimiento	21
3.7. Rigor científico	22
3.8. Método de análisis de datos	23
3.9. Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
V. CONCLUSIONES	35
VI. RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	50

Índice de tablas

Tabla N° 1: Matriz de categorización	50
Tabla N° 2: Matriz de consistencia	51
Tabla N° 3: Instrumento de recolección de datos.....	53

Índice de figuras

FIGURA N° 1: Tipos de videoclip	27
FIGURA N° 2: Relación	29
FIGURA N° 3: Técnicas	30
FIGURA N° 4: Identidad verbal	31
FIGURA N° 5: Identidad visual	32
FIGURA N° 6: Identidad sonora	33

RESUMEN

El videoclip musical de Milena Warthon, que fusiona la música tradicional peruana con elementos contemporáneos, ha generado gran interés y entusiasmo entre las nuevas generaciones. Este fenómeno ha brindado oportunidades para fortalecer el vínculo entre los jóvenes y su patrimonio cultural, así como para fomentar una mayor apreciación de la música andina. El objetivo de investigación fue analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. El estudio tuvo un enfoque cualitativo, diseño femeneológico y tipo de investigación básico.

Los participantes de estudio fueron conformados por jóvenes de la Generación Z. Se utilizó tres técnicas para la recolección de datos: La observación, la entrevista y el Focus group. Los resultados obtenidos, destacan con éxito el posicionamiento que tiene la cantante Milena Wharton en los jóvenes, quienes se sienten atraídos por su estilo musical, que combina lo andino con lo moderno. Concluyendo, que es fundamental seguir apoyando a jóvenes artistas que fomentan la promoción y representación de la cultura andina a nivel nacional e internacional, despertando el interés y participación de esta generación moderna a la música andina tal como lo hizo la cantante Milena Wharton.

Palabras clave: Videoclip, posicionamiento, pop andino, generación Z.

ABSTRACT

Milena Warthon's music video clip, which fuses traditional Peruvian music with contemporary elements, has generated great interest and enthusiasm among new generations. This phenomenon has provided opportunities to strengthen the link between young people and their cultural heritage, as well as to foster a greater appreciation of Andean music. The research objective was to analyze Milena Warthon's Andean pop music video clip in the positioning of young people of Generation Z, Lima Cercado 2022. The study had a qualitative approach, femeneological design and basic type of research.

The study participants were made up of young people from Generation Z. Three techniques were used for data collection: Observation, interview and Focus group. The results obtained successfully highlight the positioning of the singer Milena Wharton among young people, who are attracted by her musical style, which combines the Andean with the modern. In conclusion, it is essential to continue supporting young artists who encourage the promotion and representation of Andean culture at national and international level, awakening the interest and participation of this modern generation to Andean music as did the singer Milena Wharton.

Keywords: Videoclip, positioning, andean pop, generation Z.

I. INTRODUCCIÓN

La música andina es un género musical originario de los indígenas provenientes de los andes, este ha sido marginado y discriminado por asociarse a la música para “indios” encontrándose siempre en segundo plano y su difusión se ha visto limitada puesto que la programación de sus actuaciones musicales está siendo reproducidas en horarios con menor audiencia en los medios audiovisuales (Farinango, 2019). Así mismo, la música andina enfrenta desafíos en su promoción y difusión debido a la falta de financiamiento, los prejuicios contra la música folclórica y la preferencia de la industria musical por los géneros populares actuales (Castelblanco, 2019).

A nivel mundial se han generado nuevas condiciones en las que se puede desarrollar la producción y adaptación de un tema musical moldeando el proceso creativo a los géneros musicales con las nuevas tecnologías (Mejía, 2021). Y dado que la era digital tiene más influencia en la juventud, la principal forma de difusión de la música es a través de los videoclips por la misma razón que cada vez son más jóvenes que consumen plataformas digitales como el YouTube (...), convirtiendo a la música y los videoclips como el poder de influir en los valores, actitudes y comportamientos de los chicos y chicas (Monedero, 2020). Después de todo por el incremento masivo de videos musicales en las diferentes plataformas, YouTube se ha convertido como la marca líder para la reproducción de música visuales, puesto que según el portal de Statista (2023), esta plataforma alcanzó su audiencia con una aproximación de 467 millones de usuarios en el país hindú conectando a los videos sociales, luego los de EE.UU llegaron a alcanzar con una cantidad de 246 millones de espectadores, otra aproximación que obtuvo unos 142 millones de usuarios está el país de Brasil y el cuarto lugar Indonesia con una cantidad de 139 millones de usuarios.

En Latinoamérica a diferencia de los EE. UU y los países europeos, las regiones latinas cuentan con diferentes estilos y sectores de la industria musical centrándose en la producción y comercialización de su localidad, ofreciendo una gran variedad de opciones que forman parte de una riqueza de la cultura popular, (Gonzales, 2022). Aunque, Sarmiento (2021) menciona que, en los países

latinoamericanos como México, Perú y otros, han atravesado una gran afectación de la música y danza de los Estados Unidos, hacia el continente sudamericano, desde el año 1920, trayendo consigo música como el Jazz, Fox trot y otros estilos musicales volviéndose popular en las regiones para luego convertirse en un importante paisaje sonoro urbano.

En el Perú, su evolución y desarrollo también se han visto influenciados por esta corriente globalizadora. Así mismo, Mejía (2022) menciona que la música peruana cuenta con un movimiento sociocultural mestizo e heterogéneo que ha transformado el panorama social del país, puesto que la música destaca la presencia de varios mestizajes, como lo andino, afro, amazónico, criollo y por supuesto lo global y que se encuentran expresadas en distintos géneros como el huayno, la cumbia, la salsa, la música criolla, el rock, y el reggaetón, destacando la reproducción y expansión de la música y la cultura andina que ha sido afectada por las industrias Internacionales. De la misma forma, Holas (2022) expresa que la música andina tiene el poder de rescatar patrimonios culturales y valores emocionales que están desapareciendo, tratando de recuperar y mantener viva la memoria ancestral.

En Lima, López (2022) menciona que la música folclórica andina se nutre de las influencias que los migrantes encuentran al llegar a la ciudad, (...) y la nostalgia por el hogar dejado atrás y la discriminación que los migrantes experimentan son los nuevos temas en las canciones que surgieron en la capital. Pero ahora por la difusión norteamericana que tuvo su impacto en la producción local se ha realizado un proceso de transformación del paisaje sonoro de Lima, donde los compositores comenzaron a aprender a los ritmos, melodías y armonías de los nuevos géneros musicales, y comenzaron a crear sus propias composiciones más actuales, (Valladares, 2022).

En este contexto, surge la figura de la cantante Milena Warthon una joven cuyos orígenes son de la región de Ancash y Apurímac, ha impresionado a la audiencia con su habilidad para combinar la música pop con la andina y producir obras musicales maravillosas que han obtenido millones de visualizaciones en las plataformas digitales (Chávez, 2022).

Con esta información expuesta se formula el problema general. ¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022? y en los problemas específicos ¿Cómo se presenta los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?, ¿Cómo se presenta la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?, ¿Cómo se presenta las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?, ¿Cómo se presenta la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?, ¿Cómo se presenta la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022? y ¿Cómo se presenta la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Teniendo en cuenta los problemas planteados se proporciona la siguiente justificación de estudio respaldando el enfoque y los métodos utilizados en la investigación, con la **justificación teórica** se ha fundamentado bases teóricas solidas que combina diferentes perspectivas académicas relevantes. Dando uso de la teoría de la estructura rítmica de la música, que explora los ritmos y melodías, se ha empleado la teoría la acción comunicativa, la teoría del posicionamiento, la teoría de la convergencia de medios. que se centra en la forma en que las expresiones culturales obtienen atención por parte del público, como la música. Al combinar estas teorías se obtendrá una comprensión más profunda del posicionamiento que tiene el videoclip musical de Milena Warthon en los jóvenes de la Generación Z. **En la justificación practica** de esta investigación es relevante tanto a nivel académico, y cultural. Comprender el posicionamiento del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en los jóvenes de la Generación Z, esto no solo beneficia a esta investigación, sino también a artistas, productores y profesionales de la música. Los resultados de esta investigación contribuyen al área audiovisual dirigidos a este grupo demográfico específico. Además, permitirá

reconocer y valorar la importancia de la música y las expresiones culturales del pop andino en la sociedad peruana contemporánea, fomentando así la diversidad y el respeto por las tradiciones musicales locales y en la **justificación Metodológica** se sustenta mediante un enfoque cualitativo, para capturar las experiencias y percepciones subjetivas del posicionamiento de la música andina en los jóvenes de la generación z, con el uso de ficha de observación del videoclip, la técnica del Focus y la entrevista a profundidad, aportando una comprensión amplia del tema.

Por consiguiente para el objetivo general se planteó analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, y en los objetivos específicos identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Para el siguiente estudio se aprecian algunos autores nacionales que desarrollaron su investigación relacionada al videoclip musical, a continuación, se presentan los siguientes antecedentes.

García (2020) realizó su tesis que tiene como objetivo describir el quechua como un lenguaje que se encuentra excluida a convertirse un componente eficaz para los nuevos géneros musicales y que el idioma ahora es representativo en la capital de Lima. La Metodología planteada tiene un enfoque cualitativo que se centra en una revisión teórica de varios razonamientos que interpreta a la música andina tradicional y lo realizó mediante un análisis de cada performance en quechua de Sylvia Falcón, Uchpa y Liberato Kani, y luego aplicó un análisis discursivo y audiovisual de los videoclips más característicos de los artistas. Obteniendo como resultado que las performances de los tres artistas musicales contribuyeron a reafirmar esa identidad andina que en muchos casos era sometida a diferencias sociales cuando hay un encuentro con otras culturas. El autor concluye que las performances de las cantautoras Silvia Falcón, Uchpa y Liberato Kani dieron nuevas expectativas de visión sobre la identidad andina en la capital de Lima, brindando elementos tradicionales en la representación musical.

Así mismo, Carrasco (2022) planteó su tesis que tiene como objetivo analizar la danza del huayno moderno y el sonido que incorporan los artículos instrumentales que siguen al ritmo de la música, la metodología que incluyó para su tesis tiene un enfoque cualitativo con método comparativo y usó la técnica etnográfica para recolectar datos. El campo de estudio que planteó fue mediante células rítmicas del huayno de cinco regiones, estándar, norte, sur, cuarta y quinta que se acercan a los estilos de las categorías planteadas en las investigaciones, para la muestra se compararon las versiones de piezas musicales que fueron escogidas por las zonas que contenían tipos de acompañamiento y por contar con la mayor demanda musical en la capital de Lima. Dando como resultado en la actualidad los músicos tradicionales han podido posicionarse con las nuevas tecnologías e instrumentos electrónicos modernos llegando a encajar a las nuevas

composiciones musicales. El autor concluye que los músicos tradicionales han mostrado nuevos temas que están dirigidos a un público más actual brindando conciertos en la capital de Lima y es complacido que las nuevas generaciones lleven la música del huayno a otro nivel más moderno, con el mismo interés de las músicas extranjeras.

Además, Ávila (2020) realizó su tesis que tiene como objetivo explicar el desarrollo creativo y la interpretación de la música andina de las orquestas propias del Valle del Mantaro en la ciudad de Lima. El método de estudio que planteó fue mediante las técnicas aplicadas a la etnografía con un seguimiento a las redes sociales de Facebook y YouTube de la orquesta, la muestra se habría realizado mediante una reunión de entrevistas con directores de 5 orquestas musicales y recolección de datos a los miembros de cada agrupación entre 12 y 20 miembros de los grupos musicales. Se dio como resultado que las orquestas andinas se encuentran en constantes movimientos en varias ciudades de todo el país y se va expandiendo, la plataforma del YouTube ha permitido que la música tradicional andina pueda tener un alcance a más público y que puedan ser escuchadas de manera virtual. El autor concluye que para la orquesta andina Valle del Mantaro le ha permitido posicionarse en la capital de Lima, gracias a los nuevos cambios tecnológicos y modernidad, y con ideas actualizadas para nuevas composiciones.

Porcel (2021) mediante su tesis manifiesta como objetivo conocer y analizar qué capacidades se debe contar para ser parte de mujeres instrumentistas de la música andina contemporánea que es realizada en la ciudad de Lima Metropolitana, la metodología que usó tiene un enfoque cualitativo con método inductivo y consideró la etnografía, en la recolección de datos ha utilizado la entrevista, la población de estudio fue elegido a las mujeres instrumentistas que fueron parte del escenario musical andino contemporáneo realizado en Lima Metropolitana, siendo la muestra a los primeros guitarristas y percusionistas de las agrupaciones Marú y el Grupo Femenino Andina y la charanguista del Dúo Wayra, dando como resultado que se cree que las mujeres con solo ser buena

instrumentista ya es suficiente para tener un desarrollo musical, pero no es así, lo que hacen es limitar las capacidades culturales, económicas y políticas y se enlaza a la interseccionalidad. Concluye que las mujeres que pertenecen al escenario andino contemporáneo no se dejaron llevar por las probabilidades y demostraron ser instrumentistas capaces de construir sus propias agrupaciones dejando atrás algunas reglas de la música andina y lograr expandirse en otros países de Latinoamérica.

Fabián (2022) en su artículo que tiene como objetivo determinar las importantes características que son partes del arte popular y se encuentran en la región central del Perú de la ciudad de Lima Metropolitana. La metodología de la investigación cuenta con un enfoque cualitativo de tipo aplicada, con el nivel de estudio exploratorio, dando uso del método etnográfico, y el diseño es no experimental. La muestra de estudio fueron 20 participantes que pertenecen a las orquestas típicas, siendo artistas populares y a su vez consumidores de cultura de la región de Lima, Metropolitana. Los resultados que obtuvo es que la música y las danzas peruanas, representantes de la cultura andina han incluido nuevos rituales que están siendo predominada por el mercado capitalista y que a su vez este rubro está generando empleo, pero se deberá estar en constantes especializaciones y una amplia dedicación. Concluye que los conocimientos obtenidos fueron desarrollados desde la era del Tahuantinsuyo, pasando de generación en generación, llevando la historia cultural a diferentes cambios, pudiendo sobrevivir a los choques culturales modernos y ahora la música y danzas lograron tener un reconocimiento nacional convirtiéndose en patrimonio cultural.

A continuación, se presenta a algunos autores internacionales, que desarrollaron su investigación relacionada a nuestra categoría, con respecto a Farinango (2021), quien realizó la tesis, que tiene como objetivo estudiar el plan estratégico narrativo y la integración en el videoclip musical andino indígena de Ecuador. El método de investigación planteado fue realizado mediante análisis videográfico. El diseño metodológico fue realizado con la contribución de la narratología, la semiótica y estudios contemporáneos del video musical por ello tuvo como población de análisis de veinte videos musicales de agrupaciones artísticas

indígenas donde en su mayoría pertenecen a la zona norte de Ecuador y que luego han sido divididos según de las condiciones particulares en un análisis narrativo, representativo e interpretación. Los resultados mediante el análisis que realizó de los videos seleccionados seis videoclips estaban más ligados a la tradición andina familiar, relaciones amorosas y sociedad, otros 6 videos está relacionado a los rituales, mitos andinos y viajes de los migrantes andinos y continuando con los 8 restantes videoclips se ha verificado que se relaciona con el amor, desamor, problemas de alcohol, maltratos, poder, no son exclusivos de una cultura. El autor concluye que los formatos audiovisuales se ha vuelto importante para la interacción con el espectador porque el videoclip ha permitido tener provecho de su utilización, así mismo estos no solo son fines comerciales, porque su vez también permite usarse como un espacio de expresión para brindar ideas sobre lo que sucede en cualquier parte del mundo pero para un productor dedicado al audiovisual estima que la creación de videoclips es referencial para temas musicales creando una imagen e historia de la vida indígena.

Así mismo, Andrango (2020) plantea como objetivo principal de su tesis el conocimiento del videoclip musical junto con la danza Kichwa de las localidades indígenas de Cotacachi que permiten ser representativos para su cultura con constantes cambios que hay en la localidad. El método de investigación tiene un enfoque cualitativo mediante la selección de agrupaciones de videoclips musicales Kichwa. La muestra se hizo con tres videos que representan la cultura siendo las agrupaciones musicales de la danza kichwa de Humazapas, Immortal Kultura y Juyanis, de la ciudad de Cotacachi, que fueron hallados mediante la plataforma YouTube. Obtuvo como resultado que los artistas toman como importante dar a conocer los testimonios propios, vida, experiencias de los propios ciudadanos de la localidad y posicionar esta música indígena a los nuevos proyectos audiovisuales puesto que ahora la música Kichwa no es reconocida en el país. El autor concluye que el videoclip musical junto con la danza Kichwa siendo los miembros de agrupaciones de pueblos indígenas del cantón Cotacachi, representan su identidad cultural de una forma artística con una combinación de músicas tradicionales, idiomas, patrimonios propios, es así que para creador audiovisual se considera

como instrumento primordial que permite representar la música sin dejar atrás las culturas.

De igual importancia, Farinango (2021) realizó su artículo que tiene como objetivo analizar la relación de los elementos fundamentales que incluye en el contexto estructurado del videoclip musical de los grupos artísticos indígenas de la ciudad de Otavalo en Ecuador. La metodología que planteó tiene un enfoque cualitativa con análisis narrativo, teniendo la población de estudio a tres videos populares de las agrupaciones musicales de la ciudad de Otavalo, Paygupa de Mana Maymanda, Warmigu e Ñucanchi Ñan y Shungu Fakigu del artista Azamakuna, puesto que poseen elementos narrativos y este incluida la música Kichwa, dando como resultado que los videoclip analizados relaciona la música con el amor además de dirigirse a un público de clase media y popular de las comunidades indígenas. Concluye que los análisis que fueron realizados permiten conocer cuáles son los puntos a resaltar para estructurar un videoclip musical andino indígena.

Aguilar (2019) en su tesis planteó como objetivo indagar las músicas andinas en Ecuador, del siglo XX y la representación e integración del andino en los temas folclóricos nacionales y de protesta. La metodología que planteo tiene un enfoque cualitativo y usó la técnica de la etnografía, aplicando la entrevista semiestructurada. La población de estudio se enlaza en varios conciertos que fue realizado en Quito, Sangolquí y Otavalo entre los años 2015 y 2017 con una muestra realizada de 425 personas entre hombres y mujeres entre las edades de 16 a 50 años que pertenecen a estratos socioeconómicos, alto, medio y bajo. Concluye que en la actualidad las músicas andinas en Ecuador están siendo influenciadas con éxito por los grupos bolivianos Los Kjarkas, teniendo una estabilidad social y política, posterior a la dictadura boliviana y ecuatoriana, permitiendo posicionarse en una economía rentable.

Por último, según Badillo (2021), planteó en su tesis que tiene como objetivo implementar una planificación pedagógica donde implique las TIC y favorezca la enseñanza de la Música Andina Colombiana del Eje cafetero en los alumnos del

8vo grado de la Institución Educativa Antonio Holguín Garcés de Cartago Valle, La metodología que implementa para el estudio tiene un enfoque cualitativo, y el método que se incluyó tiene como nombre acción participativa de tipo descriptivo, su población de estudio fueron conformados por 160 educandos entre los 12 y 15 años de edad de la I.E. A.H.G la técnica de muestra lo estimó como no probabilística, pero se planteó con una muestra intencional con la ayuda de 20 estudiantes de los grados 8°1, 8°2, 8°3 y 8°4. Los resultados que obtuvo, permitieron evidenciar que el plan de enseñanza que fue abordado, fue pertinente comprender el problema que fue planteado, logrando conseguir los objetivos propuestos al igual de los supuestos formulados. El autor concluye que los videos mostrados hacia los estudiantes, ayudaron para dar a conocer la música andina Colombiana del Eje Cafetero, hacia los estudiantes del octavo grado de la I.E A.H. G, permitiendo que los aprendizajes sean más prácticos y que puedan conocer más sobre el pasillo y el bambuco e implementando estrategias de las TIC, todo con la finalidad de aumentar la identidad cultural de Cartagueña de la comuna 7 de Cartago.

Para comprender la categoría del videoclip musical fue relevante dar una sustentación a este estudio respaldando con algunas teorías, como estructura rítmica de la música, la acción comunicativa y la teoría del posicionamiento permitiendo ser base para la investigación.

Cooper y Meyer (2000) conceptualizan la teoría “Estructura rítmica de la música” como el estudio de la música los ritmos y melodías forman parte de un resultado de interacción con la intensidad, el timbre, armonía y tiempo de una composición musical, así mismo se puede mencionar en tres modelos básicos como el pulso, donde los estímulos captan los sonidos repetidas veces en la mente junto con su musculatura después de haber escuchado alguna música, el compás que mediante los patrones musicales puede llegar a percibirse la métrica del sonido, el ritmo diferencian las partes de las notas altas y bajas de la composición y es independiente del compás.

Al respecto, Habermas (1982) define la teoría de la “La acción comunicativa” como la sociedad que se esfuerza por dar la razón a las reglas y normas críticas de que hace uso, que igualmente concierne con la interacción social que puede tener el hombre para llegar a comunicar mediante el signo lingüístico del emisor al receptor, articulando la racionalidad comunicativa como tema principal junto con la filosofía del lenguaje moderno, la antropología de la cultura, la teoría crítica entre otros. El autor clasifica las acciones sociales como acción comunicativa y acción estratégica, que se basa en estrategias encubiertas como la comunicación sistemáticamente distorsionada y la manipulación, luego está la acción abiertamente estratégica.

Por otro lado, Ries y Trout (1980) conceptualizan “La teoría del posicionamiento” como un sistema organizado que pueda centrarse en la mente, donde la comunicación debe ser usada en los momentos adecuados, y en una situación estable del consumidor. La publicidad tenía sus mejores tiempos para captar la atención del público como es en la era del producto donde la venta se establece de acuerdo a las características del producto, la era de la imagen, donde las empresas se dieron cuenta que lo más importante era tener una buena imagen y reputación para poder vender un producto, luego está la era del posicionamiento donde se verificó que no faltaba solo en el uso de la creatividad, sino centrarse en la mente del comprador.

Igualmente, Jenkins (2006) conceptualiza la teoría de la convergencia de medios a los cambios en la forma en que los medios de comunicación operan y se interrelacionan en la era digital. Esta teoría sostiene que la convergencia tecnológica y cultural ha llevado a la fusión de distintos medios y plataformas en un único entorno mediático.

Para sustentar el presente trabajo de investigación, se establecieron los siguientes enfoques conceptuales que permiten mejorar la comprensión de las categorías planteadas junto con sus respectivas subcategorías y códigos

Los autores Gaona y Sedeño (2018) definen el videoclip musical como un paisaje sonoro, palabras compuestas por Shafer para integrar sonidos ambientales con los nuevos instrumentos tecnológicos que ahora se contempla en la modernidad, pero en si la música y el ruido estuvo presente desde el siglo XX. A su vez el videoclip es desarrollado como una publicidad donde es incorporado la música popular (...) para despertar emociones al espectador como placeres visuales y físicos van de acuerdo a las técnicas de quién se encarga en la postproducción.

Por esta razón para definir la subcategoría que es los tipos de videoclip musical, explica Sedeño (2020) que estos tipos son las técnicas más empleadas y que permitirán diferenciar la música de acuerdo a su género como el pop, dance, electrónica, hip hop entre otros, puesto que ahora existe una gran variedad de videos musicales y eso genera dificultad poder distinguirlas en la actualidad.

Como primer código, está el narrativo que según Farinango (2021) conceptualiza la disponibilidad de integrar imágenes con historias, es un tipo de videoclip que recién se está integrando en los videos musicales (...) siendo un instrumento poderoso para demostrar la realidad, como lo es con la cultura andina que puede integrar personajes, acciones y un ambiente natural, obteniendo toda la atención del público. El segundo código de los tipos de los videoclips es el conceptual, donde Vegas (2021) supone que son los elementos que integran en una escena (...) y su ilustración conceptual, puede apartar los elementos que tienen o no algunos detalles, o a su vez puedan estar conformados por el uso de muchas técnicas que son usados con libertad, para el agrado del artista en la presentación final de su música. El tercer código de los tipos de videoclips es el performance que según Cristóbal (2018) conceptualiza como el texto musical donde el artista tiene la libertad de expresar la creatividad e interpretar su obra (...) y más allá del texto, involucra el nivel de indagación y reflexión de las siguientes prácticas discursivas. Y el cuarto código de los tipos de videoclips es el mixto que según Suing et al. (2019) definen el videoclip mixto como la combinación de videoclips descriptivos, como el uso del performativo con el conceptual o puede ser la utilización del performativo con el videoclip narrativo.

Para la segunda subcategoría que permitirá ser parte de esta investigación es la relación que según Gutiérrez (2018) menciona que la relación es un término que hace referencia a la conexión entre dos o más cosas y en el ámbito audiovisual, las producciones utilizan la relación con la realidad de manera notoria para crear una experiencia más inmersiva y atractiva, mediante la estimulación de nuestros sentidos con imágenes y sonidos, imitando a la realidad o transformarla, pero estableciendo una conexión entre los elementos presentados.

Tales son como la relación de tres elementos de estudio, la música, imagen y texto, que serán conceptualizados con los siguientes códigos, Música e Imagen, Lorenzo (2022) menciona que la música e imagen incorpora aspectos más volátiles, con la presentación de códigos culturales y da a entender el diseño de los sonidos (...) su uso involucra integrar melodía, ritmo a la música e interpretarlas en la pantalla. Así mismo el segundo código concierne en la imagen y texto, Tirado y Doménech (2021) refieren que la imagen y texto, estarán siempre juntos y serán usados para dar a comprender el contexto de una imagen hacia la audiencia, como lo es con las redes sociales donde el texto está presente, como en la descripción del video o subtítulos o el título mismo del video.

Para la tercera subcategoría está relacionado a las técnicas del videoclip musical, Sedeño y Guarinos (2021) mencionan que las técnicas para un videoclip musical benefician a la postproducción digital, puesto que se encargan en las ediciones de imagen del artista en vídeo.

En este sentido, Fenoll (2018) menciona unas de las técnicas que es establecido como código de investigación, es la animación, facilita un testimonio performativo, puesto que al lado del personaje se presentan imágenes animados obteniendo protagonismo en la narración del vídeo. En otras palabras, los videos que integran animaciones a sus vídeos, suelen ser más llamativos para captar la atención del público. El segundo código es la realización, según León (2018), refiere que la realización es parte del rodaje de un video y que necesita de preproducción para planificar y seleccionar las ideas para luego pasar a la postproducción.

Continuando con la siguiente categoría, el posicionamiento, Chacón (2018) define el posicionamiento como la principal técnica de la mercadotecnia que en este caso se aplica a todos los productos, servicios, personas, instituciones o empresas (...) no considerando como un concepto estático puesto que desde hace 45 años se generó cambios en el mercado, para empresarios y consumidores, involucrando la mente junto con las nuevas tecnologías, sociales, culturales entre otros, que va de acuerdo al entorno de vida de la sociedad.

La primera subcategoría de estudio del posicionamiento, es la identidad verbal. Según Rivero (2021), la identidad verbal o lingüístico hace mención a los nombres de marcas de productos o servicios, elementos gráficos, el logotipo, el color e identidad corporativa obteniendo resultados para posicionar el nombre en la mente de los consumidores.

Como primer código de la identidad verbal es la pronunciación que según García (2020), menciona que puede ser diferente por el tipo de idioma que se está pronunciando a su vez las palabras o consonantes e incluyen en acento en algunas, es decir que la pronunciación depende del idioma que se habla y el sonido de la voz sale de la boca. El segundo código de la identidad verbal es el mensaje. Según Gas (2019), refiere que es el modo subjetivo y se posiciona en el yo, en este caso de un artista que se dirige a la sociedad mediante las redes sociales como el YouTube, Facebook y otras redes para poder comunicarse o llevar el mensaje a todos sus seguidores.

La siguiente subcategoría del posicionamiento es la identidad visual, Castillo y Vinuesa (2019) explican que la identidad visual viene a ser la línea gráfica que representan a las empresas como su logotipo, tipografía, la cromática que serán usados para sus promociones o así mismo publicar en las redes sociales como el Facebook, es así que se ha convertido en un elemento fundamental para poder fidelizar a los consumidores.

Como primer código de la identidad visual está el isotipo, donde Carbache et al. (2019), mencionan que esto simboliza a la marca de algún producto o servicio

y que solo se integra el uso de la imagen sin necesidad de agregar la tipografía, Asimismo está el segundo código. García (2021), explica que el Logotipo es de carácter tipográfico, el uso de las palabras complementa a la figura de la marca, dándole sentido a las letras o también si se integra alguna imagen o gráfico, sería isologo en el diseño, pero en este caso la letra puede estar constituida en una palabra solamente. También, Maza et al. (2020), explican el tercer código que son los colores siendo elementos fundamentales para incluir en un diseño puesto que eleva el significado de la marca mediante la gama de colores, luces, contrastes, el tono, pero se debe conseguir que color establecería mejor a la imagen de marca. Después Feijoo y Pávez (2019) explican como cuarto código, la apariencia es la imagen que puede ser real o animada que se busca tener calidad en el video hecho por aficionado o profesional, teniendo en cuenta los colores que se va a incluir, los planos estructura y el montaje que se puede encontrar en el cuadro de imagen. Y por último dentro de los códigos de la identidad verbal, Rodríguez (2018) menciona el vestuario que es el que crea la señal de impresión, para estar presente en cualquier situación, las señales específicamente muestran la imagen de la persona (...) la ropa tiene la posibilidad de tener una comunicación como la nacionalidad, etnia, cultura entre otros.

La tercera subcategoría del posicionamiento es la identidad sonora que según Galván y Rivera (2021), mencionan que la identidad sonora son aquellos sonidos que generan diferentes tipos de emociones a su vez despierta recuerdos pasados de una persona, desde las significaciones individuales, despierta los estímulos de alguien por el sonido, como lo es con la música.

Como primer código, Giménez y Leibovich (2019) refieren a los instrumentos musicales como la creación de una imaginación activa, sensibilidad estética, despertando los sentimientos, curiosidad intelectual, para quienes los tocan. El segundo código es la voz, Mota (2018) explica que la voz viene a ser de la identidad sonora de las personas, mediante la voz se puede reflejar la personalidad, como el llanto, la risa, los gritos, que dan a diferenciar las emociones, y el tercer código de la identidad sonora son los equipos de sonido. Según Torres (2020), los equipos de sonidos vienen a ser la creación de música, es un trabajo colaborativo de los

músicos y el director de arte se juntan para crear una nueva composición musical tomando en cuenta el tiempo, dinero y esfuerzo para luego buscar un beneficio artístico.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación:

La presente investigación se planteó con el tipo de investigación básico, Ballestín y Fábregues (2019) porque su desarrollo es de marco académico, universitario que se encuentra en la elaboración de una investigación científica, con la idea de que los estudios puedan permitir ampliar el conocimiento de la realidad.

3.2.2 Diseño de investigación

El diseño del estudio es fenomenológico, Vaquer (2018) refiere que este estudio consiste en tomar de importancia al objeto de la conciencia en el mundo, cambiar la idea hacia un sentido o significado por el cual el objeto es experimentado.

El método de estudio es considerado inductivo porque, López y Ramos (2021) informa que concierne con el reconocimiento de la inducción como la forma de razonamiento en donde al obtener un conocimiento más general, puede pasar a ser menor dando a evidenciar cual es lo común de los fenómenos individuales

No obstante, también es de método interpretativo puesto que, Iglesias (2021) concierne en la necesidad de incluir a la investigación a la observación de los participantes y el contexto, para para el conocimiento de la acción social, dejando a un lado el estudio de la naturaleza positivista e incorporando el punto de vista interno.

Así mismo la investigación es de enfoque cualitativo que según Sánchez (2019) menciona que este enfoque busca generar conocimientos científicos, estudiar los fenómenos de la sociedad que luego será aplicada a los métodos y técnicas que tiene por finalidad contrastar la hipótesis, generar leyes y sus teorías.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

Para el desarrollo de la tesis se tuvo que iniciar con la obtención de la categorías y subcategorías para el proceso de análisis, teniendo como el videoclip musical y el posicionamiento como parte de las categorías y en cada una tiene sus subcategorías considerando así, para la primera categoría, los tipos de videoclip, relación y técnicas e igualmente para la segunda categoría se consideró, la identidad verbal, identidad visual y la identidad sonora. (Anexo 1)

3.3 Escenario de estudio

El presente estudio se enmarca en un análisis audiovisual que se desarrolló mediante la utilización de un videoclip musical llamado “Maravilloso” publicado en la página oficial de YouTube de la cantante Milena Warthon, quien ha ganado reconocimiento artístico recientemente, especialmente en la pandemia debido a las redes sociales. En ese contexto el videoclip de la artista fue publicado en el año 2022, logrando la aceptación del público peruano en especial a los jóvenes utilizando la plataforma de YouTube, puesto que integró, identidad cultural del Perú que se puede apreciar en el video, además de poder ser visualizada con una calidad de hasta 4k utilizando las nuevas herramientas de producción audiovisual.

3.4 Participantes

En este estudio, se tiene como tema el Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Los participantes seleccionados para el estudio fueron jóvenes

pertenecientes a la Generación Z, que según la definición de IPSOS (2023), comprende a adolescentes y jóvenes entre las edades de 13 a 25 años de edad. Sin embargo, la muestra seleccionada se consideró a los jóvenes adultos entre 18 a 25 años de edad puesto que su pensamiento es distinto al de un adolescente y se espera obtener resultados más precisos para la investigación.

En cuanto a las características de los participantes, se ha logrado tener la presencia de 2 hombres y 8 mujeres. En relación a su ocupación, se encontraron diferentes perfiles, incluyendo estudiantes universitarios, personas empleadas y aquellos en busca de empleo. En términos de nivel socioeconómico, la mayoría de los participantes pertenecen a la clase media. Además, es importante destacar que todos los participantes residen en el distrito de Cercado de Lima.

La muestra seleccionada para este estudio se realizó con el método de selección, específicamente de tipo intencional o de juicio, puesto que se ha seleccionado a jóvenes del distrito de Cercado de Lima que cumplan con las características demográficas establecidas donde después se les ha enviado una invitación a sus redes sociales para participar de un Focus group y esto se ha realizado de manera virtual por Google Meet.

Además, se realizaron entrevistas con tres artistas destacados de la música andina o música folklórica que cuentan con años de experiencia en la composición y vocalistas de este género musical. La entrevista se realizó con el fin de conocer sus opiniones con relación a las preguntas planteadas con los códigos de investigación. A través de sus comentarios de los artistas, se esperó obtener una visión más completa del panorama actual de la música andina y su relación con el público joven, así como también conocer su perspectiva sobre el posicionamiento que tiene el pop andino en la industria musical.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para llevar a cabo este trabajo de investigación se ha utilizado algunas técnicas que fueron primordiales para el desarrollo de la tesis, siendo así, se utilizó la técnica de la observación, utilizando este instrumento de registro se permitió tomar notas detalladas mediante un análisis formal audiovisual del videoclip “Maravilloso”, escrita y cantada por Milena Wharton. Estos fueron recolectados según los códigos de investigación que se encuentran en la matriz de categorización, y se obtuvo como guía el artículo de Farinango (2021) para la elaboración de la ficha.

Asimismo, se usó la técnica del Focus group, llevando a cabo en primer lugar una exhaustiva búsqueda en las redes sociales para seleccionar a 10 jóvenes participantes, considerando principalmente su edad y lugar de residencia en el distrito Cercado de Lima, con el objetivo de representar a la generación Z en el estudio. Una vez seleccionados, se programó una fecha y hora específicas para la reunión, teniendo en cuenta la limitada disponibilidad de tiempo de los participantes. Dado el contexto, la reunión se llevó a cabo de manera virtual, utilizando los códigos de estudio previamente establecidos para generar las preguntas que permitieran obtener una opinión precisa sobre el tema en cuestión.

Durante el Focus group, se aplicó una ficha diseñada para recopilar los datos de los participantes, incluyendo sus nombres completos y edades, en línea con el objetivo planteado en el estudio. Se utilizó una presentación de diapositivas para guiar la discusión durante la reunión, y las preguntas fueron formuladas de acuerdo con los códigos establecidos en el proyecto. Además, se empleó una matriz para recopilar y relacionar los datos obtenidos del Focus group, teniendo en cuenta las respuestas brindadas por cada participante.

En el marco de este estudio, se empleó la técnica de la entrevista a profundidad como método para recopilar datos relevantes. En esta técnica, se seleccionaron tres artistas destacados en el género musical andino o folclórico, quienes cuentan con años de experiencia en este ámbito. Para la recolección de datos, se utilizó una ficha que recopila información detallada, como los nombres completos, nombres artísticos y ocupaciones de los entrevistados. Asimismo, se

diseñaron seis preguntas relacionadas con seis códigos de investigación, las cuales se seleccionaron en base a la familiaridad de los participantes con el tema en cuestión. Este enfoque permitió obtener datos más sólidos respecto a la música andina y su posicionamiento en los jóvenes de la Generación Z.

3.6 Procedimiento

Inicialmente se empezó con un análisis informativo, del videoclip “Maravilloso” de la cantante Milena Wharton, llamado “Maravilloso”, dando uso de la ficha de observación se pudo tener una descripción del videoclip, sobre el concepto, imagen, música, objetos, vestimentas, que integran al videoclip para después recolectar datos que son de acuerdo a los 18 códigos de investigación.

Para coordinar el Focus group, se comenzó con la búsqueda mediante las redes sociales de Facebook e Instagram, logrando encontrar jóvenes que tengan las mismas características del estudio, logrando convencer a formar parte de la investigación, se realizó algunas preguntas como el tiempo de disponibilidad y a que se dedica, logrando más tarde realizar una invitación digital para asistir al Focus group, siendo de acuerdo a la disponibilidad de tiempo se realizó en la noche y con fecha 22/05/2023. Durante la reunión presentó las diapositivas realizadas explicando los objetivos de investigación y se realizó las preguntas que fueron planteadas igualmente con los códigos de investigación.

En el caso de la entrevista, se usó el método de selección mediante la red social de Facebook, logrando la aceptación de tres artistas dedicados a la música andina, donde se explicó el tema de investigación y se coordinó una fecha según el tiempo disponible de los cantantes, dos de ellos permitieron continuar con la entrevista mediante virtual, por medio de Google Meet y uno se coordinó una dirección de encuentro, para realizar la entrevista. Durante la reunión, se presentaron brindando sus nombres completos y nombres artísticos que es utilizada para sus presentaciones musicales, luego se realizó las preguntas que fueron relacionadas a los códigos de estudio.

Para el análisis de los resultados, se utilizó el software de análisis cualitativo Atlas.ti. Este programa fue utilizado para examinar las respuestas proporcionadas por los participantes, tanto los jóvenes de la Generación Z, y los artistas musicales andinos, donde luego se ha logrado profundizar el posicionamiento de estos últimos con respecto a la música andina. La utilización de Atlas.ti facilitó el análisis de datos cualitativos y facilitó el reconocimiento de regularidades, tópicos y tendencias presentes en las respuestas brindadas de los participantes.

3.7 Rigor científico

La presente investigación cumple con el rigor científico por su calidad, puesto que, Alcalde (2019) menciona que la calidad es lo estable que tiene un producto o servicio y que es permisible usarlo, a su vez este estudio brinda información eficaz, que permitirá desarrollar la metodología del estudio y se incluye criterios que son considerados fundamentales para su validez.

Se hace mención al primer criterio primordial para este su desarrollo, la credibilidad que según De Torres y Gómez (2020) mencionan que la credibilidad es para quien se la trabaja, es la confianza que se obtiene de quien la siente. en otras palabras, las informaciones obtenidas son creíbles y para poder conseguir la confianza.

Otro criterio que tomamos en cuenta es la confirmabilidad que según Silva y Soares (2020) refieren que la confirmabilidad es la capacidad de que los resultados de la investigación puedan ser comprobados por otros (...), se relaciona con la imparcialidad de la investigación, lo cual implica que los resultados obtenidos no deben estar influenciados por prejuicios o suposiciones del investigador.

El siguiente criterio es la transferibilidad que según, Espinoza (2020) sostiene que este criterio consiste en la capacidad de aplicar los resultados de una investigación en otros contextos y situaciones. Así mismo el mismo autor explica sobre otro criterio que es la consistencia o también llamado replicabilidad,

refiriéndose a este criterio como la estabilidad de los resultados de la investigación científica, donde en el caso de los cualitativos, esta estabilidad no se garantiza debido a la diversidad de situaciones que pueden surgir durante el proceso del estudio.

3.8 Métodos de análisis de datos

Para el análisis de los datos obtenidos en la observación del videoclip musical, el Focus group y las entrevistas a los tres artistas musicales andinos, se ha tomado como base los objetivos específicos de la investigación con el fin de interpretar los resultados utilizando las subcategorías de estudio, siendo los tipos de videoclips, relación, técnicas, identidad verbal, identidad visual e identidad sonora. Mediante las mencionadas se ha permitido desarrollar los resultados a partir de las seis respuestas obtenidas en las entrevistas a los artistas musicales andinos, así como de los seis objetivos específicos de investigación, y con el método de la interpretación de se logró recopilar seis resultados obtenidos del Focus group y seis interpretaciones obtenidas de la ficha de observación, de acuerdo a las subcategorías. Así mismo mediante el uso del método de triangulación, se desarrollaron los hallazgos al combinar diversas fuentes de información y perspectivas.

La triangulación comprende el uso de varias técnicas de investigación para obtener confirmación y validez en los resultados obtenidos. Al combinar diferentes tipos de investigación, se logra la verificación cruzada y se aumenta la credibilidad e integridad de los hallazgos. El propósito es lograr un equilibrio entre las diferentes perspectivas y confirmar los resultados a través de la convergencia de estas perspectivas. (Jiménez, 2021)

La finalidad de este análisis ha sido demostrar los elementos que componen el videoclip musical del pop andino, y cómo el uso de nuevos métodos logró obtener resultados precisos de las respuestas obtenidas por parte de los entrevistados y a su vez conocer como la música andina interactúa con las nuevas generaciones.

3.9 Aspectos éticos

La investigación se basa en fuentes confiables de la comprensión y análisis que el investigador ha realizado de los datos obtenidos. Toda la información relacionada con terceros se ha manejado con un nivel máximo de confidencialidad. El estudio se diseñó cuidadosamente para cumplir con las leyes y no tiene como objetivo perjudicar a nadie. Para su realización fue determinada la observación de varios artículos, libros, tesis que permitieron complementar el estudio, y para su estructura, se siguió los puntos de la guía que es propuesta por la Universidad César Vallejo, respetando siempre las normas APA, 7ma edición.

De esta forma se presentan seis aspectos éticos que han sido considerados para la elaboración de la investigación y se describen a continuación.

El primer aspecto ético es la competencia profesional y científica, que se refiere a la combinación activa de recursos individuales, sistemas complejos de entendimiento y actuación que engloban habilidades de pensamiento, expresión y acción, así como la disposición y motivación para pensar, expresarse y actuar, es así que estas competencias se utilizan para comprender la complejidad de las situaciones en las que se desea estudiar, así como para elaborar, planificar, implementar y realizar una evaluación de los enfoques específicos utilizados para llevar a cabo acciones determinadas. (Cuadra, Castro y Juliá, 2018)

El segundo aspecto ético es la justicia que se relaciona con la responsabilidad de garantizar una distribución equitativa de los riesgos y beneficios asociados a la participación en un estudio de investigación. Para lograr esto, es fundamental reclutar y seleccionar a los participantes de manera imparcial. El principio de justicia impide la exposición de un grupo de personas a situaciones de riesgo con el único propósito de beneficiar a otro grupo. (Álvarez, 2018)

La libertad es otro aspecto ético a considerar y va más allá de la ausencia de restricciones, sino también un contexto de posibilidades y habilidades que brindan un espacio para la acción constructiva. (Cortés, 2018)

El principio de no maleficencia es fundamental en la investigación. Se basa en la intención de evitar causar daño o poner en riesgo a otras personas, buscando prevenir cualquier forma de afectación hacia ellos. (Motloba, 2019)

Otro aspecto importante es el respeto a la propiedad intelectual. La doctrina sostiene de manera unánime que la propiedad intelectual confiere al titular un derecho exclusivo y excluyente sobre su objeto, lo cual se deriva de la naturaleza intrínseca de dichos derechos. (Cándano y Moreno, 2019)

Por último la transparencia es esencial para la investigación. Se refiere a la divulgación de información con el propósito de mantener a la población informada y ser responsable ante ella, (...) dando la posibilidad de reutilizar dicha información para otros formatos de investigación. (Díez y Renedo, 2020)

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados derivados del análisis de datos recopilados de tres cantantes de música andina han sido procesados utilizando el software Atlas.ti, una herramienta de investigación cualitativa que facilita la triangulación y clasificación de las respuestas. Con el propósito de comprender las similitudes y diferencias en las respuestas de los sujetos de estudio, se han aplicado códigos a las categorías, subcategorías y criterios de estudio identificados.

Esta metodología de codificación ha permitido una organización exhaustiva y sistemática de los datos obtenidos, brindando una estructura ordenada para analizar y extraer conclusiones significativas. Al asignar códigos a las distintas temáticas emergentes en las respuestas de los cantantes, se ha logrado una mejor comprensión de los aspectos comunes y las variaciones presentes en sus experiencias y opiniones. Del mismo modo, Espriella y Gómez (2020) en el marco de la teoría fundamentada desarrollada por los sociólogos Glases y Strauss (1965) señala que la codificación es clave de la teoría fundamentada porque implica asignar códigos a los diferentes temas y categorías emergentes en los datos, proporcionando, así tener una estructura ordenada para poder analizar los datos y extraer conclusiones significativas.

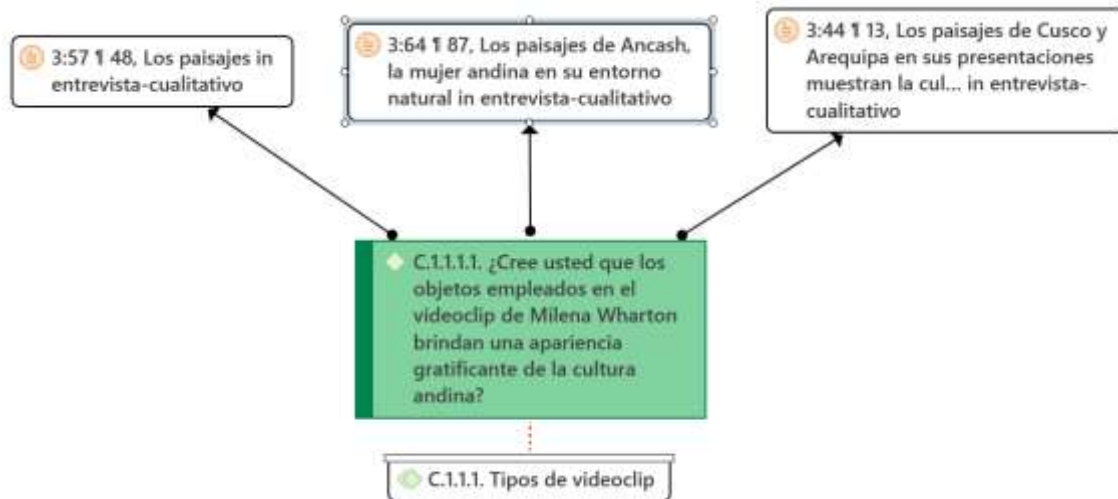
Al utilizar Atlas.ti como herramienta para este proceso de análisis, se ha facilitado la identificación de patrones y tendencias en las respuestas, así como la comparación entre los diferentes participantes. Esto ha permitido una interpretación más precisa y confiable de los hallazgos, promoviendo la validez y la objetividad en la investigación.

En relación al objetivo general: Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, los entrevistados expresaron que los videoclips de Milena Warthon están ejerciendo un posicionamiento significativo en los jóvenes de esta generación. Según los participantes, este posicionamiento se debe en gran medida a la combinación única que Milena Warthon, que logra fusionar la música andina y el pop, convirtiéndose en un género ampliamente escuchado por los jóvenes en la

actualidad. Esta fusión de estilos musicales ha capturado la atención de la Generación Z, generando un aumento notable en su interés y participación en la música andina. Del mismo modo, Molano (2018) refiere que la fusión de géneros musicales, como la música andina y el pop, puede ser vista como una forma de revitalizar y liberar el pensamiento indígena, donde las nuevas generaciones pueden encontrar en estas, una conexión con sus raíces culturales y una forma de expresar su identidad. Es así que el videoclip de Milena Warthon ha demostrado ser especialmente atractivo para los jóvenes, ya que no solo presenta una propuesta musical fresca y moderna, sino que también incorpora elementos visuales cautivadores y una estética contemporánea. La combinación de la música andina y el pop, género popular entre los jóvenes, ha generado un aumento en el interés y la participación de esta generación en la música andina. Del mismo modo en la teoría de la convergencia de medios desarrollada por Jenkins (2006), refiere que los medios están rompiendo las barreras tradicionales entre los diferentes medios, como la televisión, el cine, internet y las redes sociales y que ahora se está generando nuevas formas de producción, distribución y consumo de contenidos, como en la música, el video y las redes sociales. En el caso del videoclip de Milena Warthon, el atractivo visual y estético del videoclip también ha sido clave para su aceptación entre los jóvenes, proporcionándoles una forma de expresión cultural contemporánea y en sintonía con sus preferencias.

Con respecto al objetivo específico 1: Identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Figura 1. *Tipos de videoclip*



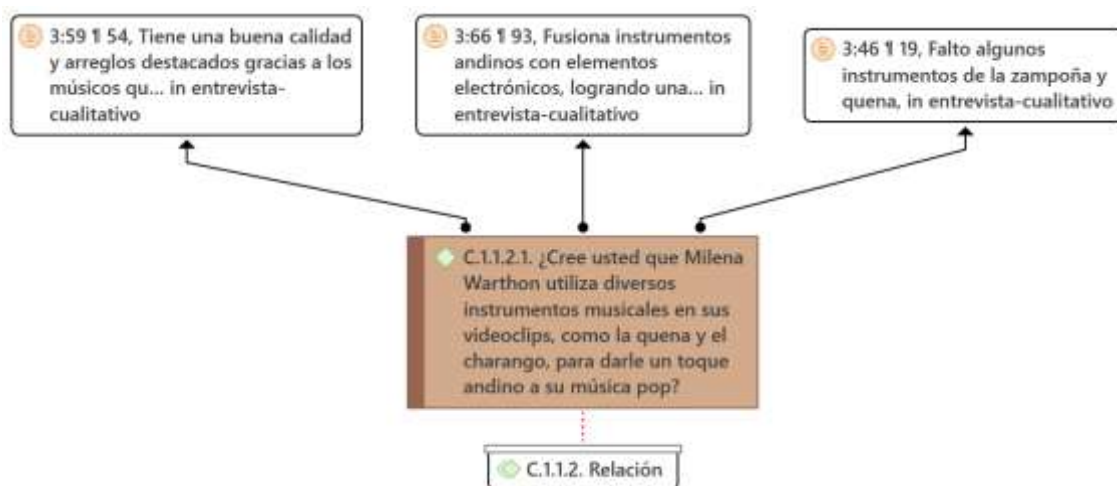
Nota: Respuestas del criterio Tipos de Videoclip.

La figura 1 muestra los resultados obtenidos de los E1, E2 y E3 quienes mencionaron que los paisajes son uno de los elementos esenciales en los videoclips de Milena Wharton, los cuales describe cómo se valora y aprecia la representación de la cultura y los colores andinos del Perú en los videoclips. Los paisajes retratados en los videos son elogiados por su belleza, y se reconoce la cuidadosa selección de lugares tanto interiores como exteriores, lo que refleja una excelente producción en los videoclips. Fabián (2022) reconoce que la música y las danzas peruanas son elementos fundamentales de la cultura andina. Los representantes de la música andina, como Milena Wharton, se dedican constantemente a perfeccionar su arte y a especializarse en su género musical. La dedicación y el compromiso de los artistas andinos contribuyen a preservar y difundir la riqueza cultural de la región. Asimismo, los participantes del Focus group mencionaron que el video musical de Milena Warthon ha dejado una huella significativa, generando una respuesta positiva y enriquecedora. Se destaca el uso de imágenes simbólicas, especialmente la ventana como metáfora destacada, que ha despertado sorpresa, admiración y curiosidad entre los espectadores. Esta representación simbólica invita a explorar y apreciar la cultura y los paisajes de Perú de una manera única y cautivadora. La presencia de Machu Picchu en el video ha generado un profundo orgullo peruano, conectando emocionalmente a los espectadores con su identidad y raíces. Por otro lado, en relación a la ficha de observación el videoclip de Milena Wharton narra un viaje a través de los diversos

paisajes de los Andes y el Valle Sagrado del Cusco, destacando las maravillas, el pueblo y la cultura de la región.

En relación al objetivo específico 2: Explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Figura 2. *Relación*



Nota: Respuestas del criterio Relación.

Las respuestas proporcionadas por los E1, E2 y E3 señalan que, en el último video de Milena Wharton, titulado "Warmisitay", se percibe la ausencia de instrumentos tradicionales como la zampoña y la quena. En su lugar, se utilizan el teclado electrónico y otros instrumentos electrónicos. Esta elección musical puede generar opiniones diversas entre los entrevistados, ya que algunos podrían preferir una mayor presencia de instrumentos tradicionales en la música andina. Por su parte, Garcia (2020) menciona que la voz es uno de los elementos más distintivos de un artista musical y juega un papel fundamental en la reafirmación de su identidad y junto a ello, deben estar acompañados instrumentos que ayuden a potenciar la voz de la cantante. Por otra parte, en el Focus group se halló que Milena Warthon ha logrado destacar en la escena musical al combinar de manera dinámica la música andina con elementos modernos, representando a las mujeres andinas y atrayendo a un público joven. Aunque algunos señalan la falta de profundidad emocional en sus letras, se reconoce su habilidad para establecer una conexión visual y auditiva a través de su vestimenta, los colores andinos y la producción

visual. Con respecto a la ficha de observación, la combinación de la música y la imagen en el videoclip de Milena Wharton crea una experiencia sensorial completa, sumergiendo al espectador en la historia y el concepto de la canción. La fusión de sonidos andinos con elementos contemporáneos genera un ambiente festivo y juvenil. El video muestra una amplia variedad de imágenes de la región del Cusco, resaltando la cultura andina, sus paisajes montañosos, bosques y praderas verdes, así como la presencia de animales y danzantes.

En cuanto al objetivo específico 3: Describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Se hallaron los siguientes resultados.

Figura 3: *Técnicas*



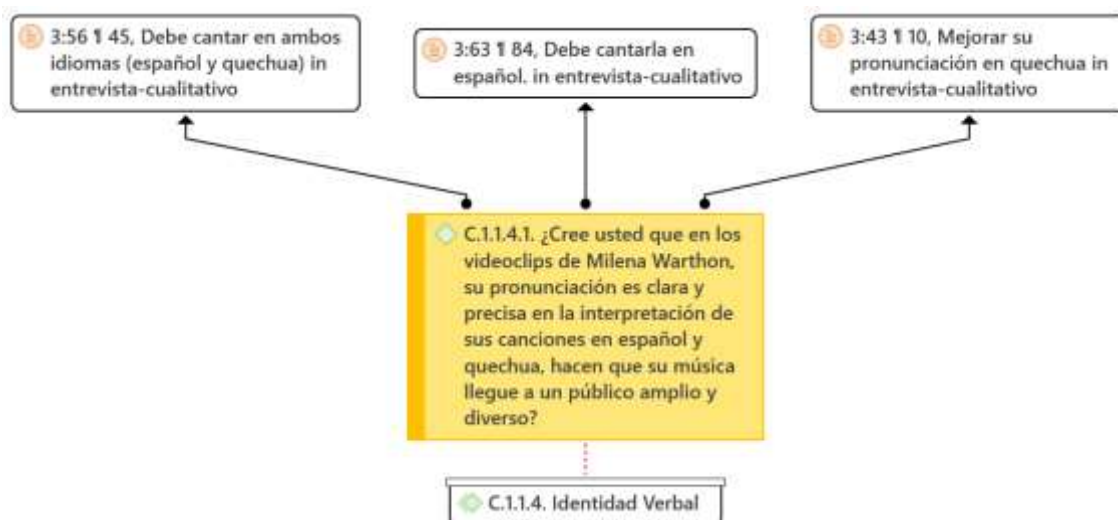
Nota: Respuestas del criterio Técnicas.

La figura 3 muestra los resultados de los entrevistados, en donde el E1, señaló que los videos de Milena Wharton son alegres debido a los colores, animación y elementos usados. El E2 mencionó que el video de Warmisitay se destaca por el mensaje y la belleza de los paisajes mostrados. Por último, el E3 indicó que la artista se destaca por su enfoque en los videos musicales que representan las costumbres y paisajes del Perú. Estos videos incorporan efectos visuales que capturan la esencia de la música andina y reflejan el desarrollo creativo y la interpretación de este género musical. Esta información es respaldada por Ávila (2020), quien dice que los colores vivaces presentes en los atuendos de Milena Wharton y en los elementos visuales utilizados en sus videos musicales son una representación visual de la identidad peruana. Estos colores vibrantes evocan la

alegría, la vitalidad y la riqueza cultural que caracteriza al país. También, se obtuvo en el focus group que Milena Warthon ha logrado destacar en la escena musical al combinar de manera efectiva la vestimenta andina con colores vibrantes, lo cual captura la atención y refleja la cultura andina en su estética, según mencionan los encuestados. Su enfoque ha sido comparado con el de otros artistas pop que utilizan colores en su imagen para representar su estilo musical. Aunque algunos encuestados mencionan la falta de profundidad emocional en algunas de sus canciones y covers, en general, se percibe que su enfoque se centra más en la energía y la representación de la cultura andina desde su perspectiva y expresiones. Por otra parte, la ficha de observación del videoclip "Maravilloso" de Milena Wharton describe que es una producción de acción en vivo que presenta escenarios y actores reales, sin recurrir a la animación en la postproducción. No obstante, utiliza técnicas de producción como movimientos de cámara para crear efectos visuales dinámicos

Por otro lado, en el Objetivo específico 4: Describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Se recolectaron los siguientes hallazgos.

Figura 4: *Identidad Verbal*



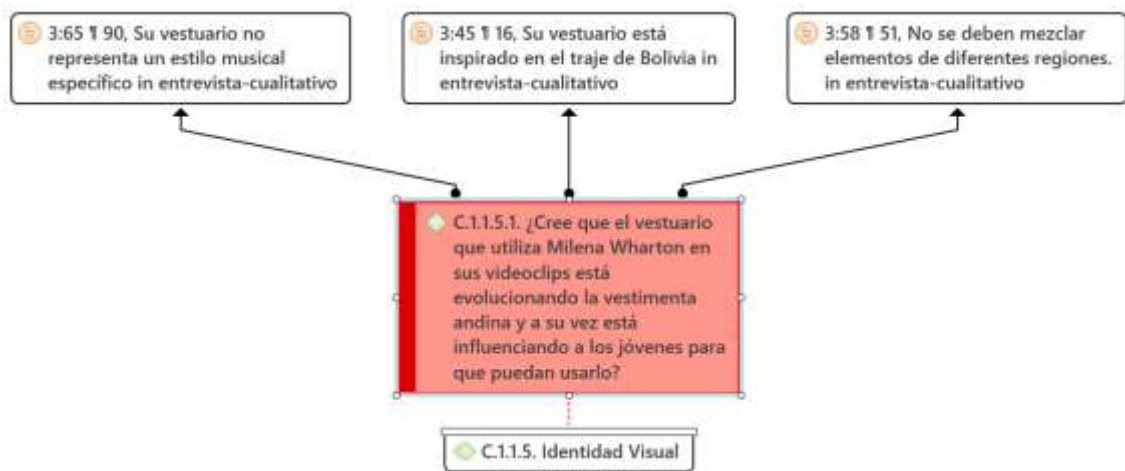
Nota: Respuestas del criterio Identidad Verbal.

En relación a la Figura 4, el E1 mencionó que la artista debía cantar sus canciones en ambos idiomas, se infiere que la cantante debería sacar la misma

canción en versiones distintas. Por su lado, el E2, indicó que debe cantar solamente en español, ya que, la gran mayoría de su público son jóvenes que no son quechua hablantes. Y el E3, señaló que debería mejorar su pronunciación del quechua, ya que, solo canta frases cortas o palabras en sus videos musicales. Esta afirmación se asemeja a lo que menciona Farinango (2021), quien indica que los formatos audiovisuales se han vuelto esenciales para los espectadores y pueden desempeñar un papel importante en la comprensión de elementos lingüísticos, como la pronunciación de un idioma que no es nativo. Los videos musicales y otros medios audiovisuales permiten que el público se sumerja en la experiencia sensorial y visual, lo que puede ayudar a comprender mejor las palabras y la pronunciación del artista. Igualmente, los participantes del focus group destacaron la importancia de incentivar el uso del castellano y el quechua en la música, reconociendo que Milena incluye algunas palabras en quechua para preservar las raíces culturales y promover el aprendizaje del idioma. Aunque las opiniones varían sobre su pronunciación en quechua, se aprecia su esfuerzo por entonar correctamente las palabras en sus canciones. Por último, la ficha de observación, se reconoció que la cantante decidió fusionar ritmos y sonidos andinos con el idioma castellano, dejando de lado el quechua que también emplea en sus canciones. Sin embargo, sorprende a sus seguidores al incorporar efectos de sonido realizados con la boca para simular el latido del corazón. A través de esta propuesta artística, Milena busca transmitir un mensaje de orgullo y amor por la cultura peruana.

Con respecto a la pregunta específica 5: Describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Se obtuvieron los siguientes resultados por parte de las entrevistas y el Focus group.

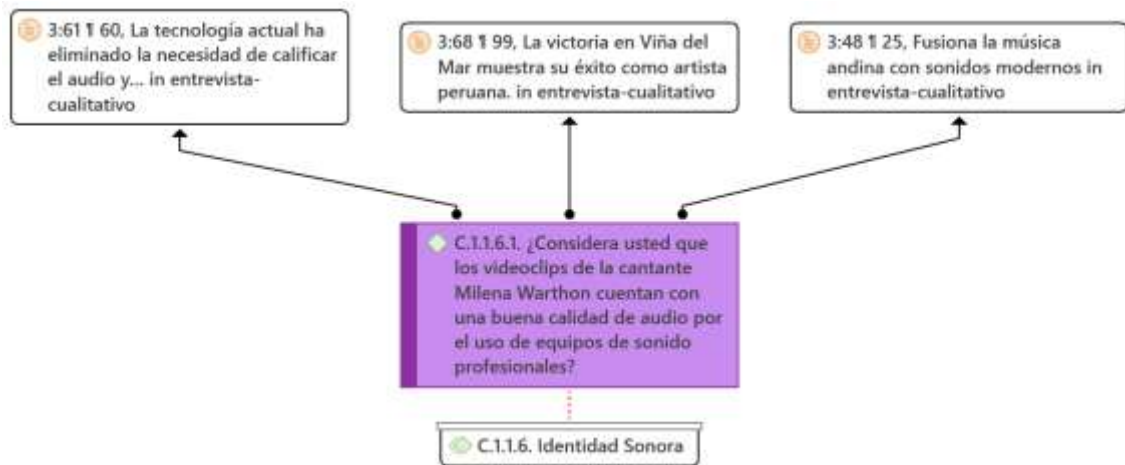
Figura 5: *Identidad Visual*



Nota: Respuestas del criterio Identidad Visual

La figura 5 muestra que los entrevistados indicaron que la voz de Milena Wharton es delicada y única, lo que la distingue de otras cantantes andinas. En primer lugar, el E1 señaló que la vestimenta que usa no representa su estilo musical, el cual es andino. Mientras que el E2 mencionó que su vestuario está inspirado en la vestimenta andina de Bolivia, esto no es bien visto, ya que, la cantante se caracteriza por representar al Perú en sus videoclips. Finalmente, el E3 dijo que la artista no debe mezclar elementos de distintas regiones en su vestimenta. Esto es respaldado por García (2020) quien menciona que la voz es uno de los elementos más distintivos de un artista musical y juega un papel fundamental en la reafirmación de su identidad. La voz de un cantante es su instrumento principal y es lo que le permite transmitir emociones, interpretar las letras de las canciones y conectar con el público. Por otra parte, en el Focus group, los participantes señalaron que Milena también ha influenciado positivamente en la valoración de la vestimenta andina, combinándola con colores vibrantes y estilos modernos, generando una expectativa diferente hacia la cultura andina en la nueva generación. Los resultados obtenidos en la ficha de observación reflejan que el videoclip "Maravilloso", Milena Wharton combina la estética colorida y alegre de la cultura andina con elementos modernos. Presenta su isotipo en su perfil de YouTube y viste trajes inspirados en danzas folklóricas peruanas. El video resalta la belleza de los paisajes peruanos y promueve el orgullo por la cultura y la preservación del medio ambiente.

Figura 6: *Identidad Sonora*



Nota: Respuestas del criterio Identidad Sonora

Los entrevistados mencionaron que las canciones de Milena Wharton presentan una buena calidad, y parte de ello se debe a los avances en la tecnología que permiten mejorar el audio y el sonido en general. El entrevistado E1, mencionó que la tecnología actualmente le permite a los cantantes la opción de modificar o eliminar algún error. Por su parte, el E2 indicó que la victoria en Viña del Mar aumenta la popularidad y el éxito de la cantante debido a su buena producción y talento. El entrevistado 3 señala que la artista fusiona la música andina con los sonidos modernos, el cual le da un agregado y diferenciación en comparación a otros artistas. Carrasco (2022) menciona que la utilización de tecnología avanzada en la producción musical ha permitido mejorar la grabación, la mezcla y la masterización de las canciones. Los avances en equipos de grabación, software de edición y efectos de sonido han contribuido a lograr una calidad de audio excepcional en las producciones de Milena Wharton y de otros músicos contemporáneos. Finalmente, en relación a la ficha de observación se halló que se utilizaron instrumentos andinos junto con elementos electrónicos, pero no se muestran específicamente. Para la grabación de sonido, se emplearon equipos de alta calidad, aunque no se visualizan en el video.

V. CONCLUSIONES

1. En el caso del análisis del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon ha logrado un posicionamiento significativo entre los jóvenes de la Generación Z en Lima Cercado, gracias a su fusión de música andina y pop, así como a su atractivo visual y estético. Esta combinación ha despertado un mayor interés y participación de esta generación en la música andina.
2. En el caso de la identificación de los tipos de videoclip musical de Milena Warthon han logrado destacarse entre los jóvenes de la Generación Z en Lima Cercado, gracias a la cuidadosa selección de paisajes andinos, la representación simbólica y la conexión emocional que generan. Estos elementos han contribuido a valorar y apreciar la cultura peruana, preservando y difundiendo la riqueza cultural de la región.
3. El videoclip musical del pop andino de Milena Warthon ha logrado establecer una relación dinámica entre la música andina y elementos modernos, atrayendo a un público joven y destacando la representación de las mujeres andinas. Aunque se percibe la ausencia de instrumentos tradicionales en algunos videos, la combinación de la música, la vestimenta, los colores y la producción visual genera una experiencia sensorial completa, sumergiendo a los espectadores en la historia y el concepto de la canción.
4. El videoclip musical del pop andino de Milena Warthon ha destacado por sus técnicas visuales, utilizando colores vibrantes, paisajes hermosos y elementos que representan la cultura peruana. Estos videos capturan la esencia de la música andina y reflejan el enfoque creativo de la artista en la representación de sus raíces.
5. La identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon ha generado opiniones diversas entre los entrevistados. Algunos sugieren que la artista debería cantar en ambos idiomas (español y quechua), mientras que otros consideran que debería enfocarse únicamente en el español debido a su público mayoritariamente no quechua hablante. A pesar de las diferentes opiniones, se reconoce el esfuerzo de Milena por preservar las raíces

culturales al incluir palabras en quechua en sus canciones.

6. La identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon ha generado opiniones divididas entre los entrevistados. Mientras que algunos consideran que su vestimenta no representa adecuadamente su estilo musical andino y que no debe mezclar elementos de diferentes regiones, otros valoran positivamente su influencia en la valoración de la vestimenta andina y la combinación de colores vibrantes y estilos modernos.
7. Los entrevistados destacaron la buena calidad sonora de las canciones de Milena Wharton, atribuyendo esto a los avances tecnológicos en la producción musical. La fusión de música andina y sonidos modernos, junto con el uso de equipos de grabación de alta calidad, ha permitido lograr una experiencia auditiva excepcional en las producciones de la cantante.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la artista que continúe explorando la fusión de géneros musicales y la creación de videoclips con elementos visuales cautivadores. Además, es importante que aproveche las redes sociales y las estrategias de marketing digital para ampliar su alcance y crear una comunidad en torno a su música, lo cual contribuirá a establecer una relación sólida con su audiencia juvenil.
2. Se recomienda que pueda seguir explorando algunas otras representaciones simbólicas y la cuidadosa selección de paisajes en sus videoclips. Además, mantener un enfoque en la preservación y difusión de la cultura andina será fundamental para fortalecer su conexión emocional con los espectadores.
3. Se recomienda considerar la incorporación activa y destacada de instrumentos musicales andinos, como la zampoña y la quena. Esto permitirá preservar y revitalizar la importancia cultural de estos instrumentos ancestrales.
4. Se recomienda a la cantante que pueda seguir utilizando técnicas visuales impactantes en sus videoclips. La combinación de colores vibrantes y la representación de paisajes hermosos transmitirán la vitalidad y la riqueza cultural de la música andina. Además, explorar el uso de efectos visuales dinámicos, como nuevos movimientos de cámara, creará una experiencia visualmente cautivadora para los espectadores.
5. Se recomienda explorar la posibilidad de ofrecer versiones bilingües de sus canciones. Esto permitiría llegar tanto a aquellos que hablan quechua como a aquellos que no lo hablan, promoviendo y preservando la cultura peruana de manera inclusiva y diversa. Esta propuesta distintiva en su género musical generará un mayor interés y conexión con la audiencia.
6. Con el objetivo de fortalecer su identidad visual y mantener coherencia con su estilo musical andino, se recomienda a Milena Warthon que explore opciones de vestimenta auténticas que reflejen la cultura peruana de manera fiel, evitando mezclar elementos de diferentes regiones. Esto

contribuirá a transmitir un mensaje claro y cohesivo a su audiencia, generando una conexión más profunda y respetuosa con la cultura andina.

7. Para mantener y mejorar la identidad sonora de sus canciones, se recomienda a Milena Warthon aprovechar los avances tecnológicos en la producción musical. Es importante que se mantenga la calidad de grabación, mezcla y masterización para ofrecer un producto de excelencia. Además, considerar la inclusión visual de los instrumentos andinos utilizados en sus canciones permitirá que los espectadores aprecien su participación en la producción sonora, añadiendo un componente visual que enriquecerá la experiencia auditiva.

REFERENCIAS

Aguilar, A. (2019). *Éxito, orgullo y vergüenza. Los usos de la cultura auténtica en la disputa por la música folclórica andina*. [Tesis de maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO. Ecuador] Repositorio Dspace

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/handle/10469/15714>

Alcalde, P (2019). *Calidad, fundamentos, herramientas y gestión de la calidad pymes* (3ra Ed). Ediciones Paraninfo

<http://bitly.ws/x3ZJ>

Álvarez, P. (2018). Ética e investigación. *Revista Boletín Redipe*, 7(2), 122–149.

<https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/434>

Andrango, T. (2020). *Desplazamiento de la música y danza kichwa de las comunidades indígenas de Cotacachi al videoclip: Representación, cambios culturales y comunitarios*. [Tesis de Maestría, Universidad Andina Simón Bolívar] Repositorio Institucional del Organismo de la Comunidad Andina, CAN

<http://hdl.handle.net/10644/7987>

Ávila, E. (2020). *Procesos creativos y contextos de interpretación de las orquestas típicas del Valle del Mantaro en Lima*. [Tesis de Magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio PUCP, Pontificia Universidad Católica del Perú

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/16041>

Badillo, C. (2021). *El aprendizaje de la Música Andina Colombiana del Eje cafetero a través del uso de las TIC, con estudiantes de grado 8°*. [Tesis de Maestría, Corporación Universitaria Minuto de Dios] Cartago, Valle del Cauca

<https://hdl.handle.net/10656/13434>

Ballestin, B. y Fábregues, S. (2019). *La práctica de la investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación*. Editorial UOC.

<http://bitly.ws/x3ZU>

Candano, M. y Moreno, M. (2019). Propiedad intelectual en Cuba. Una mirada crítica a su reconocimiento constitucional. *Revista chilena de derecho y tecnología*, 8(1), 133-165.

<http://dx.doi.org/10.5354/0719-2584.2019.51115>

Carrasco, R. (2022). *Análisis del huayno moderno: la organización rítmica interpretada desde lo tradicional*. [Tesis de Magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio PUCP, Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/22063>

Carbache, C., Ureta, S. y Nevárez, J. (2019). Contribution of storytelling for the creation of emotional marketing in a company of purified water of bahía de Caráquez, Ecuador 2019. *Comuni@cción: Journal of Research in Communication and Development*, 10(2), 140–150.

<http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.10.2.386>

Castelblanco, D. (2019). Del ayllu a la metrópoli: Transformación de los usos y significados de la música aymara al interior de una comunidad transnacional de resurgentistas de la música andina. *Revista de música Latinoamericana*, 40, N°. 2.

<https://doi.org/10.7560/LAMR40201>

Castillo, A. y Vinueza, J. (2019). Recordación de identidad visual de empresas ecuatorianas de alimentos y bebidas en Pichincha a través de línea gráfica establecida en Facebook. *Revista ComHumanitas*, vol.10.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7076208>

Chacón, E. (2018). El ciclo de vida del posicionamiento y el choque de las generaciones en el mercado del siglo XXI. *Ciencias Administrativas*, (14), *Revista Digital FCE - UNLP*.

<https://doi.org/10.24215/23143738e045>

Chávez, M. (2022). Milena Warthon cuenta detalles sobre el despegue de su carrera: “Ser artista en este país no es fácil”. *La República*.

<https://www.proquest.com/docview/2623834188/8831D963842C4023PQ/1?accountid=37408>

Condori, L., Machaca, D., Larico, E. y Molina, E. (2021). Branding y posicionamiento de una agrupación musical de cumbia sureña, del Perú, 2020. *Polo del conocimiento: Revista científico – profesional*, vol. 6 N° 6.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8016971>

Cooper, G. y Meyer, L. (2000). *Estructura rítmica de la música*. Idea books

<http://bitly.ws/x42r>

Cortés, F. (2018). Libertad, justicia y reconocimiento. *Eidos*, (28), 334-357.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-88572018000100334

Cristóbal, U. (2018). ¿Acción, puesta en escena, evento o construcción audiovisual? Una breve introducción al concepto de performance en humanidades y en música. *Cuaderno de música de artes visuales y artes escénicas*. vol 13 N° 1.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6268430>

Cuadra, D., Castro, P. y Juliá, M. (2018). Tres Saberes en la Formación Profesional por Competencias: Integración de Teorías Subjetivas, Profesionales y Científicas. *Formación Universitaria*, vol. 11. N° 5, 19-30.

<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062018000500019>

De Torres, P y Gómez, F. (2020). Nuevas fuentes de credibilidad. *Revista española de la transparencia*, N° 10, 113 - 127.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591713>

Diez, M. y Renedo, C. (2020). The institutional and media transparency of the coronavirus. An analysis of data portals and digital media in Ibero-America . *Revista Latina De Comunicación Social*, (78), 393–418.

<https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1482>

Espinoza, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Revista Conrado*, 16(75), 103-110.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400103

Espriella, R. y Gómez, C. (2020). Teoría fundamentada. *Revista colombiana de psiquiatría*, vol. 49 N° 2.

<https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.08.002>

Farinango, L. (2019). *Estrategias de Representación en el Videoclip de la Música Andina en Youtube. Caso Imbabura - Ecuador*. Perspectivas Imagéticas

<http://bitly.ws/DU4T>

Fabián, B. (2022). El arte popular del centro del Perú: un proceso histórico. *Revista horizonte de la ciencia* 12(22), 24-35.

<https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2022.22.1066>

Farinango, L. (2021). *Estrategias narrativas y de representación en el videoclip de la música andina indígena en Ecuador* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid] Repositorio Institucional de la UCM.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=306175>

Farinango, L. (2021). Reflejos de la identidad indígena andina en el videoclip narrativo de la música andina: caso Otavalo – Ecuador. *Revista Razón y palabra*, 24(109).

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.211

Feijoo, B. y Pávez, I. (2019). Audiovisual content with advertising intention in children's videos on YouTube: The best case of the Soy Luna series. *Communication and society*, 32(1),313-331.

<https://dadun.unav.edu/handle/10171/57848>

Fenoll, V. (2018). Animation, documentary and memory. The animated representation of the Chilean dictatorship. *Cuadernos info*, (43),45-56.

<http://dx.doi.org/10.7764/cdi.43.1381>

Galván, G. y Rivera, J. (2021). La escucha en la ciudad contemporánea. Aproximaciones teóricas. *Revista Interdisciplinaria sobre estudios urbanos*. N°7. vol.7.

<https://doi.org/10.20983/decumanus.2021.2.3>

Gaona, C y Sedeño, A. (2018). Paisaje-cuerpo-música en el videoclip musical y el videoarte actuales. *Revista caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, vol.7 N° 2.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7104974>

Gas, S. (2019). ¿En qué contribuye el feminismo producido en las redes sociales a la agenda feminista?. *Dossier Feministes* N°25, 147-167.

<http://dx.doi.org/10.6035/Dossiers.2019.25.10>

García, A. (2021). Iconographies in digital newspaper on the Covid-19 pandemic: A cultural portrait of the coronavirus in Spain in april 2020. *Vivat Academia. Journal of Communication*, N°154, 45-61.

<https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1234>

García, F. (2020). *La performatividad quechua en la escena musical andina en Lima: análisis de la propuesta estética de Sylvia Falcón, Uchpa y Liberato Kani desde la perspectiva de la política estética de Rancière*. [Tesis de Magíster, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Pontificia Universidad Católica del Perú.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/20170>

García, M. (2020). La enseñanza de la pronunciación francesa en el Real Colegio de Santa Isabel de Manila (1882). *Çédille: Revista de Estudios Franceses*, N° 17.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399044>

Giménez, M. y Leibovich, N. (2019). Disfrute y características de la personalidad en ejecutantes de instrumentos musicales. *Epistemos. Revista de estudios en música, cognición y cultura* 7(1).002.

<https://doi.org/10.24215/18530494e002>

González, J. (2022). Rumo ao estudo intermediário da música popular autoral latino-americana. *Artcultura*, 24(45), 37-50.

<https://doi.org/10.14393/artc>

Gutiérrez, R. (2018). El concepto de relación. Consideraciones epistemológicas sobre el valor cognoscitivo de la ficción. *Revista de Comunicación*, vol. 17 N° 2.

<https://revistadecomunicacion.com/article/view/965>

Habermas, J (1982). *Teoría de la acción comunicativa, Racionalidad de la acción y racionalización social* (1ra Ed). Taurus.

<http://bitly.ws/x43T>

- Holas, I. (2022). Actitud decolonial, linajes y saberes otros en la música y las letras de Los Jaivas. *Revista de Música Latinoamericana*, 43(1), 1-26,125-126.
- <https://www.proquest.com/docview/2699750519/abstract/B2AB041FAB5F4585PQ/4?accountid=37408>
- Iglesias, E. (2021). Metodología de la investigación Científica: Diseño y elaboración de protocolos y proyectos (1ed). *Colección Universidad. Noveduc Libros*.
- <http://bitly.ws/x44D>
- Ipsos. (2023). *Generaciones en el Perú 2022*. Recuperado de la base de datos IPSOS.
- <https://www.ipsos.com/es-pe/generaciones-en-el-peru-2022>
- Jenkins, H. (2006) *Convergence culture, la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Editorial Paidós
- <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr#>
- Jiménez, V. (2021). Triangulación metodológica cualitativa y cuantitativa. *Revista sobre estudios e investigaciones del saber académico*, (14), 76-81.
- <http://revistas.uni.edu.py/index.php/rseisa/article/view/276>
- León, L. (2018). Children YouTubers and the process of video creation: Evidence of transmedia competences in action. *Comunicación y Sociedad*, (33), 115-137.
- <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7080>
- Lorenzo, A. (2022). Análisis musi-visual de Blancanieves (2012) de Pablo Berger desde las propuestas analíticas de Ruiz Antón (2017) y Fraile Prieto (2004). *Revista online de divulgación musicológica*, vol, 4 N° 1.
- <https://doi.org/10.14201/pmrt.28790>

Lopez, A. y Ramos, G. (2021). Acerca de los métodos teóricos y empíricos de investigación: significación para la investigación educativa. *Revista Conrado*, 17(s3), 22-31.

<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2133>

Lopez, A. (2022). Serpiente dios: José María Arguedas como ícono de la descolonización en la música de fusión peruana. *Chasqui, Revista de literatura latinoamericana* 51(1), 29-49.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8522676>

Maza, R., Guamán, B. y Benítez, A. (2020). Importancia del branding para consolidar el posicionamiento de una marca corporativa. *Killkana sociales: Revista de Investigación Científica*, vol. 4, N° 2

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7847135>

Mejía, J. (2022). La cumbia peruana. Entre el mestizaje y la globalización. *Revista de investigaciones sociales*, 1(46), 235-242.

<https://doi.org/10.15381/is.n46.22819>

Mejía, N (2021). José María Arguedas y la defensa del arte popular y la música andina. *Revista del Centro de Letras Hispanoamericanas*. 40, N° 2.

<http://bitly.ws/DU6j>

Molano, J. (2018). Entre las distorsiones de las guitarras eléctricas y el charango: sónica, cuerpo y performance en las prácticas sonoro-musicales de los jóvenes músicos emberá chamí (Colombia). *Anthropologica* 36(40), 143-164

<http://dx.doi.org/10.18800/anthropologica.201801.007>

Monedero, C. (2020). A Proposal for the Analysis of Female Stereotypes in Reggaeton Videoclips: Case Study of the Four most Viewed Videos in 2018 on YouTube. *Visual Review: International Visual Culture*, 7 N° 1.

<https://doi.org/10.37467/gka-revvisual.v7.2280>

Mota, N. (2018). El juego vocal en la educación infantil y primaria. *Tabanque: Revista pedagógica* N° 31.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6448221>

Motloba, Pd. (2019). Non-maleficence - a disremembered moral obligation. *South African Dental Journal*, 74(1), 40-42.

<https://dx.doi.org/10.17159/2519-0105/2019/v74no1a7>

Porcel, J (2021). *Ellas se agrupan: Las instrumentistas en la escena musical andina contemporánea producida en Lima Metropolitana*. [Tesis de magister, PUCP Pontificia Universidad Católica del Perú] Repositorio Institucional de la PUCP.

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/19889>

Ries, A. y Trout, J. (1980). *Posicionamiento la batalla por su mente*. Mc Graw Hill

<https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>

Rivero, M. (2021). *Activos intangibles y nueva normalidad: Importancia de la identidad, cultura, comportamiento, comunicación, imagen y reputación*. Universidad La Salle Cancún, México.

<http://bitly.ws/x6hm>

Rodríguez, J. (2018). Social cognition study: Clothing and its link as an analysis element of nonverbal communication. *Vivat Academia. Journal of Communication*, (143), 85-110.

<https://doi.org/10.15178/va.2018.143.85-110>

Sánchez, F. (2019). Epistemic Fundamentals of Qualitative and Quantitative Research: Consensus and Dissensus. *Digital Journal of University Teaching Research*, 13, N° 1.

<https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Sarmiento, R. (2021). The nightingale and the commoner: The United States of America and popular song in Mexico and Peru in the 1920s. *Contrapulso - Journal of Latin American Popular Music Studies*, 3 (1), 4-21.

<https://doi.org/10.53689/cp.v3i1.93>

Sedeño, A. (2020). Videoclip musical y creatividad audiovisual, un análisis del canal Music Video Land de Vimeo. *Austral Comunicación*, vol. 9, N° 2.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8007885>

Sedeño, A. y Guarinos, V. (2021). El cuerpo audiovisualizado en la realización del video musical contemporáneo. *Revista Atenea (Concepción)* N° 523.

<https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n523/0718-0462-atenea-523-139.pdf>

Silva, I. y Soares, J. (2020). Critérios e estratégias de qualidade e rigor na pesquisa qualitativa. *Ciencia y Enfermería*, vol. 26, 28.

<https://doi.org/10.29393/CE26-22CEIS20022>

Statista (2023). *Países líderes según el tamaño de la audiencia de YouTube a partir de abril de 2022*. Recuperado de la base datos Statista.

<https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>

Suing, A., Sedeño, A., Barcellos, J., Rivera, J., De Moraes, O., Irisarri, P., Sarzi, R., Castro, S. y Kneipp, V. (2019). *Narrativas imagéticas*. Ria Editorial.

<http://bitly.ws/x6hr>

Tirado, A. y Domenech, H. (2021). Photo-text interaction as a political communication strategy on Instagram during the campaign for the Spanish election of 28 April 2019. *Profesional De La información*, 30(2).

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.23>

Torres, C. (2020). La producción musical como proceso sociocultural y económico de los rockeros independientes mexicanos. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, N°. Extra 6, 221-243.

<https://www.redalyc.org/journal/316/31662390012/31662390012.pdf>

Valladares, O. (2022). Criollos y andinos en la Victoria. Desarrollo de la música popular en un distrito limeño. 1900 - 1975. *Historia 396, instituto de historia PUCV Chile*, vol. 12, 287-318.

<http://www.historia396.cl/index.php/historia396/article/view/582/239>

Vaquer, J. (2018). Una descripción fenomenológica del “Objeto arqueológico”. *Chungara Revista de Antropología Chilena*, vol. 50 N° 4.

<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-73562018005001802>

Vegas, F. (2021). Production design tools in 360-degree music video as a model for the need for a more immersive audiovisual product. *Revista de Comunicación de la SEECI*, N° 54, 65-92.

<https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e720>

Anexo 1

Tabla 1: Tabla de categorización

Categoría de estudio	Definición Conceptual	Subcategorías	Códigos
<p>Videoclip musical</p>	<p>El videoclip musical, es definido como un formato perteneciente a la producción audiovisual que conlleva a hacer un conjunto de discursos, con el uso de códigos visuales que dan sentido y se interrelacionan mediante análisis de varias visiones. (Sedeño, A. 2020, p. 276)</p>	Tipos de Videoclip	Narrativo
			Conceptual
			Performance
			Mixtos
		Relación	Música / Imagen
			Imagen / Texto
		Técnicas	Animación
Realización			
<p>Posicionamiento</p>	<p>“El posicionamiento es lograr ocupar un lugar en la mente del consumidor a través de recuerdos gratos. Despertar sentimientos y emociones positivas en relación al producto y/o servicio ofrecido”. (Condori, L. Larico, E. Machaca, D. y Molina, E., 2021. p. 746).</p>	Identidad Verbal	Pronunciación
			Mensaje
		Identidad visual	Isotipo
			Logotipo
			Colores
			Apariencia
			Vestuario
		Identidad Sonora	Instrumentos Musicales
			Voz
			Equipo de sonido

Tabla 2: Matriz de consistencia

Título: Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022

CATEGORÍA DE ESTUDIO	PROBLEMA	OBJETIVOS			
Videoclip musical	GENERAL	GENERAL	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS	METODOLOGÍA
	¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.			
	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	Tipos de videoclip	Narrativo	<u>Método:</u> Inductivo, Interpretativo <u>Tipo de estudio:</u> Básica <u>Diseño de estudio:</u> Fenomenológico <u>Enfoque:</u> Cualitativo <u>Participantes:</u> Jóvenes de la Generación Z <u>Técnicas e instrumento de recolección de datos:</u> Ficha de observación Focus Group Entrevistas <u>Métodos de análisis de datos:</u>
	¿Cómo se presentan los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.		Conceptual	
	¿Cómo se presenta la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.		Performance	
				Mixtos	
¿Cómo se presentan las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.	Relación	Música / Imagen		
			Imagen / Texto		
¿Cómo se presentan las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.	Técnicas	Animación		
			Realización		

					Análisis de contenido
--	--	--	--	--	-----------------------

Título: Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022

CATEGORÍA DE ESTUDIO	PROBLEMA	OBJETIVOS	SUBCATEGORÍA	CÓDIGOS	METODOLOGÍA	
Posicionamiento	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS				
	¿Cómo se presenta la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.	Identidad Verbal	Pronunciación	Método: Inductivo Interpretativo	
				Mensaje	Tipo de estudio: Básica Diseño de estudio: Fenomenológico	
	¿Cómo se presenta la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.	Identidad Visual	Isotipo	Enfoque: Cualitativo	
				Logotipo	Participantes: Jóvenes de la Generación Z	
				Colores		
				Apariencia		
					Vestuario	Técnicas e instrumento de recolección de datos:
	¿Cómo se presenta la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?	Describir la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.	Identidad Sonora	Instrumentos Musicales	Ficha de observación Focus Group Entrevistas	
				Voz	Métodos de análisis de datos: Análisis de contenido	
			Equipo de sonido			

Anexo 2

Tabla 3: Instrumento de recolección de datos

Ficha de observación del videoclip “Maravilloso” de la cantante peruana Milena Wharton	
Título del Videoclip:	“Maravilloso”
Género:	Pop andino
Cantante:	Milena Wharton
Duración:	3:20 min
Fecha de observación:	13/05/2023
Descripción del videoclip:	
<p>El videoclip “Maravilloso” de la cantante peruana Milena Warthon tiene una duración de 3 minutos y 20 segundos, es una impresionante pieza visual que puede ser vista con una calidad de hasta 2160p (4k). El video presenta diferentes escenografías de los lugares más maravillosos que cuenta los andes peruanos, presenta una estética moderna y colorida, dando uso de colores brillantes que resaltan la energía y alegría de la canción junto con las imágenes que se muestra en el videoclip.</p> <p>El videoclip comienza con una imagen oscura y misteriosa, mientras suena una melodía corta de su anterior canción “Warmisitay” y en la imagen se visualiza la presentación de la producción “Micaela San Román” y de dirección “El mundo de Rabbit” mientras que se muestran con imágenes cortas de los danzantes que conforman en el videoclip “Maravilloso”. A medida que la música comienza, se revela a la cantante en una habitación oscura abriendo una ventana donde se puede ver a lo lejos una cordillera de los andes, para luego mostrar el título de la canción por el cual es referido.</p> <p>Es entonces que en la primera escena comienza a cantar la artista Milena Wharton vestida con un traje de una danza de la región Ancash llamado “Pallas de Corongo” pero que a su vez ha sido ligeramente modificado para una vestimenta más juvenil y la artista se</p>	

encuentra ubicado al aire libre rodeada de un campo de trigo. Después en una siguiente escena se muestra a la artista con un distinto traje representando a la danza de los Avelinos, danza originaria de Huancayo, donde viste con una vestimenta hecha de puros trozos de telas de diferentes colores en todo el atuendo que a su vez también ha sido ligeramente modificado con un estilo juvenil y moderno, ubicándose en un bosque donde se contempla grandes árboles detrás de la artista, así mismo la imagen vuelve a cambiar regresando al primer escenario con un plano general de la artista y detrás se puede ver la cordillera de los andes y luego pasa la segunda escena con un ángulo contrapicado de la artista.

A medida que la canción avanza se puede ver varias escenografías de diferentes paisajes que brinda los andes y junto a ella se verifica una ventana ubicada en el centro del plano como simulación de aparecer mágicamente en diversos lugares maravillosos que brinda los andes, y en otro espacio escénico se verifica a algunos danzantes que representan a la danza de las Tijeras detrás de la ventana con el fondo de la cordillera, así mismo en otro tiempo se verifica algunos animales que se puede encontrar en el Perú como la llama, la alpaca y el toro caminando igualmente detrás de la ventana, y en otro tiempo se muestra a algunos pobladores andinos realizando sus labores diarios, y continua el video con la muestra de distintos paisajes andinos que se puede ver detrás de la ventana.

En el coro de la canción se puede verificar a la cantante junto a dos mujeres danzantes de las pallas de Corongo y los danzantes de tijeras. Para luego pasar a otra escena realizada de noche junto con los danzantes de Saqra que es más vista en la región de Cusco, y regresa continuamente a las escenas anteriores. Finalizando el coro se verifica en un gran plano general, la ciudadela de Machu Picchu que justo se muestra con la letra de la canción, y luego nuevamente se puede ver la ventana donde detrás se encuentra los danzantes, los paisajes andinos, la artista y los pobladores de la región realizando sus trabajos que realizan día a día, mostrando las diferentes habilidades que tienen. Regresando a la escena del bosque se muestra a un danzante cubierto toda la cabeza con una máscara y con traje colorido brindando a una mezcla de música y danza junto con la artista Milena Warthon y continúa mostrando las diferentes escenas de los danzantes teniendo como fondo el paisaje andino

A medida que se acerca al clímax de la canción, se muestra la escena de noche donde la artista se encuentra junto con los danzantes de Saqra que brindan una presentación de sus habilidades con el fuego, continuamente salen diferentes escenas de los danzantes bailando al igual que la artista. Cuando la canción llega a su final, la canción desvanece lentamente y se verifica el campo de trigo con la ventana al centro y los datos escritos de la producción que fueron parte de la realización del videoclip.

Fotogramas del videoclip Maravilloso.



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=BMRi8N2P-w4>

Categoría: Videoclip musical

Tipos de videoclip

<ul style="list-style-type: none"> ● Narrativo 	<p>El video narra un viaje que nos lleva a través de los diferentes paisajes de los andes y del Valle Sagrado de la ciudad del Cusco junto a sus maravillas, su pueblo y su cultura.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Conceptual: 	<p>El videoclip presenta un mensaje conceptual sobre el amor por la cultura y valoración de las tradiciones locales que puede ser contempladas a través de una ventana donde mágicamente aparecen en diferentes lugares de los andes.</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Performance 	<p>Milena Wharton incluye principalmente la interpretación vocal, quién canta la canción con gran emotividad, pasión y orgullosa de sus raíces, por ello se presenta la cantante junto a algunos danzantes de las diferentes regiones peruanas.</p> <p>Además, en algunas tomas se puede apreciar a la artista realizando movimientos expresivos que complementan la letra de la canción, como los movimientos de las manos creando un ambiente emotivo.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Mixtos 	<p>El videoclip Maravilloso, combina diferentes elementos audiovisuales de tipo narrativo y conceptual, con una representación artística de la cantante Milena Wharton, mostrando los paisajes y dando uso de los vestuarios tradicionales, transmitiendo una valoración y amor por la cultura peruana.</p>
<p>Relación</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● Música/Imagen 	<p>La combinación de la música y la imagen crea una experiencia sensorial completa que invita al espectador a sumergirse en la historia y en el concepto de la canción</p> <p>Además, la canción tiene una mezcla de música e imagen andino con sonidos contemporáneos que crean un ambiente festivo, alegre y más juvenil.</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● Imagen/texto 	<p>En el videoclip se presentan una amplia variedad de imágenes de la región del Cusco mostrando cultura andina, sus montañas, sus bosques, sus verdes praderas, animales, danzantes y se conectan con la letra de la canción, donde al mismo tiempo la cantante viste con un traje festivo y artístico de la región, con el fin de que el videoclip pueda incentivar a los espectadores a valorar cada maravilla de su localidad y sus tradiciones.</p>
<p>Técnicas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Animación 	<p>El videoclip Maravilloso de Milena Wharton es un video de acción en vivo, que ha sido filmada por actores y escenarios reales y no usada en animación de postproducción, sin embargo, cuenta con técnicas de producción como los movimientos de cámaras.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Realización 	<p>El videoclip cuenta con una realización profesional, donde se puede apreciar técnicas de grabación y edición de imágenes, tales como tomas de cámara en movimiento, tomas aéreas, primeros planos, plano entero, plano medio, planos conjuntos, entre otras. Además, se puede notar la cuidadosa elección de los escenarios y el vestuario utilizado, lo que aporta una gran calidad visual al producto final.</p>
<p>Categoría: Posicionamiento</p>	
<p>Identidad Verbal</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Pronunciación: 	<p>Milena Wharton, combina dos idiomas para sus temas musicales, el quechua y el castellano combinado con ritmos y sonidos andinos, pero para el videoclip Maravilloso, integró sólo el lenguaje castellano y junto a ello efecto de sonido realizado con la boca para interpretar el sonido del corazón.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mensaje 	<p>El videoclip “Maravilloso” brinda un mensaje de orgullo y amor por la cultura así mismo de la naturaleza peruana, valorando sus tradiciones. A su vez la cantautora busca incentivar a sus seguidores a apreciar las maravillas de los andes y resaltar sus raíces culturales, tomando como importancia el cuidado y preservación del medio ambiente.</p>
<p>Identidad Visual</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Isotipo 	<p>El isotipo de la cantante se puede apreciar en la foto de perfil de su página oficial de YouTube, donde usa imágenes representativas con los diferentes estilos de vestimenta que son usadas para el videoclip, además que incluye diseños característicos relacionado a las Bratz, con ojos grandes y labios</p>

	gruesos y el cabello con elementos artísticos y las trenzas.
<ul style="list-style-type: none"> ● Logotipo 	En el videoclip de Milena Wharton solo hace mención de su nombre junto con el título de la canción, y hace presente su isotipo en el perfil de su página de YouTube, Sin embargo, en su página web oficial de la cantante Milena Wharton, puede verificar el logotipo.
<ul style="list-style-type: none"> ● Colores 	Los colores que predominan en el videoclip Maravilloso se pueden apreciar colores naturales y terrosos, así también como el verde de la vegetación, el marrón de las montañas y el beige del suelo o de las piedras. También se puede apreciar toques de colores vivos, como el amarillo y el naranja que se muestran en la escenografía que son los paisajes y en la vestimenta de la cantante. En general el video busca crear una atmósfera cálida y armoniosa que transmite la belleza natural de los paisajes.
<ul style="list-style-type: none"> ● Apariencia: 	La apariencia que se muestra en el videoclip Maravilloso de Milena Wharton es una estética colorida y alegre, que combina elementos tradicionales de la cultura andina peruana con un estilo moderno y juvenil. La producción audiovisual destaca por su mezcla de elementos visuales tradicionales y modernos, logrando un equilibrio entre la música andina y los sonidos contemporáneos.
<ul style="list-style-type: none"> ● Vestuario 	<p>Milena Wharton viste un vestuario al estilo de las Pallas de Corongo, danza tradicional de origen incaico de la región Áncash en Perú, Este vestuario es una prenda típica de la danza que consiste en una blusa con mangas anchas y una falda larga de colores brillantes y llamativos que ha sido modernizada y adaptada al vestuario tradicional.</p> <p>Para otra escena en el bosque Wharton usa un traje de la danza de los avelinos, danza folklórica tradicional de Huancayo que es realizada con cientos de pedazos de telas de diferentes colores y que están sujetas a la ropa, en este caso milena lo adaptó con</p>

	un estilo más moderno.
Identidad sonora:	
<ul style="list-style-type: none"> Instrumentos musicales 	En el videoclip no se visualizan los instrumentos musicales que fueron usados, sin embargo, para para una producción de un videoclip musical andina lo que posiblemente hayan usado son instrumentos como la quena, el charango, la zampoña, la guitarra, con combinación de instrumentos electrónicos.
<ul style="list-style-type: none"> Voz 	La voz de Milena Wharton, es suave, melodiosa y con una amplia extensión vocal. Combina elementos del pop y la música andina, mostrando una técnica vocal cuidadosa y una interpretación emotiva de la letra de la canción. En algunas escenografías eleva la voz siendo más energética y potente, en línea con la atmósfera festiva y alegre de la canción.
<ul style="list-style-type: none"> Equipos de sonido 	En el videoclip Maravilloso de milena Wharton no se puede apreciar los equipos de sonido que fueron específicamente usados, Sin embargo, probablemente para grabación de la música, pudo haber usado equipos como set de grabación con micrófonos, preamplificadores, grabadoras de audio de alta calidad para lograr una grabación de sonido clara y nítida.
Conclusiones:	
<p>El videoclip musical "Maravilloso" de Milena Warthon es una producción creativa y emotiva que combina diferentes elementos visuales y transmite un mensaje de alegría, respeto y amor por los paisajes que brinda los andes peruanos. A través de su estética vibrante y colorida, el video crea un ambiente festivo que permite a las personas disfrutar de los lugares maravillosos junto con la diversidad y cultura que brinda el País. Además de llevar siempre presente la música andina a pesar de los cambios que fueron originados por la tecnología y las nuevas producciones musicales. La narrativa visual del videoclip, muestra una interacción con personas de diferentes edades, creando una conexión con los más jóvenes mediante las coreografías, las nuevas melodías, y la energía que transmite la cantante, para seguir festejando e incentivando la música andina.</p>	

FICHA DEL FOCUS GROUP	
Título:	Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022
Objetivo del Focus group:	<ul style="list-style-type: none"> ● Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.
Moderador 1:	Granados Toledo, Maria Mercedes
Moderador 2:	Eusebio Roberto, Angela Lisbeth
Fecha:	22/05/2023
Lugar:	Google Meet
Participantes:	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mary Carmen Núñez Córdova (19) ○ Abigail Diaz Cucho (23) ○ Ingrid Albitres Deza (23) ○ Jessica García Salvador (25) ○ Marcielo Montalvo Toledo (22) ○ Jean Pierre Bendezú Capuy (25) ○ Geraldine Salvatierra Riveros (25) ○ Percy Yupanqui Vásquez (23) ○ Adela Diaz Requejo (25) ○ Estefanía Enríquez Lima (23)
Duración:	3 hrs.
Materiales:	<ul style="list-style-type: none"> ● Sala de Google Meet ● Grabación Google ● Presentación de Power Point ● Presentación de YouTube
Procedimiento:	<ul style="list-style-type: none"> ● Presentación de los moderadores, brindando Apellidos y Nombres y luego agradecer por la participación del proyecto del Focus group y se presenta el título del tema de investigación.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Luego se presentan los participantes del Focus group brindando sus nombres, apellidos completos y su edad. ● Luego visualización del videoclip “Maravilloso”. ● Luego se realizan las preguntas del Focus group en donde luego los participantes responden libremente de acuerdo a lo visto en el videoclip. ● Agradecimiento final por su asistencia al Focus Group.
<p>Preguntas:</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon presenta una historia narrativa que lleva al espectador a un mundo de fantasía donde una joven descubre su poder interior en medio de la naturaleza? 2. ¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una obra conceptual que transmite un mensaje de empoderamiento y conexión con la naturaleza? 3. ¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una performance visual y musical cautivadora que fusiona elementos folclóricos y modernos? 4. ¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Wharton es una obra mixta de música, fantasía y naturaleza que cautiva al espectador? 5. ¿Considera usted que los videoclips de Milena Wharton reflejan un arte musical que combina música e imagen andina creando una experiencia visual y auditiva más juvenil? 6. ¿Cree usted que Milena Warthon combina imagen y texto en sus videoclips para crear una experiencia emocional profunda? 7. ¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton? 8. ¿Cree usted que Milena Wharton demuestra una alta calidad de realización en sus videoclips, como la creatividad y cuidando cada detalle de su trabajo audiovisual? 9. ¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso?

10. ¿Cree usted que los videoclips de Milena Warthon transmiten mensajes emotivos y profundos sobre la identidad cultural, el empoderamiento femenino y el amor a la naturaleza?
11. ¿Cree usted que el icono visual que utiliza la cantante Milena Wharton representa adecuadamente su estilo musical y personalidad?
12. ¿Cree usted que el emblema de Milena Wharton combina elementos modernos y andinos?
13. ¿Cree usted que Milena Warthon utiliza colores vibrantes que reflejan su energía y pasión por la música?
14. ¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina?
15. ¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo?
16. ¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop?
17. ¿Considera usted que la voz de Milena Wharton consiguió posicionarse como una de las mejores cantantes andinas en el Perú?
18. ¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?

FICHA DE ENTREVISTA



Datos del entrevistado:

Nombre: Agripina Ayma Meza

Nombre artístico: Agri Ayma la voz sublime del Folklor

Género: Folklore

Ocupación: Cantante folklórica

Fecha de la entrevista:	23/05/2023
Lugar de la entrevista:	Google Meet
Duración de la entrevista:	40 min
Preguntas:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton? 2. ¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso? 3. ¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina? 4. ¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo? 5. ¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop? 6. ¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una buena calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?

FICHA DE ENTREVISTA



Datos del entrevistado:

Nombre y Apellidos: Kenny Hidalgo Cavero
Nombre artístico: El fenomenal Kenny Hidalgo
Género: Folklore
Ocupación: Compositor y cantante

Fecha de la entrevista:	24/05/2023
Lugar de la entrevista:	Google Meet
Duración de la entrevista:	30 min
Preguntas:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton? 2. ¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso? 3. ¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina? 4. ¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo? 5. ¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop? 6. ¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una buena calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?

FICHA DE ENTREVISTA



Datos del entrevistado:

Nombre: Darwin Meza Ruiz

Nombre artístico: Darwin Meza. El comunero Jr.

Género: Folklore

Ocupación: Compositor y cantante

Fecha de la entrevista:

24/05/2023

Lugar de la entrevista:

Google Meet

Duración de la entrevista:

40 min

Preguntas:

1. ¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton?
2. ¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso?
3. ¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina?
4. ¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo?
5. ¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop?
6. ¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una buena calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?

Anexo 3

Consentimiento y asentimiento informado de los artistas de música andina



Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:


Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranadost9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Agripina Ayma Meza

Fecha y hora: 23/05/2023 – 3:15pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.



2

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Kenny Hidalgo Cavero

Fecha y hora: 24/05/2023 – 3:15 pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos:

Darwin Mesa Ruiz

Fecha y hora:

24-05-2023



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Consentimiento de los participantes del Focus group



Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años



Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Mary Carmen Núñez Córdova

Fecha y hora: 22/05/2023, 9:00 pm

Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.



Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Mary Carmen Núñez Córdova

Fecha y hora: 22/05/2023, 9:00 pm



Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

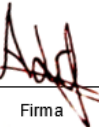
Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranadost9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Abigail Díaz Cucho

Fecha y hora: 22/05/2023 – 9:00pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ale, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Paiona Benavides, Mariela Teresa. mpaionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Abigail Díaz Cucho

Fecha y hora: 22/05/2023 – 9:00pm


Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranadost9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Ingrid Albitres Deza

Fecha y hora: 22/05/2023 – 9:00pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Ángela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Ángela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Ingrid Albitres Deza

Fecha y hora: 22/05/2023 – 9:00pm



Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:


Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Jessica, García Salvador

Fecha y hora: 22/05/2023, 09:00pm


Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, Maria Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, Maria Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth jeusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Jessica, García Salvador

Fecha y hora: 22/05/2023, 09:00pm


Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, Maria Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

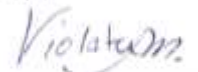
Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, Maria Mercedes, email: mgranados@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth jeusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Maricelo Violeta Montalvo Toledo

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información, en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Paiona Benavides, Mariela Teresa. mpaionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Maricelo Violeta Montalvo Toledo

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm



Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth jeusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Jeanpierre Bendezu Capuy

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm


Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envíe las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth eusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Jeanpierre Bendezu Capuy

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm


Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados18@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionabi@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Geraldine Salvatierra Ríveros

Fecha y hora: 22/05/2023, 9:00pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Ángela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Ángela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Geraldine Salvatierra Riveros

Fecha y hora: 22/05/2023, 9:00pm



Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, Maria Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, Maria Mercedes, email: mgranadost9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth eusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Percy Yupanqui Vásquez

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm


Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google

Asentimiento Informado

Título de la investigación: "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth jeusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Percy Yupanqui Vásquez

Fecha y hora: 22/05/2023 9:00pm


Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, Maria Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.*
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, Maria Mercedes, email: mgranados19@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Adela Diaz Requejo

Fecha y hora: 22/05/2023 - 9:00pm



Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes
- Eusebio Roberto, Ángela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022", cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados0@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Ángela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo que mi menor hijo participe en la investigación.

Nombre y apellidos: Adela Díaz Requejo

Fecha y hora: 22/05/2023 - 9:00pm



Firma

Consentimiento Informado (*)

Título de la investigación:

"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"

Investigadoras:

- Granados Toledo, María Mercedes.
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio:

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: **Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:


Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, María Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Estefanía Enriquez Lima

Fecha y hora: 22/05/2023 - 9:00pm


Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Asentimiento Informado

Título de la investigación: **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**

Investigadoras:

- Granados Toledo, Maria Mercedes
- Eusebio Roberto, Angela Lisbeth

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**, cuyo objetivo es analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado, de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo del campus sede Ate, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cómo se presenta el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022?

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerá datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada **"Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022"**.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará de manera virtual. Las respuestas al cuestionario o entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:


Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigadoras Granados Toledo, Maria Mercedes, email: mgranados9@ucvvirtual.edu.pe y Eusebio Roberto Angela Lisbeth leusebio@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa. mparionab@ucvvirtual.edu.pe.

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Estefanía Enriquez Lima

Fecha y hora: 22/05/2023 - 9:00pm


Firma

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 4:

Matriz evaluación por juicio de experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr.

Presente:

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Es un placer dirigirnos a usted para expresarle un cordial saludo y al mismo tiempo, informarle que somos estudiantes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo en la sede de Lima - Ate, promoción 2023. Nos dirigimos a usted en relación a nuestra investigación, la cual requiere validar los instrumentos utilizados para recopilar información relevante. Por esta razón, quisiéramos solicitar su colaboración para validar los instrumentos utilizados en nuestra investigación.

El título del proyecto de investigación es: “**Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022**”. Y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comunicaciones e investigación.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene lo siguiente:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y subcategorías
- Tabla de categorización
- Evaluación por juicio de expertos
- Categoría del instrumento

Estamos convencidas de que su experiencia y conocimientos en el campo audiovisual serán muy valiosos para nuestro proyecto de investigación.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración, nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente:



María Mercedes Granados Toledo

DNI: 48433875



Angela Lisbeth Eusebio Roberto

DNI: 74910742

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA CATEGORÍA Y SUBCATEGORÍA

I. Categoría: Videoclip musical

Es definido como un formato perteneciente a la producción audiovisual que conlleva a hacer un conjunto de discursos, con el uso de códigos visuales que dan sentido y se interrelacionan mediante análisis de varias visiones. (Sedeño, 2020)

II. Subcategorías:

2.1. Tipos de videoclip:

Son técnicas más empleadas que permitirán diferenciar la música de acuerdo a su género como el pop, dance, electrónica, hip hop entre otros puesto que ahora existe una gran variedad de videos musicales y eso genera dificultad poder distinguirlos en la actualidad. (Sedeño, 2020)

2.2. Relación:

La relación es un término que hace referencia a la conexión entre dos o más cosas y en el ámbito audiovisual, las producciones utilizan la relación con la realidad de manera notoria para crear una experiencia más inmersiva y atractiva, mediante la estimulación de nuestros sentidos con imágenes y sonidos, imitando a la realidad o transformarla, pero estableciendo una conexión entre los elementos presentados. (Gutiérrez, 2018)

2.3. Técnicas:

Las técnicas para un videoclip musical benefician a la postproducción digital, puesto que se encargan en las ediciones de imagen del artista en vídeo. (Sedeño y Guarinos, 2021)

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA SEGUNDA CATEGORÍA Y **SUBCATEGORÍAS**

I. Categoría: Posicionamiento

Es la principal técnica de la mercadotecnia que en este caso se aplica a todos los productos, servicios, personas, instituciones o empresas (...) no considerando como un concepto estático puesto que desde hace 45 años se generó cambios en el mercado, para empresarios y consumidores, involucrando la mente junto con las nuevas tecnologías, sociales, culturales entre otros, que va de acuerdo al entorno de vida de la sociedad. (Chacón, 2018)

II. Subcategorías:

2.1 Identidad verbal:

Es lingüístico y hace mención a los nombres de marcas de productos o servicios, elementos gráficos, el logotipo, el color e identidad corporativa obteniendo resultados para posicionar el nombre en la mente de los consumidores. (Rivero, 2021)

2.2 Identidad visual:

Es la línea gráfica que representan a las empresas como su logotipo, tipografía, la cromática que serán usados para sus promociones o así mismo publicar en las redes sociales como el Facebook, es así que se ha convertido en un elemento fundamental para poder fidelizar a los consumidores. (Castillo y Vinueza, 2019)

2.3 Identidad Sonora:

Son aquellos sonidos que generan diferentes tipos de emociones a su vez despierta recuerdos pasados de una persona, desde las significaciones individuales, despierta los estímulos de alguien por el sonido, como lo es con la música. (Galván y Rivera, 2021)

Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto. Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	LUIS ALBERTO CHÁVEZ RAMOS
Grado profesional:	Maestría (X) Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica () Social (X) Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	COMUNICADOR AUDIOVISUAL
Institución donde labora:	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)
Experiencia en Investigación:	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022
Autoras:	· Eusebio Roberto, Angela Lisbeth · Granados Toledo, María Mercedes
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	

Tiempo de aplicación:	1 semana
Ámbito de aplicación:	Lima, Cercado
Significación:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Categoría: Videoclip musical <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Subcategoría: Tipos de videoclip <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Código: Narrativo 1.1.2 Código: Conceptual 1.1.3 Código: Performance 1.1.4 Código: Mixtos 1.2 Subcategoría: Relación <ol style="list-style-type: none"> 1.2.1 Código: Música / Imagen 1.2.2 Código: Imagen / Texto 1.3 Subcategoría: Técnicas <ol style="list-style-type: none"> 1.3.1 Códigos: Animación 1.3.2 Códigos: Realización 2. Categoría: Posicionamiento <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Subcategoría: Identidad Verbal <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1 Código: Pronunciación 2.1.2 Código: Mensaje 2.2 Subcategoría: Identidad Visual <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Código: Isotipo 2.2.2 Código: Logotipo 2.2.3 Código: Colores 2.2.4 Código: Apariencia 2.2.5 Código: Vestuario 2.3 Subcategoría: Identidad Sonora <ol style="list-style-type: none"> 2.3.1 Código: Instrumentos musicales 2.3.2 Código: Voz 2.3.3 Código: Equipo de sonido <p><u>El objetivo de medición:</u></p> <p>Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.</p>

4. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presentó el cuestionario “Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022” elaborado por las alumnas Eusebio Roberto, Angela Lisbeth y

Granados Toledo, Maria Mercedes en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado Nivel
4. Alto nivel

Categoría del instrumento: Videoclip musical y Posicionamiento

- Primera Categoría: Videoclip musical
- Objetivos de la Categoría: Identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de videoclip	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon presenta una historia narrativa que lleva al espectador a un mundo de fantasía donde una joven descubre su poder interior en medio de la naturaleza?			X	
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una obra conceptual que transmite un mensaje de empoderamiento y conexión con la naturaleza?			X	
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una performance visual y musical cautivadora que fusiona elementos folclóricos y modernos?		X		
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Wharton es una obra mixta de música, fantasía y naturaleza que cautiva al espectador?		X		
Relación	¿Considera usted que los videoclips de Milena Wharton reflejan un arte musical que combina música e imagen andina creando una experiencia visual y auditiva más juvenil?			X	
	¿Cree usted que Milena Warthon combina imagen y texto en sus videoclips para crear una experiencia emocional profunda?			X	

Técnicas	¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton?		X		
	¿Cree usted que Milena Wharton demuestra una alta calidad de realización en sus videoclips, como la creatividad y cuidando cada detalle de su trabajo audiovisual?		X		

- Segunda Categoría: Posicionamiento
- Objetivos de la categoría: Describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identidad verbal	¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso?		X		
	¿Cree usted que los videoclips de Milena Warthon transmiten mensajes emotivos y profundos sobre la identidad cultural, el empoderamiento femenino y el amor a la naturaleza?		X		
Identidad visual	¿Cree usted que el icono visual que utiliza la cantante Milena Wharton representa adecuadamente su estilo musical y personalidad?		X		
	¿Cree usted que el emblema de Milena Wharton combina elementos modernos y andinos?			X	
	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza colores vibrantes que reflejan su energía y pasión por la música?			X	

	¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina?			X	
	¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo?		X		
Identidad sonora	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop?			X	
	¿Considera usted que la voz de Milena Wharton consiguió posicionarse como una de las mejores cantantes andinas en el Perú?			X	
	¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?		X		



Firma del Evaluador
DNI: 10644237

Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto. Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	LUIS RICARDO BRAVO OCHOA		
Grado profesional:	Maestría <input checked="" type="checkbox"/>	Doctor	()
Área de formación académica:	Clinica	Social	(X)
	Educativa	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	AUDIOVISUALES		
Institución donde labora:	AGENCIA ANDINA		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años	()	
	Más de 5 años	(X)	
Experiencia en Investigación:	STREAMING - CONTENIDOS PERIODÍSTICOS		



2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022
Autoras:	<ul style="list-style-type: none"> • Eusebio Roberto, Angela Lisbeth • Granados Toledo, María Mercedes
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	
Tiempo de aplicación:	1 semana
Ámbito de aplicación:	Lima, Cercado
Significación:	1. Categoría: Videoclip musical 1.1 Subcategoría: Tipos de videoclip 1.1.1 Código: Narrativo 1.1.2 Código: Conceptual 1.1.3 Código: Performance 1.1.4 Código: Mixtos



	<ul style="list-style-type: none">1.2 Subcategoría: Relación<ul style="list-style-type: none">1.2.1 Código: Música / Imagen1.2.2 Código: Imagen / Texto1.3 Subcategoría: Técnicas<ul style="list-style-type: none">1.3.1 Códigos: Animación1.3.2 Códigos: Realización2. Categoría: Posicionamiento<ul style="list-style-type: none">2.1 Subcategoría: Identidad Verbal<ul style="list-style-type: none">2.1.1 Código: Pronunciación2.1.2 Código: Mensaje2.2 Subcategoría: Identidad Visual<ul style="list-style-type: none">2.2.1 Código: Isotipo2.2.2 Código: Logotipo2.2.3 Código: Colores2.2.4 Código: Apariencia2.2.5 Código: Vestuario2.3 Subcategoría: Identidad Sonora<ul style="list-style-type: none">2.3.1 Código: Instrumentos musicales2.3.2 Código: Voz2.3.3 Código: Equipo de sonido <p><u>El objetivo de medición:</u></p> <p>Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.</p>
--	---

4. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022" elaborado por las alumnas Eusebio Roberto, Angela Lisbeth y Granados Toledo, Maria Mercedes en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado Nivel
4. Alto nivel

Categoría del instrumento: Videoclip musical y Posicionamiento

- Primera Categoría: Videoclip musical
- Objetivos de la Categoría: Identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de videoclip	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon presenta una historia narrativa que lleva al espectador a un mundo de fantasía donde una joven descubre su poder interior en medio de la naturaleza?	X			
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una obra conceptual que transmite un mensaje de empoderamiento y conexión con la naturaleza?		X		
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una performance visual y musical cautivadora que fusiona elementos folclóricos y modernos?		X		
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Wharton es una obra mixta de música, fantasía y naturaleza que cautiva al espectador?		X		
Relación	¿Considera usted que los videoclips de Milena Wharton reflejan un arte musical que combina música e imagen andina creando una experiencia visual y auditiva más juvenil?			X	
	¿Cree usted que Milena Warthon combina imagen y texto en sus videoclips para crear una experiencia emocional profunda?			X	
Técnicas	¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton?			X	
	¿Cree usted que Milena Wharton demuestra una alta calidad de realización en sus videoclips, como la creatividad y cuidando cada detalle de su			X	

	trabajo audiovisual?				
--	----------------------	--	--	--	--

- Segunda Categoría: Posicionamiento
- Objetivos de la categoría: Describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/Recomendaciones
Identidad verbal	¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso?	X			
	¿Cree usted que los videoclips de Milena Warthon transmiten mensajes emotivos y profundos sobre la identidad cultural, el empoderamiento femenino y el amor a la naturaleza?			X	
Identidad visual	¿Cree usted que el icono visual que utiliza la cantante Milena Wharton representa adecuadamente su estilo musical y personalidad?			X	
	¿Cree usted que el emblema de Milena Wharton combina elementos modernos y andinos?			X	
	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza colores vibrantes que reflejan su energía y pasión por la música?			X	
	¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina?			X	



	¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo?	X			
Identidad sonora	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop?			X	
	¿Considera usted que la voz de Milena Wharton consiguió posicionarse como una de las mejores cantantes andinas en el Perú?			X	
	¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?			X	



Firma del evaluador

DNI: 09945668

Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto. Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	M. Angélica Chávez Cornejo
Grado profesional:	Maestría (x) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social (x) Educativa () Organizacional (x)
Áreas de experiencia profesional:	Audiovisual.
Institución donde labora:	Universidad Autónoma del Perú
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación:	Diez <u>años</u>

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022
Autoras:	<ul style="list-style-type: none"> · Eusebio Roberto, Angela Lisbeth · Granados Toledo, María Mercedes
Procedencia:	Universidad Cesar Vallejo
Administración:	
Tiempo de aplicación:	1 semana

Ámbito de aplicación:	Lima, Cercado
Significación:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Categoría: Videoclip musical <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Subcategoría: Tipos de videoclip <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Código: Narrativo 1.1.2 Código: Conceptual 1.1.3 Código: Performance 1.1.4 Código: Mixtos 1.2 Subcategoría: Relación <ol style="list-style-type: none"> 1.2.1 Código: Música / Imagen 1.2.2 Código: Imagen / Texto 1.3 Subcategoría: Técnicas <ol style="list-style-type: none"> 1.3.1 Códigos: Animación 1.3.2 Códigos: Realización 2. Categoría: Posicionamiento <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Subcategoría: Identidad Verbal <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1 Código: Pronunciación 2.1.2 Código: Mensaje 2.2 Subcategoría: Identidad Visual <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Código: Isotipo 2.2.2 Código: Logotipo 2.2.3 Código: Colores 2.2.4 Código: Apariencia 2.2.5 Código: Vestuario 2.3 Subcategoría: Identidad Sonora <ol style="list-style-type: none"> 2.3.1 Código: Instrumentos musicales 2.3.2 Código: Voz 2.3.3 Código: Equipo de sonido <p><u>El objetivo de medición:</u></p> <p>Analizar el videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.</p>

4. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presenté el cuestionario “Videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022” elaborado por las alumnas Eusebio Roberto, Angela Lisbeth y Granados Toledo, María Mercedes en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	5. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	6. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	7. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	8. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	5. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	6. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	7. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	8. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	5. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	6. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	7. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	8. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

1. No cumple con el criterio
2. Bajo nivel
3. Moderado Nivel
4. Alto nivel

Categoría del instrumento: Videoclip musical y Posicionamiento

- Primera Categoría: Videoclip musical
- Objetivos de la Categoría: Identificar los tipos de videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, explicar la relación del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir las técnicas del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de videoclip	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon presenta una historia narrativa que lleva al espectador a un mundo de fantasía donde una joven descubre su poder interior en medio de la naturaleza?	X	X	X	
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una obra conceptual que transmite un mensaje de empoderamiento y conexión con la naturaleza?	X	X	X	
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Warthon es una performance visual y musical cautivadora que fusiona elementos folclóricos y modernos?	X	X	X	
	¿Cree usted que el videoclip 'Maravilloso' de Milena Wharton es una obra mixta de música, fantasía y naturaleza que cautiva al espectador?	X	X	X	
Relación	¿Considera usted que los videoclips de Milena Wharton reflejan un arte musical que combina música e imagen andina creando una experiencia visual y auditiva más juvenil?	X	X	X	
	¿Cree usted que Milena Warthon combina imagen y texto en sus videoclips para crear una experiencia emocional profunda?	X	X	X	
Técnicas	¿Considera usted que la producción de los efectos visuales es dinámica con las melodías de la compositora Milena Wharton?	X	X	X	

	¿Cree usted que Milena Wharton demuestra una alta calidad de realización en sus videoclips, como la creatividad y cuidando cada detalle de su trabajo audiovisual?	X	X	X	
--	--	---	---	---	--

- Segunda Categoría: Posicionamiento
- Objetivos de la categoría: Describir la identidad verbal del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022, describir la identidad visual del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022 y describir la identidad sonora del videoclip musical del pop andino de Milena Warthon en el posicionamiento de jóvenes de la Generación Z, Lima Cercado 2022.

Subcategorías	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identidad verbal	¿Cree usted que en los videoclips de Milena Warthon, su pronunciación es clara y precisa en la interpretación de sus canciones en español y quechua, hacen que su música llegue a un público amplio y diverso?	X	X	X	
	¿Cree usted que los videoclips de Milena Warthon transmiten mensajes emotivos y profundos sobre la identidad cultural, el empoderamiento femenino y el amor a la naturaleza?	X	X	X	
Identidad visual	¿Cree usted que el icono visual que utiliza la cantante Milena Wharton representa adecuadamente su estilo musical y personalidad?	X	X	X	
	¿Cree usted que el emblema de Milena Wharton combina elementos modernos y andinos?	X	X	X	
	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza colores vibrantes que reflejan su energía y pasión por la música?	X	X	X	

	¿Cree usted que los objetos empleados en el videoclip de Milena Wharton brindan una apariencia gratificante de la cultura andina?	X	X	X	
	¿Cree que el vestuario que utiliza Milena Wharton en sus videoclips está evolucionando la vestimenta andina y a su vez está influenciando a los jóvenes para que puedan usarlo?	X	X	X	
Identidad sonora	¿Cree usted que Milena Warthon utiliza diversos instrumentos musicales en sus videoclips, como la quena y el charango, para darle un toque andino a su música pop?	X	X	X	
	¿Considera usted que la voz de Milena Wharton consiguió posicionarse como una de las mejores cantantes andinas en el Perú?	X	X	X	
	¿Considera usted que los videoclips de la cantante Milena Warthon cuentan con una calidad de audio por el uso de equipos de sonido profesionales?	X	X	X	

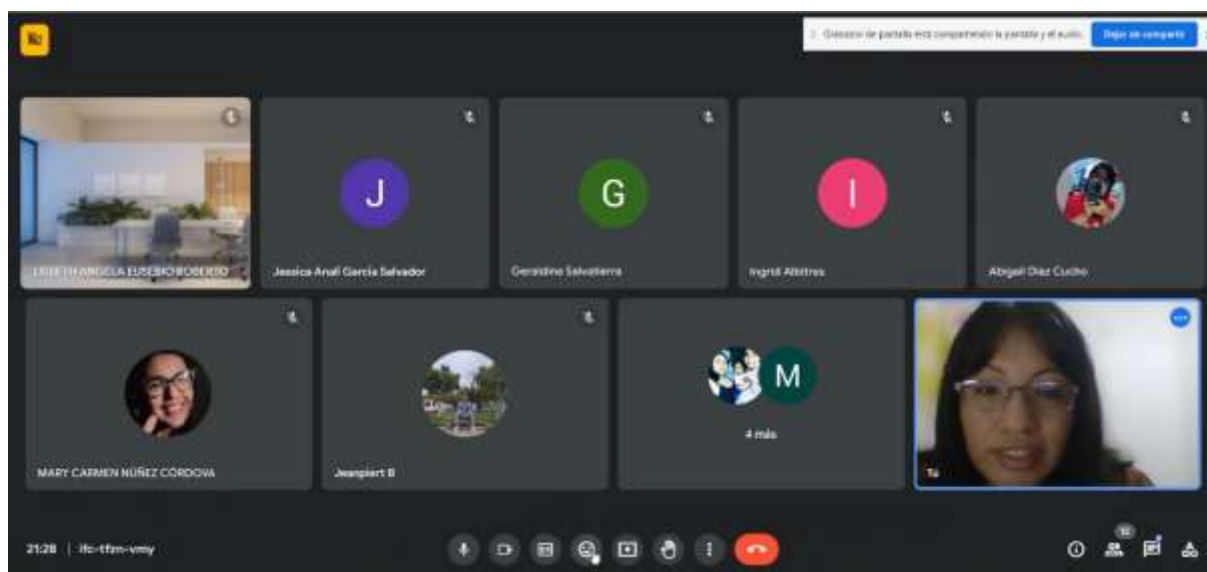


Firma del Evaluador
DNI: 09742873

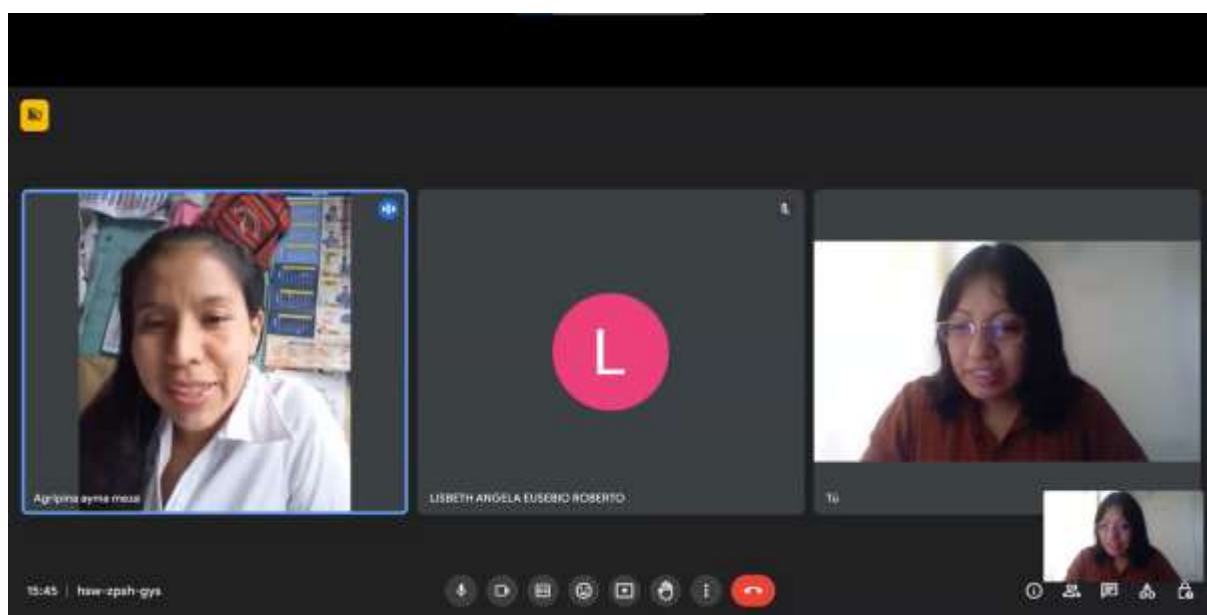
Anexo 5

Evidencias fotográficas

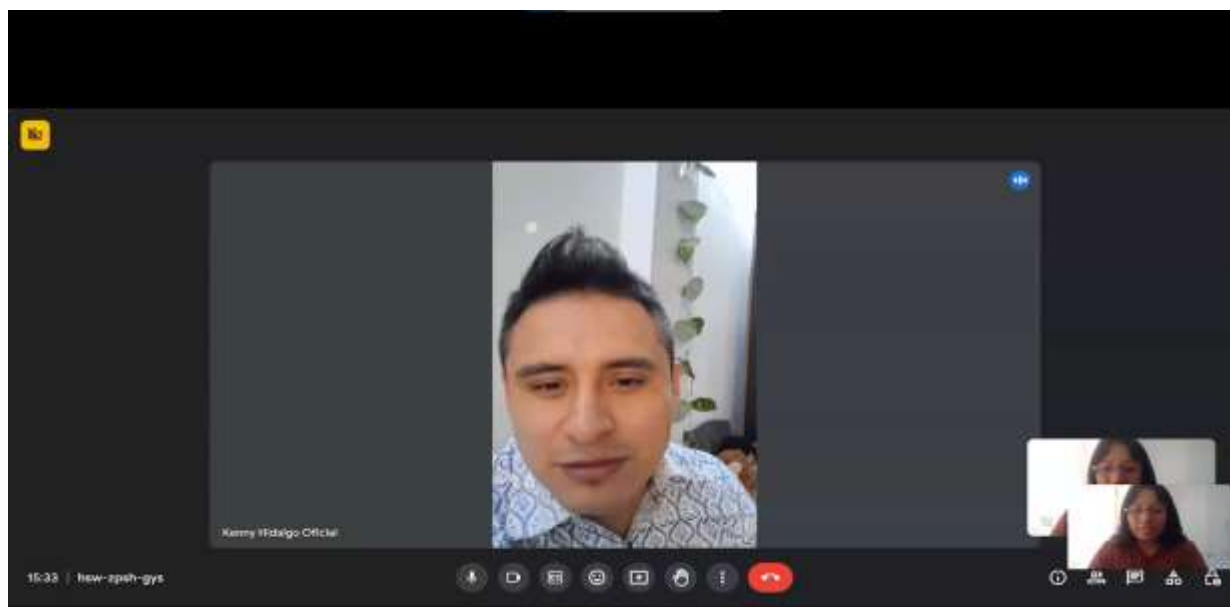
Evidencia I: Focus group con los participantes de la generación Z por medio de Google Meet.



Evidencia II: Entrevista con la artista folclórica Agripina Ayma Meza por medio de Google Meet.



Evidencia III: Entrevista con el artista de música folclor Kenny hidalgo Cavero por medio de Google Meet.



Evidencia IV: Entrevista con el artista de música folclor Darwin Meza Ruiz de forma presencial.

