



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Análisis del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su  
fanpage de Facebook

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTORES:**

Calderon Marruffo, Erick Joel ([orcid.org/0000-0002-1687-1332](https://orcid.org/0000-0002-1687-1332))

Gonzales Avila, Brandon Daniel ([orcid.org/0000-0001-7113-3642](https://orcid.org/0000-0001-7113-3642))

**ASESORES:**

Mg. Baca Cáceres, Diego Alonso ([orcid.org/0000-0002-6204-7600](https://orcid.org/0000-0002-6204-7600))

Mg. Veliz Lluncor, Oscar Eduardo ([orcid.org/0000-0001-9155-1710](https://orcid.org/0000-0001-9155-1710))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

**TRUJILLO – PERÚ  
2023**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, quienes han sabido formarme con buenos valores, hábitos y sentimientos. Especialmente a mi padre, que desde el cielo me ilumina para seguir adelante y cumplir cada uno de mis proyectos.

A mis padres por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, por sus palabras de aliento y sus consejos.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, a Dios por brindarme fuerza, sabiduría y guía durante la elaboración de esta tesis. También, a mi asesor Diego Baca, que gracias a su dedicación y paciencia he podido llegar a esta instancia tan anhelada.

Agradezco a la universidad César Vallejo por brindarme las herramientas necesarias para mi educación, por otra parte, también a los asesores Diego Vaca y Oscar Veliz por su guía y apoyo. Asimismo, a mis familiares que me alentaron a seguir hasta el último tramo de mi carrera.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
II. MARCO TEÓRICO .....	12
III. METODOLOGÍA.....	23
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	23
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	24
3.3. Escenario de estudio.....	24
3.4. Participantes .....	24
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.6. Procedimiento .....	25
3.7. Rigor científico.....	26
3.8. Método de análisis de datos.....	27
3.9. Aspectos éticos .....	27
IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN .....	29
V. CONCLUSIONES .....	40
VI. RECOMENDACIONES .....	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS.....	49

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Matriz de Categorización.....	49
Tabla 2:	Matriz de Consistencia .....	52
Tabla 3:	Ficha de Observación .....	55
Tabla 4:	Lista de programas .....	66

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de relación semántica del aspecto morfológico.....	30
Figura 2: Mapa de relación semántica del aspecto sintáctico .....	33
Figura 3: Mapa de relación semántica del aspecto semántico.....	37

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general, analizar cómo es el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook. En donde, la metodología tuvo un enfoque cualitativo, de tipo básica y con un diseño hermenéutico. Se obtuvo una muestra de 43 programas bajo los criterios de duración y fecha de publicación, aplicándose la técnica de la observación y como instrumento a la ficha de observación. Los resultados obtenidos mostraron que, los elementos del lenguaje audiovisual utilizados en el noticiero digital Trujillo60 no logran transmitir eficazmente su mensaje a la población debido a la falta de un correcto uso de aspectos morfológicos (elementos visuales y sonoros), sintácticos (planos, ángulos, movimiento de cámara, iluminación) y semánticos (connotativo y denotativo). Esto provoca una desconexión con el espectador y, en consecuencia, una falta de efectividad en la comunicación. Por último, se concluyó que para garantizar un mensaje atractivo, dinámico y comprensible, es fundamental emplear correctamente los aspectos morfológicos, sintácticos y semánticos en los contenidos audiovisuales.

**Palabras clave:** Contenido audiovisual, lenguaje audiovisual, medios digitales, redes sociales, análisis de contenido.

## **ABSTRACT**

The present research aimed to analyze the audiovisual content of the digital media Trujillo60 on its Facebook fan page. The methodology used a qualitative approach, of a basic type, with a hermeneutic design. A sample of 43 programs was obtained based on duration and publication date criteria, using the observation technique and the observation sheet as an instrument. The results showed that the audiovisual language elements used in the digital news program Trujillo60 fail to effectively convey their message to the population due to the lack of correct use of morphological (visual and auditory elements), syntactic (shots, angles, camera movement, lighting), and semantic (connotative and denotative) aspects. This creates a disconnection with the viewer and, consequently, a lack of communication effectiveness. Finally, it was concluded that in order to guarantee an attractive, dynamic, and comprehensible message, it is essential to correctly employ morphological, syntactic, and semantic aspects in audiovisual content.

**Keywords:** Audiovisual content, audiovisual language, digital media, social media, content analysis.

## I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el espacio digital utilizado por los medios de comunicación se ha convertido en una fuente atractiva para consumir contenido noticioso, debido a la interactividad entre los usuarios activos y el contenido que se difunde, haciendo posible la viralización de la información. Teniendo en cuenta que Facebook registra un mínimo de 2 billones de usuarios activos mensuales en la red, el 47% corresponde a jóvenes y adolescentes (Cuesta, et al. 2018). Dichos usuarios prefieren esta plataforma para informarse cada semana sin importarle de dónde proviene la información. Y es que, a nivel mundial, la población consume contenido informativo no solo de medios de comunicación digital, sino también de periodistas convencionales y de cualquier usuario en la red o también llamado periodista ciudadano (Newman, et al. 2021).

Es entonces, que el periodismo ciudadano se centra en la participación activa del actor social en la noticia, convirtiéndose en el principal responsable de formar la opinión pública.

Landeta (2020), define al periodismo ciudadano como una de las ramas de periodismo con mayor participación del usuario en la red, ya que debido al avance tecnológico le ha permitido generar un contenido audiovisual informativo para difundirlo en tiempo real a través de su celular como principal herramienta. Asimismo, Ribeiro et al. (2021), sostienen que el cambio más importante para el periodismo ciudadano es la convergencia tecnológica, a través de los dispositivos móviles se ha facilitado la producción de contenidos digitales desde cualquier lugar y momento.

Sin embargo, una de las desventajas a la que se enfrenta es que puede ser usada por otros medios o usuarios para desvirtuar la noticia, creando así desinformación (Fernández, 2019).

Paladino, et al. (2021), en una entrevista a Martín Alfredo Becerra, Dr. en Ciencias de la Información en Argentina, consulta sobre el fenómeno de la desinformación, fake news y la post verdad, en donde el entrevistado explica que

dichos términos cumplen la misma función al tener características persuasivas o propagandísticas en algunos casos, hecho que desvirtúa la noticia y cumple otro rol al emitir el mensaje.

En esa misma línea, Rodríguez et al. (2021) explica que, como medida necesaria, se debe aplicar una verificación al contenido, mediante una metodología de comprobación llamada juicio apofántico. Metodología explicada también por el filósofo Aristóteles.

Es por ello, que la elaboración del producto audiovisual debe seguir una estructura periodística para un correcto tratamiento de la noticia. Ya que los jóvenes priorizan la difusión de contenido multimedia, por encima de una información presentada de manera textual (Torres, 2021).

En el Perú, el medio digital de mayor consumo por los cibernautas es El Comercio, según la última encuesta de Reuters en el 2021. Dicho medio que migró a la digitalización, presenta a los usuarios reportajes, entrevistas, microprogramas, podcast, notas periodísticas, entre otros, que se mantienen en constante producción e interacción con las personas. Este hecho ha generado que otros medios digitales en crecimiento, lleven la misma línea de producción audiovisual, tal es el caso de la fanpage Trujillo60 en Facebook.

El medio digital trujillano, cuenta con aproximadamente 260 mil seguidores en su fanpage de Facebook y un alcance de 80 mil de personas mensuales. Su contenido audiovisual se basa en notas periodísticas, transmisiones en vivo y la reciente creación de un programa digital de noticias, que lo ha convertido en el primer medio digital trujillano en realizar este tipo de producciones, sin embargo, la rápida evolución de su contenido ha generado cambios significativos en su narrativa audiovisual. Por lo que, buscaremos conocer si el tratamiento que recibe es el adecuado para los usuarios. Es por ello que nace la siguiente interrogante, ¿Cómo es el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en la fanpage de Facebook?

La presente investigación se justifica de acuerdo a cuatro criterios según Hernández (2014). Entendiéndose como nivel social, práctico, teórico y metodológico. A nivel social, beneficiará a los consumidores de noticias, al

identificar los nuevos formatos audiovisuales del periodismo digital, para que se adapten a la nueva manera de consumir contenido noticioso. Asimismo, en el criterio práctico, los resultados de esta investigación ayudarán a ampliar el conocimiento de productores de noticias sobre los nuevos formatos audiovisuales del periodismo digital, de manera que puedan emplearlo y mejorar su contenido.

A nivel teórico, el estudio contribuirá con el desarrollo de un modelo explicativo para conocer cómo se están aplicando las herramientas audiovisuales del periodismo trujillano y de esa manera, pueda servir de antecedente para futuras investigaciones. Por otro lado, en el criterio metodológico, se empleará la técnica de la observación para registrar un hecho periodístico a través del marco audiovisual.

Finalmente, el objetivo general es analizar cómo es el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook. En ese sentido, se plantearon fines específicos tales como: analizar la dimensión morfológica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook, analizar la dimensión sintáctica del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook y analizar la dimensión semántica del medio digital Trujillo60 de la fanpage de Facebook.

## II. MARCO TEÓRICO

Recientes estudios dentro del contexto internacional como los de García, et al. (2020), con el desarrollo de su investigación sobre las nuevas narrativas del periodismo gracias al storytelling a través de las redes sociales en la Universidad Jaume I de Castelló en España. Profundizó el reconocimiento de nuevos formatos periodísticos vinculados a las redes sociales. El enfoque utilizado fue exploratorio y se aplicó la técnica de análisis de contenido. Al finalizar dicha investigación se pudo identificar nuevos formatos narrativos inspirados en el storytelling y su relación con las redes sociales para llevar un mensaje adecuado a través de la transmedia.

Por su parte, Trillo y Ollero (2018), investigaron las estrategias de comunicación periodística que deben utilizarse en plataformas digitales por medio de un plan de acción para el Grupo Joly, la cual fue publicada en una revista académica española. Donde el objetivo fue implementar un plan de acción para reforzar el posicionamiento en redes sociales por medio de estrategias de comunicación que permitan reforzar los contenidos audiovisuales, aplicando técnicas cuantitativas como el ensayo y error. Con ello, lograron concluir que en las plataformas digitales se deben contar historias de una manera distinta, adaptando los contenidos para cada red social y publicarlas con distintas estrategias y en distintos tiempos.

Además, Jácome (2021), realizó la tesis basada en el análisis de los contenidos difundidos del diario regional Los Andes en el año 2021, con fin de conseguir el grado de licenciada en la carrera profesional de comunicaciones en la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. En dicha investigación se planteó como objetivo analizar el material difundido dentro de la plataforma digital del diario con un enfoque mixto de tipo aplicada. La autora concluyó que el trabajo periodístico del medio demuestra falta de multimedialidad e hipertextualidad, debido a que no cuentan con un equipo periodístico amplio. Es por ello que recomendó trabajar nuevas estrategias de periodismo digital, ello permitirá generar mayor contenido informativo en medios y subsanar los errores diagnosticados.

En tanto, Peralta (2020), en su investigación enfocada en la importancia que tienen la edición de contenido audiovisual en las plataformas digitales, para obtener la licenciatura en la carrera profesional de comunicaciones en la Universidad Técnica de Babahoyo en Ecuador. El autor analizó la importancia de la edición de video en plataformas digitales para la creación de contenidos bajo la técnica aplicada cuantitativa y así poder entender por qué la edición de video es importante al momento de comunicar en las plataformas digitales. Al finalizar el presente trabajo, el autor concluyó que los contenidos audiovisuales son factores primordiales en las plataformas digitales informativas y que su implementación correcta ayudará al crecimiento educativo y será un gran aporte para la sociedad.

Asimismo, Apablaza, et al. (2020), realizaron el artículo de investigación sobre la utilización de Periscope, YouTube y Facebook Live en cibermedios de Chile, teniendo como objetivo la identificación del rendimiento de los canales de streaming por medio de los medios de comunicación digitales con una aplicación de análisis de contenido y análisis comparativo. En donde se concluyó que Facebook Live es el principal medio para la emisión de contenido en redes, reforzando así el uso de esta herramienta para medios digitales informativos que buscan ser reconocidos en el mundo digital.

Del mismo modo, Costa y Túñez (2019), con la investigación sobre el análisis comparativo de contenido audiovisual difundido entre Facebook y YouTube, es cuál fue publicado en Journal of Communication en España, se plantearon como objetivo, analizar el material audiovisual que publican las organizaciones en Facebook y YouTube, bajo un enfoque cuantitativo. Dicha investigación, concluyó en que las empresas o marcas deben apostar por el uso de videos online, ya que ello permitirá incrementar la confianza de los usuarios, una mayor relación con ellos y el aumento de ventas con el contenido que se difunde.

En tal sentido, Sixto et al. (2021), asegura que la publicación de recursos audiovisuales aumenta la credibilidad y la confianza del medio ante su público, porque permite corroborar la noticia con el vídeo. Además, de incrementar el número de audiencia por su confiabilidad en el contenido.

Dentro de un contexto nacional, encontramos al autor Álvarez (2019), que realizó una tesis de investigación dedicada al análisis del lenguaje audiovisual de una programación streaming de un espacio digital, para conseguir la licenciatura en Comunicaciones por la Universidad César Vallejo (UCV). El objetivo general que se consideró fue analizar el lenguaje audiovisual del programa en streaming de una plataforma digital. El tipo de estudio fue cualitativo y empleó el diseño interpretativo. El trabajo concluyó que los criterios del lenguaje audiovisual no se desarrollan en su totalidad dentro de los programas vía streaming, debido a la falta de ciertos elementos como la musicalización, los efectos sonoros y movimientos de cámara, evidenciando una clara diferencia con los programas de televisión.

Fernández (2019), investigó la producción de material audiovisual como modelo de narración transmedia para el fanpage de facebook del Diario Correo para conseguir el bachiller en Comunicaciones por la Universidad San Ignacio de Loyola de Lima. El trabajo estableció el siguiente objetivo general: explicar el desarrollo de una producción audiovisual que emplea Diario Correo en su fanpage de Facebook. Se siguió un enfoque cuantitativo y cualitativo. Se concluyó que la utilización de distintos formatos audiovisuales en el fanpage de Diario Correo presenta rasgos transmediáticos, pero su realización no involucra directamente a su público, sino que se centra en el reconocimiento de la marca Correo entre los usuarios peruanos.

En la misma línea, León (2021), evaluó el fanpage de facebook Roger García Noticias enfocado en el tratamiento periodístico del periodismo ciudadano de sus seguidores. El objetivo general que tuvo el estudio fue interpretar el nivel de evaluación del tratamiento informativo que tiene el periodismo ciudadano con los usuarios del fanpage. El enfoque metodológico fue cuantitativo, de tipo básica con un diseño no experimental, aplicando como técnica la encuesta.

Se concluyó que los usuarios que siguen la página, aseguran que la información que se publica cuenta con un excelente tratamiento periodístico del periodismo ciudadano.

En tanto, Yactayo (2020), analizó la multimedialidad que emplea El Comercio y La República en la red social de Instagram, para conseguir el grado de licenciado

en Comunicaciones por la UCV. El autor buscó determinar la imagen en la multimedialidad de los contenidos informativos de El Comercio y La República en Instagram. El enfoque empleado fue cualitativo con un diseño hermenéutico y de tipo aplicada, utilizando la observación y la entrevista como técnicas de recolección. Como conclusiones se consideró que la multimedialidad del ciberperiodismo en Instagram de los medios mencionados anteriormente fue apreciada mediante los contenidos informativos elaborados por medio de la imagen estática y en movimiento. Así mismo, el material audiovisual terminó siendo el más utilizado por medio del formato de clipnews el cual obtuvo mayor aceptación.

Por otro lado, Aguilar (2017), analizó transmisiones en vivo del fanpage de Facebook del diario Perú21 en el 2017, para conseguir el grado de licenciado en Comunicaciones por la UCV, Lima. Como objetivo principal se analizó el contenido streaming del fanpage de Perú21 en Facebook. Se planteó un enfoque cualitativo de tipo aplicada y se utilizó la técnica de la observación. Se concluyó que la utilización de la herramienta Facebook Live desarrolla la evolución profesional de un periodista, debido a que lo convierte en un comunicador multifacético al buscar, transmitir, grabar con el público de manera directa e interactuar con ellos.

Es por ello, que el profesional de las comunicaciones debe adquirir constantemente nuevas habilidades fomentadas desde su formación universitaria. Esto permitirá, que los futuros profesionales estén preparados a los cambios y puedan desarrollar sus habilidades sin ningún problema (Saavedra et al. 2018).

Finalmente, Gutiérrez (2020), analizó la producción audiovisual que realizan las universidades de Trujillo en los programas de estudio en comunicaciones como parte de su comunicación externa, con la finalidad de conseguir el grado de maestro en Relaciones Públicas e Imagen Corporativa por la UCV. El objetivo general que planteó fue analizar la producción audiovisual que realizan las universidades de Trujillo en los programas de estudio en comunicaciones como parte de su comunicación externa.

Según Capriotti et al. (2019), La participación activa de las organizaciones en las redes sociales, las beneficia notablemente en su reputación con su público,

además de posicionar de forma positiva a la institución con una reputación corporativa a nivel competitivo.

La tesis se desarrolló con un enfoque cuantitativo de tipo descriptiva, empleando como técnica la observación. Donde se concluyó que existe una deficiencia en creación de contenido audiovisual en relación a las comunicaciones por parte de las universidades en plataformas digitales no son eficientes, debido a la falta de una planificación en su producción.

Es así que, para el sustento del presente estudio se desarrollarán dos teorías como son: la teoría de los signos de Charles Morris, publicada en el año 1985 y la teoría triádica de los signos de Charles Sanders Peirce de 1978.

La teoría de los signos de Charles Morris se centra principalmente en la Semiosis, terminología que considera a todo aquello que funcione como un signo. Además, menciona que la semiótica se divide en tres aspectos, de los cuales solo dos serán aplicados en la realización de este estudio: la sintáctica y semántica (Morris, 1985a).

En ese sentido, la sintáctica es considerada como la interrelación de los signos, es decir que el resultado de la relación entre los signos, intérpretes y objetos, se convierte en la más completa dentro de las ramas de la semiótica (Morris, 1985b).

Así mismo, el factor semántico puede definirse como el estudio de la relación que existe únicamente entre el signo y el objeto al que hacen referencia, es decir, a lo que los signos desean significar por medio de la disposición de normas que denotan características únicas (Morris, 1985c).

Como segunda teoría aplicada al presente proyecto de investigación, se presenta la teoría triádica del signo de Pierce (1958), quien establece que un signo posee tres complementos: El representamen (signo), objeto (referente) e interpretante. Por lo tanto, la semiótica para Pierce se centra en que el ser humano a través de lo que observa le otorga un significado y de acuerdo a la situación en que se encuentre le designa un objeto.

En resumen, dichas teorías explican la importancia que tiene el signo para el proceso de comprensión, en este caso dirigidas hacia los productos audiovisuales emitidos por los medios, los cuales son presentados como signos y que según el lenguaje aplicado a sus contenidos tendrán un significado para cada consumidor.

Según Casaverde (2020), el lenguaje audiovisual cumple un rol muy importante al formar parte del contenido que se difunde en las plataformas digitales, ya que señala que debe ser preciso, rápido y directo en la emisión del mensaje. Debido a que las personas suelen ver sólo los primeros 30 segundos para obtener la información de forma rápida. Sin embargo, no todos los medios buscan el mismo fin ni mucho menos cuentan con la capacidad de producción de contenido.

Por su parte, Hermann y Pérez (2019), señalan que dicho término está compuesto por el lenguaje visual y sonoro, cuyo objetivo es su interrelación para generar experiencias de la multimedialidad en un espacio digital como son: redes sociales, sitios web, aplicativos móviles o en la misma televisión, permitiendo que los internautas puedan comprender mejor el video compartido en la red.

Del mismo modo, Aguilar (2017), explica que el concepto audiovisual es la unión de los campos auditivo y visual gracias a su integración, logran emitir un mensaje a través de lo audiovisual de manera simultánea. Esto quiere decir, que la composición del lenguaje audiovisual parte desde la integración de dos componentes esenciales y al convertirse en mensaje, logra un claro entendimiento y precisión en su emisión.

El lenguaje audiovisual está compuesto por dimensiones, que en este caso serán denominadas subcategorías para un mejor estudio científico de acuerdo con (Álvarez, 2019). Estas tres subcategorías se presentan según su aspecto Morfológico, Sintáctico y Semántico.

La primera subcategoría del Lenguaje Audiovisual detalla su aspecto morfológico, en donde Maques según Gutiérrez (2020), explica que del mismo modo en que el mensaje del lenguaje verbal se encuentra compuesto distintos elementos como, adjetivos, verbos, sujeto, etc, el mensaje audiovisual también se

encuentra constituida por una estructura y de acuerdo con Bure (2019), la estructura morfológica del mensaje audiovisual está compuesta por cuatro elementos sonoros y tres visuales.

Aguilar (2017), define a los elementos sonoros como los responsables de aportar realismo a la imagen dentro de una narrativa expuesta en un espacio digital con el propósito de aportar emociones al espectador.

Asimismo, explica que la música hace referencia a un conjunto de canciones distinguidas por géneros musicales que cumple la función de acompañar la voz del locutor o separar los bloques del programa. Además, es usado también en la introducción del programa o al cierre de la misma.

Con relación a la palabra, hace referencia al conjunto de frases habladas por el emisor y/o responsable de brindar la información al receptor, en este caso a los usuarios digitales. En ella, participa un conjunto de elementos como la tonalidad, dicción, acento y expresión que ayudarán a darle un estilo único al programa.

Por último, sobre los efectos, explica que son utilizados para dar una sensación de realidad al producto audiovisual y que pueden ser obtenidos del ambiente natural o urbano; o por el contrario, creados de manera artificial.

Por otro lado, se incluye a la locución como un elemento sonoro, ya que demuestra importante participación en el proceso comunicativo. Este elemento brinda al locutor el dinamismo y énfasis necesario para transmitir el mensaje.

Con relación a los elementos visuales, Gutiérrez (2020), enumera los elementos básicos de una imagen en donde participan: los puntos, líneas, formas, entre otros, necesarios para la descripción de dicho componente gráfico.

En donde la iconicidad o abstracción, pueden ser un reflejo de la realidad mediante la imagen y sus componentes, en donde se describe a las figurativas, esquemáticas o simbólicas, y abstractas.

Por su parte la denotación y connotación, explica que una imagen difícilmente tiene un significado único, por el contrario, presentan distintas

interpretaciones según la narración de los hechos y del tipo de público que se identifique con la imagen.

Con respecto a la simplicidad y complejidad, este dependerá de la composición de la imagen a través de los elementos que la compongan, en donde a mayor composición gráfica, más tiempo y atención para el análisis que se requiera.

Finalmente, la originalidad o redundancia en una imagen dependerá de los elementos visuales que se utilicen. Esto quiere decir, que una imagen original dentro de escena puede ser difícil de interpretar, ya que está compuesta por elementos nuevos y desconocidos para el receptor que recibe el mensaje, siendo una posible desventaja al momento de elaborar un producto audiovisual.

La segunda subcategoría es el aspecto sintáctico, en donde Rodríguez según Álvarez (2019), da a conocer que, para lograr un mensaje audiovisual influyente en las masas, se debe establecer un orden o una sintaxis previa, ya que no basta con el solo hecho de utilizar componentes gramaticales dentro del discurso. Dicha subcategoría, cuenta con indicadores en donde Álvarez los define como:

Los planos, es la forma como se presenta el producto audiovisual, describiendo al sujeto, objetos y espacio que lo componen. En donde podemos encontrar al gran plano general, plano general, plano medio, plano americano, primer plano, primerísimo primer plano y plano detalle.

Los ángulos, según Bedoya y León (2016), guardan una relación entre la altura y ubicación en la que se encuentra el equipo de grabación y el sujeto. En ese sentido, se entiende que es la visión del elemento o personaje que tiene el espectador, conforme a la posición de la cámara que utilice el director. Permitiendo así transmitir sensaciones al público. Está compuesta por ángulo normal, picado, cenital, contrapicado y nadir.

La composición, manifiesta el orden de cada elemento que conforma una imagen. En ella podemos encontrar la regla de tres tercios y sus elementos que son: posición diagonal, triangular, simétrica y asimétrica.

La profundidad de campo, permite destacar al sujeto dentro del espacio en que se encuentra, permitiendo realizar un desenfoque y tener el sujeto con total nitidez y el fondo en segundo plano. Este elemento se utiliza para darle un carácter o expresión a la historia que se está contando.

La continuidad, hace referencia a la manera clara y precisa de la narración de una historia, a través de los planos, ángulos y secuencias que conforman el elemento audiovisual. Es importante señalar, que la planificación de la grabación es el primer paso para lograr que el producto final sea entendible y fácil de asimilar para el espectador.

El ritmo, consta del tiempo o velocidad que se le otorga entre cada plano. la duración de esta, depende de la narración de la historia o interacción de los personajes para contar la historia.

La iluminación, estará sujeto del formato audiovisual a trabajarse. En el caso de un set de grabación se requerirá de gran iluminación en el espacio para mantener el concepto estético del programa. Además, la iluminación en un contexto audiovisual permite transmitir sentimientos y sensaciones como la intriga, miedo, alegría, etc.

El color, es uno de los elementos más importante dentro de la producción audiovisual, ya que describe la psicología del personaje y el espacio en el que se encuentra, logrando transmitir no solo emociones al espectador, sino también describir correctamente cada elemento que conforma la escena.

Los movimientos de cámara, brindan un carácter descriptivo al producto audiovisual, a través de un cambio de imagen con otra. En donde la altura, distancia y ángulo de la cámara emulará la percepción del ojo humano.

Como tercera subcategoría se hace referencia al aspecto semántico. En donde Bure (2019), explica que la semántica se relaciona de manera directa con la

Morfología y la Sintaxis, ya que es la encargada de darle el significado según su característica Subjetiva u Objetiva. La estructura semántica está compuesta por dos subcategorías que describen el significado denotativo y connotativo (Álvarez, 2019).

El significado denotativo, describe la realidad objetiva de la imagen dentro del producto audiovisual. Por ejemplo, si se muestra un video donde una persona fue asesinada durante un robo al paso, el significado denotativo será correspondiente a la palabra asesinato de acuerdo a la fuente o autor con el que se busque el significado.

Por su parte, el significado connotativo dependerá de la interpretación que le dé el espectador al momento de recibir el mensaje. Por ejemplo, si en un plano se visualiza una imagen de un incendio, de acuerdo al tipo de público que observa el producto audiovisual, para una persona afectada de un hecho similar puede significar tristeza, mientras que para una persona que participó de un rescate como bomberos o policías, puede significar valentía y orgullo.

Es así que, estos tres aspectos mencionados anteriormente deben ser aplicados a los contenidos audiovisuales para que las personas puedan entender y comprender el mensaje que se pretende difundir a través del medio digital en redes sociales, en este caso al medio digital Trujillo60 a través de su fanpage de Facebook.

Con relación a medios digitales, Bure (2019), lo define como el espacio en el que la comunicación se realiza principalmente a través de Internet. Su creciente popularidad se debe a su flexibilidad, interactividad y la capacidad de llegar rápidamente a audiencias globales. Estos medios permiten adaptarse a diferentes formatos y dispositivos, ofrecen experiencias participativas y han revolucionado la comunicación y la difusión en la era digital.

Por otro lado, Facebook fue fundada por Mark Zuckerberg con el único fin de mejorar la comunicación entre estudiantes de la Universidad de Harvard. Sin embargo, su éxito provocó que dicha plataforma brinda fácil acceso para crear un

perfil a cualquier persona que cuente con un correo electrónico y pueda estar en contacto con otras personas en tiempo real (Landeta et al., 2020).

Finalmente, la relación entre medios digitales y Facebook ha demostrado que el poder de comunicación de dicha plataforma ha dado paso a una forma de informar, debido a sus propias condiciones en la distribución de contenido, específicamente las noticias (Guallar, 2018). Este hecho preocupa al periodismo digital, debido a que son las plataformas quienes deben adaptarse a los medios y no establecer algoritmos sofisticados que eligen a quién llega la noticia.

### **III. METODOLOGÍA**

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

El enfoque del presente estudio es cualitativo, bajo la técnica de recolección de datos, sin ningún tipo de medición y con solo la interpretación del autor. Hernández (2014), toma en cuenta que un enfoque cualitativo puede darse mediante una serie de interpretaciones, las cuales visibilizan al mundo, transformándolo y convirtiéndolo en un conjunto de representaciones por medio de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

En este sentido, Tamarinde & Van (2019), señalan que la investigación cualitativa no solo utiliza el lenguaje como estudio, sino también elementos audiovisuales que acaban siendo recogidos por medio de entrevistas, grupos focales o a través de la técnica de observación.

A su vez se consideró un tipo de investigación básica, puesto que el trabajo se orienta a la generación de conocimiento científico de carácter teórico. De acuerdo con Cazau (2016), explica que este tipo de investigación se caracteriza por encontrar un nuevo conocimiento teniendo como referencia al conocimiento mismo, es decir pretende ahondar e incrementar nuestro saber científico.

Del mismo modo, el diseño de investigación que se optó por utilizar fue el hermenéutico, ya que se interpretará toda la información recolectada de acuerdo al tema de estudio, de manera que sea posible comprender y analizar el lenguaje audiovisual de los contenidos difundidos en la fanpage de Trujillo60.

Según Fuster (2019), la hermenéutica se refiere al proceso que permite comprender la conciencia de las personas e interpretar el significado por medio de todo tipo de expresión, Asimismo, Crowther (2017), indica que la hermenéutica también es catalogada como una materia dentro de la interpretación de textos, cuyo fin es encontrar el entendimiento de todo objeto al que se estudie.

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

La categoría que se analizará en la presente investigación es el lenguaje audiovisual, que además presenta tres subcategorías, tales como: el aspecto morfológico, donde detalla su relación con las características audiovisuales, el aspecto sintáctico, el cual profundiza específicamente sobre los elementos visuales y el aspecto semántico, quien es el responsable de otorgar el significado al contenido audiovisual.

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

El escenario de estudio se centra en el fanpage del medio digital informativo Trujillo60 ubicada en la red social Facebook, en donde realizan diversas publicaciones utilizando contenido gráfico y audiovisual, y ahora ante el incremento de fanpages dedicados a la publicación de contenido noticioso, se vienen compartiendo piezas multimedia con el objetivo informar a la población trujillana, sin embargo, gran parte de dicho contenido no cuenta con el tratamiento de producción adecuado. Partiendo de ello, el análisis de este proyecto se enfocó en las publicaciones audiovisuales difundidas entre el mes de agosto y octubre del año 2022, meses donde predominaron contenidos de aspecto político y social.

### **3.4. Participantes**

Se tomó como participantes a los videos asociados al formato de noticiero producidos por el medio digital informativo Trujillo60 en su fanpage de Facebook, para analizar la producción y el tratamiento que posee dicho material audiovisual, las cuales equivalen a un total de 43 programas, que han sido seleccionados bajo los siguientes criterios: una duración de aproximadamente dos horas y con fecha de publicación desde el 26 de agosto hasta el 28 de octubre de 2022.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica que se empleará es la observación, puesto que el diseño del proyecto es hermenéutico, en donde, Sánchez et al. (2021), definen a la técnica de la observación como una herramienta mediante la cual se genera un vínculo

entre el encargado de la investigación y el objeto de estudio, aplicando todos sus sentidos dentro de un escenario con el fin de entender y comprender el accionar de este, permitiendo así la intervención directa del observador.

Majid (2018), explica que la técnica de observación no permite la manipulación o cambio de las variables dentro del proyecto de investigación. Por el contrario, analiza cada una de ellas y emite un resultado.

En ese sentido, el instrumento de recolección que se utilizará será la ficha de observación, la cual permitirá analizar detalladamente el lenguaje audiovisual del contenido difundido por el medio digital informativo en cuestión.

En la ficha de observación se analizará el aspecto: lenguaje audiovisual establecidos en una categoría, 3 subcategorías con cuadros de observación y un total de 13 códigos.

### **3.6. Procedimiento**

De acuerdo con Gutiérrez (2020), detalla que, para realizar el proceso de recolección de datos, consta de siete fases que a continuación se explicarán:

Como primera fase, se buscará información referente al contenido audiovisual y medios digitales por medio de artículos científicos, tesis y libros. Como segunda fase, se diseñará el instrumento de recolección de datos, utilizando de guía estudios similares. Como tercera fase, los instrumentos serán sometidos a validación por medio de expertos en la materia de estudio para asegurar la validez y fiabilidad del proyecto a través de la V de Aiken.

En tal sentido, Robles (2018), manifiesta que la V de Aiken es una técnica que valida el contenido previamente evaluado por una cierta cantidad de jueces. Posterior a ello, es valorado por los expertos, en donde las valoraciones pueden ser dicotómicas o politómicas.

En la cuarta fase, se seleccionarán 43 programas de noticias producidos por el medio digital informativo Trujillo60 desde su fanpage de Facebook, los cuales cuentan con los siguientes criterios: una duración de aproximadamente dos horas

y con fecha de publicación desde el 26 de agosto hasta el 28 de octubre de 2022. Para que, en su quinta fase, se realice la aplicación del instrumento.

En la sexta fase, se triangulará y posteriormente se expresará la relación semántica por medio del programa Atlas ti 9. En ese sentido, Jiménez y García (2021), describen a la triangulación de datos como medio de estudio para la obtención de múltiples visiones sobre un propósito de validación, bajo 3 subtipos como son: tiempo, espacio y persona.

Por otro lado, Sabariego et al. (2014), definen a Atlas ti como un software informático especializado en el análisis de datos cualitativos, el cual permite la organización y administración de datos desde distintos documentos.

Finalmente, como séptima fase, con los resultados obtenidos se procederá a desarrollar la discusión del estudio, para posteriormente desarrollar las conclusiones y establecer las recomendaciones del proyecto.

### **3.7. Rigor científico**

Según Castillo y Vásquez (2003), da a conocer criterios importantes que lograrán conocer el rigor científico de una investigación cualitativa, los cuales son: la credibilidad, confirmabilidad y la transferibilidad. Asimismo, Noreña et al. (2012), añaden dos criterios más como: la consistencia y la relevancia.

En ese sentido, el presente estudio cuenta con el criterio de la credibilidad, ya que toda la información fue recogida bajo un proceso riguroso de veracidad. Asimismo, se aplicó el criterio de la confirmabilidad, puesto que, expertos en la materia de estudio han validado el instrumento de investigación, que posteriormente será aplicado. Además, se siguió el criterio de la transferibilidad, debido a que todos los datos investigados pueden convertirse en antecedentes de estudios. También se consideró el criterio de la consistencia teórica, por medio de la revisión de la literatura científica que respalda el proceso de investigación, y bajo el cual se han construido los instrumentos de investigación. Finalmente, se aplicó el criterio de relevancia, debido a que este trabajo se fundamenta en un problema y objetivo de investigación en el marco del campo de la comunicación social, que

aborda el contexto interconectado de las redes sociales donde se comparte información periodística en formato audiovisual.

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

El presente estudio utilizará el método del análisis clásico de contenido. En donde Ramírez (2021), explica que esta metodología prioriza el significado y el conjunto de sus categorías temáticas. Además, señala que, con un planteamiento correcto del problema, se pueden aplicar estrategias de análisis que brindarán resultados satisfactorios para la investigación.

Es entonces que, una vez iniciada la observación del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60, se procederá a colocar toda la información obtenida en una guía de observación que detalla las tres categorías establecidas anteriormente.

Para lo cual, el desarrollo del mismo, permitirá analizar y estudiar a detalle el contenido, el cual se encuentra estructurado en categorías y subcategorías. Asimismo, al culminar dicho análisis, se procederá a realizar la interpretación de los datos que brindarán las guías de observación, de la cual se extraerán resultados sintetizados sobre la producción que tiene cada contenido audiovisual y así responder a nuestros objetivos de estudio.

### **3.9. Aspectos éticos**

Para la elaboración del presente trabajo se emplearán obligatoriamente principios éticos. Reyes y Viriato (2018), detallan que los lineamientos éticos establecen responsabilidad e integridad al desarrollo del estudio.

Del mismo modo, el presente estudio sigue el Código de Ética en RCU-0262, el cual fomenta la integridad científica en todas las investigaciones realizadas en la universidad, además, respeta cada una de las bases teóricas recolectadas siguiendo las normas APA en su última edición.

Del mismo modo, esta investigación contará con la validación de tres expertos en el objeto de estudio, los cuales darán validez y aprobación al

instrumento. Finalmente, el presente proyecto será presentado por Turnitin para corroborar su autenticidad.

#### **IV. RESULTADO Y DISCUSIÓN**

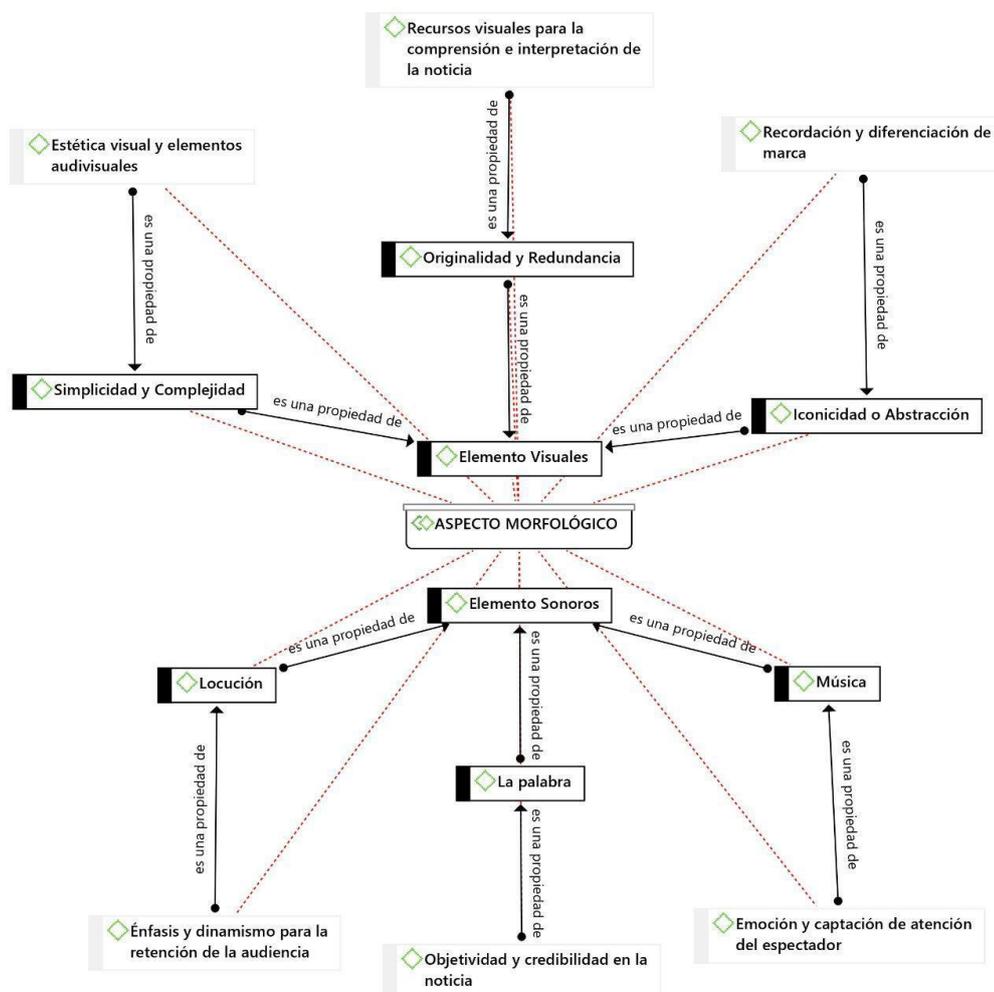
La presente investigación, titulada "Análisis del contenido audiovisual en la fanpage de Facebook del medio digital Trujillo60", tiene como objetivo principal analizar el contenido audiovisual presentado por dicho medio digital. A través de la ficha de observación, se obtuvieron resultados que indican que los elementos del lenguaje audiovisual utilizados en el noticiero digital Trujillo60 no logran transmitir eficazmente su mensaje a la población debido a la falta de un correcto uso de aspectos morfológicos (elementos visuales y sonoros), sintácticos (planos, ángulos, movimiento de cámara, iluminación) y semánticos (connotativo y denotativo). Esto provoca una desconexión con el espectador y, en consecuencia, una falta de efectividad en la comunicación.

Por su parte, la teoría triádica del signo de Pierce (1958), es relevante en este contexto, ya que el espectador asigna significado a lo que observa, y esto puede variar según el contexto. La conexión adecuada con el espectador a través de la correcta aplicación de los aspectos morfológicos, sintácticos y semánticos son cruciales para una comunicación efectiva, asegurando la claridad y comprensión del mensaje en un programa de noticias.

Para ello, se analizaron como objetivos específicos los aspectos ya antes mencionados, donde se concluirá a través de la ficha de observación si el programa Trujillo60 cumplió con el uso correcto del lenguaje audiovisual durante la presentación de todos los programas.

**Figura 1:**

Mapa de relación semántica del aspecto morfológico



*Fuente: Atlas Ti. Elaboración propia.*

En la investigación cualitativa, se realizó un análisis de contenido y una triangulación de documentos. Los resultados se presentaron de acuerdo al orden de los objetivos específicos establecidos en la introducción como son: Analizar la dimensión morfológica, sintáctica y semántica del medio digital Trujillo60 de la fanpage de Facebook. Se examinaron diversos aspectos del lenguaje audiovisual en el noticiero. En la categoría de 'Lenguaje Audiovisual' y la subcategoría de 'Aspecto Morfológico', como respuesta al primer objetivo específico de la presente investigación.

En cuanto al elemento visual, se identificó que el noticiero utilizó elementos simbólicos o iconográficos, estableciendo así una identidad visual para el programa. Además, se observó una puesta en escena compleja, con la ubicación detallada de elementos en el set y el uso de múltiples cámaras para capturar diferentes ángulos y perspectivas. Asimismo, se destacó la presencia de elementos visuales entendibles y claros para los receptores, enriqueciendo la presentación de la información mediante el uso de recursos visuales como gráficos, diagramas, imágenes y vídeos relacionados con las noticias.

En cuanto al elemento sonoro, se determinó que los conductores de Trujillo60 no lograron transmitir el mensaje con el dinamismo y énfasis requeridos, lo cual podría afectar negativamente la calidad de la presentación del programa y la capacidad de retención de la atención del espectador. Sin embargo, se encontró que el noticiero empleó un acompañamiento musical durante la narración de las noticias, generando emoción en ciertos momentos de la información presentada. Por otro lado, se identificó que, en una proporción significativa de casos, las noticias no fueron anunciadas correctamente por los locutores, lo que generó una percepción sesgada y distorsionada de la información presentada, afectando la capacidad de formar opiniones objetivas en el marco de la deontología profesional.

Estos resultados proporcionan una visión detallada del lenguaje audiovisual utilizado en el programa y sus implicaciones en la presentación de las noticias. Estos hallazgos respaldan la importancia de considerar cuidadosamente los aspectos visuales y sonoros en la transmisión de la información noticiosa, así como la necesidad de una locución dinámica y adecuada para garantizar una comunicación efectiva con los espectadores.

En relación a la subcategoría de aspecto morfológico, se observó que Trujillo60 si logra su finalidad al emplear una variedad de elementos visuales y estéticos en su presentación, lo cual está respaldado por investigaciones realizadas en el campo de la comunicación y la semiótica visual.

Según Álvarez (2019), explica que los elementos visuales, como la iconicidad o abstracción, denotación o connotación, simplicidad o complejidad, y

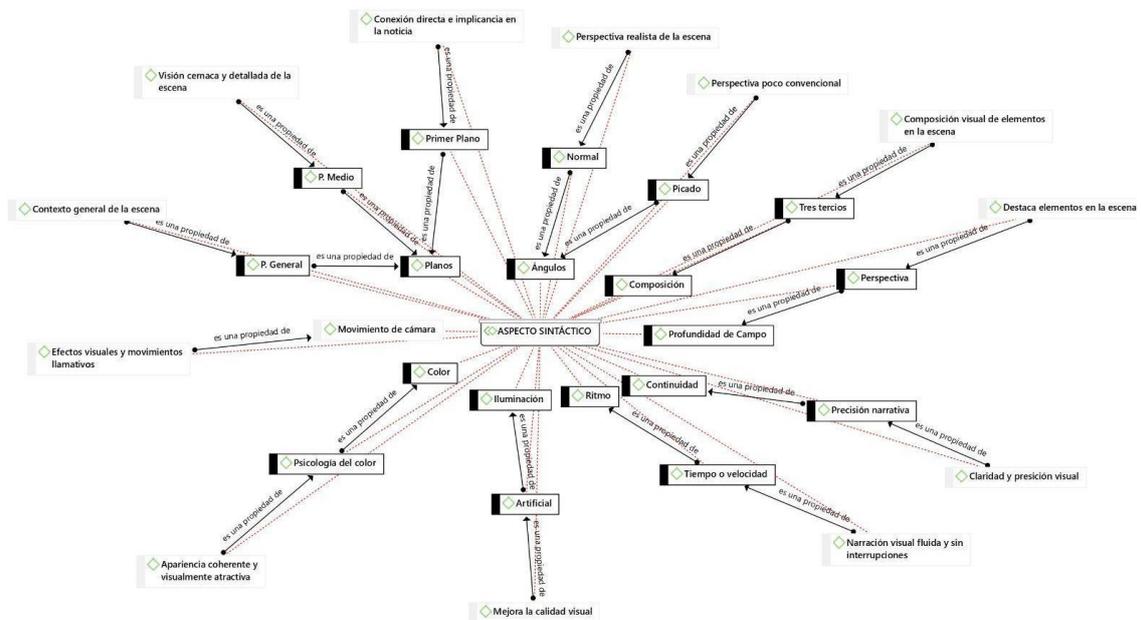
originalidad o redundancia, juegan un papel fundamental en la construcción de la narrativa visual en los programas de noticias. Estos aspectos morfológicos son herramientas poderosas para dirigir la atención del espectador hacia determinados aspectos de la información presentada y pueden influir en la interpretación de los hechos. Además, en la tesis de Gutiérrez (2020), se destaca que el uso de dichos elementos visuales en una producción audiovisual es de vital importancia, ya que a través de las imágenes se transmiten mensajes impactantes, emociones y comprensión en la audiencia.

Por su parte, Sandoval (2018), resalta la relevancia de los elementos sonoros en la percepción de la credibilidad y objetividad de los programas. El autor argumenta que una comunicación a través de señales acústicas aumenta la confianza del público con la información presentada, dado que, esta modalidad busca recrear con imágenes el hecho narrado, logrando que el mensaje se adhiera a la memoria del espectador. Asimismo, Chávez (2020), destaca que es importante utilizar un estilo interpersonal en tercera persona para narrar la noticia, ya que con ello se asegura imparcialidad en la presentación de los hechos, evitando así percepciones sesgadas y distorsionadas.

Teniendo en cuenta estas investigaciones, se puede concluir que el elemento morfológico utilizado en el noticiero Trujillo60, como los elementos sonoros y visuales, son claves en la construcción de la narrativa audiovisual y pueden influir en la interpretación de la información por parte de la audiencia. Sin embargo, es importante destacar que el análisis de los resultados de la presente investigación muestra la necesidad de una mayor objetividad en la presentación de los hechos y una mayor atención a la imparcialidad en los comentarios de los conductores, para evitar influencias sesgadas en la interpretación de la audiencia y fomentar una mayor confianza en la información transmitida.

Figura 2:

### Mapa de relación semántica del aspecto sintáctico



Fuente: Atlas Ti. Elaboración propia.

En respuesta al segundo objetivo específico, el cuál es: Analizar la dimensión sintáctica del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook, se analizaron diferentes elementos visuales y técnicas utilizadas en el desarrollo del programa digital. A continuación, se presentan los resultados obtenidos:

El programa digital utilizó tres tipos de planos en su presentación visual. El plano general se empleó para mostrar un contexto amplio y proporcionar una visión completa de la escena. Se utilizó en momentos como las aperturas de los programas, entrevistas en el estudio y presentación de informes. Por otro lado, el plano medio se utilizó para ofrecer una visión más cercana y detallada de los conductores y de los elementos presentes en el set. Esta elección visual permite al espectador sentirse más conectado con los conductores y tener una visión más clara de los elementos que los rodean en el escenario. Mientras que, el primer plano se utilizó selectivamente para resaltar expresiones faciales y detalles relevantes de los conductores, generando una mayor conexión emocional y comprensión de la noticia.

En cuanto a los ángulos, predominó el uso del ángulo normal en el noticiero, que proporciona una perspectiva realista y estable. Se empleó durante la presentación de noticias en el escritorio, entrevistas y al mostrar imágenes o videos complementarios. A diferencia del ángulo picado, que se utilizó en momentos específicos, como los pases a cortes comerciales y la presentación de invitados al set.

Además, se observó que el 88% de los programas utilizaron la regla de los tres tercios para organizar la disposición visual de elementos y conductores dentro de la composición. Sin embargo, el 12% de los programas analizados no aplican esta regla debido a errores técnicos en los movimientos y encuadres de cámara.

Del mismo modo, el noticiero Trujillo60 optó por no utilizar movimientos de cámara en su realización, debido al formato del programa digital que busca mantener una presentación sencilla y objetiva de la información. Cabe señalar, que se encontraron elementos distractores en el plano visual, los cuales generaron la falta de atención del espectador y la mala presentación de los conductores en el programa.

A su vez, se notó una falta de claridad y precisión en la narración de las noticias, lo que puede afectar la comprensión y el interés del espectador. Sin embargo, se utilizó una duración adecuada en las transiciones de planos y escenas, lo que permitió una comprensión efectiva de la información presentada.

En todos los programas analizados se empleó luz artificial en lugar de luz natural, ya que el noticiero se realizó en un set de grabación sin acceso directo a fuentes de iluminación natural. Así mismo, el noticiero utilizó una paleta de colores distintivos que se ha establecido como una característica reconocida del programa, lo que puede influir en la percepción del espectador.

A través de la ficha de observación a la subcategoría de aspecto sintáctico, se obtuvo como resultado que el uso de elementos del lenguaje audiovisual cumple parcialmente su función en el desarrollo del contenido del programa. Se observó

que se emplearon principalmente planos generales y medios, mientras que el primer plano y otros planos más específicos tuvieron una presencia menor. En cuanto a los ángulos, el ángulo normal prevaleció, seguido de manera limitada por el ángulo picado. Además, se encontró una ausencia de movimientos de cámara en los programas analizados.

Este uso de planos abiertos para la presentación y desarrollo de las noticias, se debe a que los conductores interactúan constantemente y el uso de dichos recursos audiovisuales permite presentar un escenario enriquecedor para el receptor. Autores relevantes en este campo como Bedoya y León (2016), determinan que los planos y los ángulos de cámara son elementos fundamentales en la composición visual de un producto audiovisual para transmitir información y emociones al espectador. En este sentido, Álvarez (2019), reafirma que el predominio de planos generales y medios en un programa digital puede estar relacionado con la intención de proporcionar una visión más amplia de los eventos y contextos presentados, demostrando gran similitud con la presente investigación.

En relación al correcto uso de la iluminación para la presentación del programa de noticias, se pudo evidenciar que el noticiero utilizó un esquema de iluminación artificial consistente, manteniendo así una estética coherente necesaria para un programa informativo y sobre todo generó una atmósfera envolvente para el espectador con la narrativa de la noticia. En ese sentido, se halló similitud con lo que expone Ruiz (2019), al precisar que el uso meticuloso de la iluminación en la producción audiovisual desempeña un papel fundamental en la formación de diversas atmósferas y en la generación de una amplia gama de sensaciones en el espectador. La correcta aplicación de la iluminación tiene el poder de modificar radicalmente una escena, atrayendo la atención del espectador y evocando emociones particulares.

Por otro lado, sobre el uso de movimientos de cámara para la narración audiovisual del noticiero digital Trujillo60, se concluye que el programa en mención, no utilizó dichos elementos audiovisuales ya que, el formato no lo requiere. Además, el espacio para la grabación del noticiero no es el adecuado para permitir utilizar movimientos como: zoom, paneos y traveling. Según Retamozo (2021), el

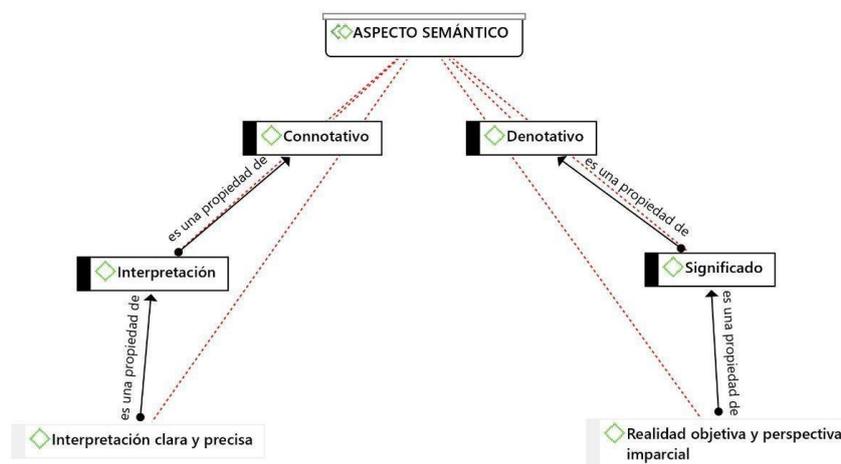
uso de movimientos de cámara se usa para mostrar un objeto, paisaje o situación y permite generar emociones al espectador. Además, ayuda a aumentar el drama en la historia que se cuenta.

Estos resultados concuerdan con Álvarez (2019), quien señala que en un formato de programas de entrevistas se puede prescindir de elementos audiovisuales como los movimientos de cámara. Sin embargo, su uso puede estar presente dentro del contenido audiovisual que se muestre a su público, tales como reportajes, notas periodísticas, enlaces en vivo, etc.

En resumen, la discusión del aspecto sintáctico en el noticiero Trujillo60 revela un predominio de planos generales y medios, un uso limitado de ángulos de cámara específicos y una ausencia de movimientos de cámara que no terminan por cumplir con los requerimientos que se busca al consumir un formato audiovisual. Estos resultados se alinean con la teoría del signo, que según Morris (1985), afirma que el aspecto sintáctico es fundamental para la interrelación de todos los elementos visuales tales como imágenes, gráficos, color, movimientos, etc., y lograr mantener el ritmo y la coherencia narrativa.

**Figura 3:**

**Mapa de relación semántica del aspecto semántico**



*Fuente: Atlas Ti. Elaboración propia.*

En respuesta al tercer objetivo específico que es, analizar la dimensión semántica del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook, se analizaron los elementos que influyen en la forma en que se presenta y se interpreta la información, se obtuvo como resultado:

El 65% de los programas analizados, no presentó una realidad objetiva ante el receptor. Los conductores realizaban comentarios que dejaban en evidencia su posición política, lo que podría influir en la interpretación de los hechos y generar desinformación en la audiencia. Esto indica una falta de imparcialidad en la presentación de los hechos y una posible influencia en la percepción de la audiencia.

En cuanto al aspecto connotativo, se encontró que en el 65% de los programas analizados, la información presentada no contribuyó a una comprensión profunda y precisa de los acontecimientos. Los comentarios emitidos por parte de los conductores eran vagos y no enriquecieron la percepción del público sobre la noticia. Esto puede limitar la interpretación de la audiencia y afectar su comprensión de los hechos.

Estos resultados indican la importancia de mantener una presentación objetiva y precisa de la información en los programas de noticias, evitando influencias personales y comentarios vagos que puedan distorsionar la interpretación de los hechos por parte de la audiencia. Una presentación imparcial y con contenido enriquecedor contribuye a una mejor comprensión y percepción de la información por parte del público.

De acuerdo al análisis de contenido a la dimensión semántica, específicamente en el aspecto denotativo, se encontró que la mayoría de los programas analizados no presentaron una realidad objetiva para el receptor debido a los comentarios sesgados de los conductores, lo que puede influir en la interpretación de los hechos y generar desinformación en la audiencia. Estos resultados se alinean con las investigaciones de autores contemporáneos que han abordado el tema de la subjetividad en la presentación de noticias.

Cabe precisar, que investigaciones realizadas en otras tesis se encontró similitud con la presente investigación, tales como la del autor Del Valle (2018), quien explica que la confiabilidad, de la información se manifiesta mediante indicios de objetividad, veracidad e imparcialidad que desempeñan un papel crucial para que el público establezca un vínculo de confianza con el medio digital. Sus hallazgos señalan que los programas de noticias deben esforzarse por presentar una perspectiva equilibrada y evitar la influencia de opiniones personales que puedan sesgar la interpretación de los hechos por parte de la audiencia.

En relación al aspecto connotativo, se encontró que gran parte de los programas carecían de comentarios que aporten a la comprensión profunda de los acontecimientos presentados. Estos resultados pueden ser respaldados por investigaciones previas que han examinado el papel de los comentarios y su efecto en la interpretación de la audiencia.

Estos resultados concuerdan con la tesis de Paredes (2020), quien argumenta que los comentarios carentes de objetividad, pueden tener repercusiones negativas en el público espectador, generando confusión y desentendimiento. Según el autor, los comentarios que evitan sesgos en la

información y están afianzados a la imparcialidad, son fundamentales para que la audiencia obtenga una comprensión profunda de los hechos. Sin embargo, el autor señala que hay diversas formas de manipular la información y adaptarla a conveniencia, incluso sin llegar a la mentira en sí misma.

Finalmente, se puede evidenciar que el noticiero digital no ha brindado una realidad objetiva que contribuya a la correcta comprensión e interpretación de los hechos presentados. Por el contrario, los conductores del programa realizaban comentarios de carácter personal, influyendo en la opinión pública. En tal sentido, Sandoval (2018), concuerda con el resultado de esta investigación al afirmar que los programas de noticias pueden contribuir a la construcción de la realidad social y cómo los comentarios connotativos pueden influir en la percepción de la audiencia. Su investigación expone que la falta de comentarios enriquecedores puede limitar la capacidad del público para comprender y contextualizar los acontecimientos, lo que potencialmente puede llevar a una visión parcial o distorsionada de la realidad.

## **V. CONCLUSIONES**

Al analizar el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook, se concluye lo siguiente:

El análisis del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook ha permitido comprender y evaluar de manera exhaustiva la naturaleza y características de dicho contenido. A través de este estudio, se ha obtenido un panorama claro sobre la forma en que se presenta y comunica la información en este medio, lo que contribuye a un mayor entendimiento de su alcance y efectividad en la plataforma mencionada.

En relación al primer objetivo específico, que se centra en el aspecto morfológico, se concluyó que el noticiero Trujillo60 sobresalió por su enfoque dinámico, el cual fue respaldado por el uso efectivo de elementos visuales que fortalecieron el mensaje transmitido por los conductores. Asimismo, se empleó elementos sonoros, como una adecuada musicalización, que complementaron de manera acertada el formato audiovisual, especialmente en momentos clave de los programas para lograr un impacto efectivo en la audiencia.

En relación al aspecto sintáctico, se concluyó que el noticiero Trujillo60 presentó una correcta iluminación y prevaleció el uso de planos abiertos, lo cual permitió mostrar una imagen clara de todo el set y los conductores. En la mayoría de los programas, se empleó el ángulo normal para brindar la perspectiva frontal y natural para el espectador. Esta elección en la composición visual contribuyó a generar una mayor conexión y sensación de inmersión para la audiencia, fortaleciendo así la experiencia de visualización del noticiero.

En relación al tercer objetivo, referente al aspecto semántico, se concluyó que este no desempeñó con responsabilidad su función como medio de comunicación, al no transmitir el mensaje de manera adecuada e imparcial, y por el contrario, consiguió que el medio digital sea visto como un medio que apoya a ciertos grupos políticos al emitir comentarios personales que favorecen o denigran a autoridades locales y nacionales en vivo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a los nuevos medios de comunicación en plataformas digitales, realizar futuras investigaciones que actualicen y amplíen el conocimiento sobre las características del lenguaje audiovisual, centrándose específicamente en el caso del noticiero digital Trujillo60. Esto permitirá estar al tanto de nuevas tendencias y adaptarse a los cambios tecnológicos y de consumo de contenidos.

Además, se recomienda incorporar movimientos de cámara en los contenidos audiovisuales destinados a las redes sociales, especialmente en aquellos formatos de entrevistas. Esto evitará que el contenido caiga en la monotonía y le brindará dinamismo a la narrativa audiovisual.

Del mismo modo, es necesario hacer uso del significado connotativo y denotativo en mayor medida a los contenidos audiovisuales digitales, como, por ejemplo, resaltar la realidad de manera objetiva e imparcial, ya que generará una correcta interpretación en el espectador durante la presentación de la noticia.

Finalmente, se recomienda a los medios de comunicación digital existentes, que reconozcan la necesidad de respetar el discurso presentado al espectador y mantener un énfasis en la comunicación con claridad, precisión y coherencia en el mensaje, ya que, a través de estas prácticas se podrá fortalecer la confianza del público y fomentar un debate informado y constructivo en nuestra sociedad digital.

## VII. REFERENCIAS

- Aguilar, J. (2017). *Análisis del Contenido de la plataforma Facebook Live de Perú21 durante los acontecimientos de los huaicos del periodo de marzo – abril del año 2017, Lima*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/1862>
- Álvarez, A. (2019). *Análisis del Lenguaje audiovisual de un programa Streaming en una plataforma digital, Lima, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/72892>
- Apablaza, A. Morales, A. Lopezosa, C. Salvat, J. Codina, L. (2020). Social Media Live Streaming (SMLS) en medios digitales: el uso de Periscope, Facebook Live y YouTube Live en cibermedios chilenos. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (6), 219-238. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/174097/Social-media.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bedoya, R. y León, I. (2016). *Ojos Bien Abiertos: El Lenguaje de las Imágenes en Movimiento* (2.<sup>a</sup> ed.). Universidad de Lima, Fondo Editorial. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10715>
- Bure, E. (2019). *Análisis del contenido del fan page “#MARCAHUANCABAMBA” de la provincia de Huancabamba - Piura*. [Tesis de pregrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Archivo Digital. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4169>
- Capriotti, P., Zeler, I. & Oliveira, A. (2019). Dialogic communication 2.0. Analysis of interactions in Latin American organizations. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 1094-1113. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1373/56en.html>
- Casaverde, J. (2020). *El Lenguaje Audiovisual de las Redes Sociales*. [Tesis de grado, Universidad de San Martín de Porres]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7660>

- Castillo, E. y Vásquez, M. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Revista Colombia Médica*, 34(3), 164-167. <https://www.redalyc.org/pdf/283/28334309.pdf>
- Cazau, P. (2016). *Introducción a la investigación en ciencias sociales*. (3° edición). Buenos Aires. <https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/introduccion-a-la-investigacion-en-cc-ss.pdf>
- Chavez, H. (2020). *El programa Dígallo Usted de Cable Visión Perú y el género informativo en los televidentes de Manyasa, Ate 2019*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/74408>
- Costa, C. & Túñez, M. (2019). Contenidos audiovisuales en Social Media. Análisis comparativo de Facebook y YouTube. Fonseca, *Journal Of Communication*, 19,(2019), 223-236. <https://doi.org/10.14201/fjc201919>
- Crowther, S., Ironside, P., Spence, D., & Smythe, L. (2017). Crafting stories in hermeneutic phenomenology research: A methodological device. *Qualitative Health Research*. 2017; 27(6): 826-835. Doi: <https://doi.org/10.1177/1049732316656161>
- Cuesta, U. Martínez, L. & Niño, J. (2018). *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. 29(3), 01-15. [http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v29n3/a02\\_1196.pdf](http://scielo.sld.cu/pdf/ics/v29n3/a02_1196.pdf)
- Del Valle, R. (2018). *Las audiencias activas y la credibilidad de los medios de comunicación en México* [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Redalyc Sistema de Información Científica. <http://eprints.ucm.es/47825/1/T39971.pdf>
- Fernández, F. (2019). *Creación de contenidos audiovisuales de diario correo en facebook como modelo de narración transmedia* [Tesis para grado de bachiller, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/9629>

- Fernández, R. (2019). El vídeo espontáneo y su impacto en la prensa digital. *Communication & Society*, 32(1), 213-234. [https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/qUBS8?\\_s=qF1sSoVSd8arLB3uTMB%2Fesn3alk%3D](https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/qUBS8?_s=qF1sSoVSd8arLB3uTMB%2Fesn3alk%3D)
- Fuster, D. (2019). Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico. *Propósitos y Representaciones*, 7(1), 201-229. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2019.v7n1.267>
- García, S. Muñoz, L. López, A. (2020). Periodismo y nuevas narrativas. Storytelling como formato de difusión informativa en redes sociales. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(2), 553-567. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71193>
- Guallar, J. (2018). Prensa digital en 2015-2017. Los medios frente a las plataformas tecnológicas. *Anuario ThinkEPI*, 12, 225-229. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2018.33>
- Gutiérrez, C. (2020). *Análisis de contenido audiovisual de programas de estudio en Ciencias de la Comunicación en universidades de Trujillo, como parte de su comunicación externa* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46977>
- Hermann, A. & Pérez, A. (2019). Narrativas digitales, relatos digitales y narrativas transmedia: revisión sistemática de literatura en educación en el contexto iberoamericano. *Revista Espacios*, 40(21), 5. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/a19v40n41p05.pdf>
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. <https://cutt.ly/LVpB58x>
- Jácome, M. (2021). *Análisis de contenidos publicados en la nueva plataforma digital de Diario Regional Los Andes, del periodo enero 2021 - junio 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo]. Archivo Digital. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8480/1/5.->

TESIS%20Mar%c3%ada%20Fernanda%20J%c3%a1come%20Baquero.-  
CSC.pdf

Jiménez, V. & García, M. (2021). Triangulación metodológica en las investigaciones. *Revista UNIDA Científica*, 5(2), 70-73. <https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/articloe/view/65>

Landeta, Z. Salamea, V. Montecé, F. (2020). Redes Sociales y Periodismo Ciudadano: Investigación Documental. *Journal of Science and Research*. 5(1), 149-164. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7372781.pdf>

León, D. (2021). *Evaluación del tratamiento periodístico del periodismo ciudadano en los seguidores del Facebook Roger García Noticias. Lima. 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/82706>

Majid, U. (2018) Research Fundamentals: Study Design, Population, and Sample Size. *Undergraduate Research in Natural and Clinical Science and Technology (URN CST)*. 2(1). <https://doi.org/10.26685/urncst.16>

Morris, C. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*. Ediciones Paidós. [https://ifdc6m-juj.infod.edu.ar/aula/archivos/repositorio/0/178/Morris\\_Charles\\_-\\_Fundamentos\\_De\\_La\\_Teoria\\_De\\_Los\\_Signos.pdf](https://ifdc6m-juj.infod.edu.ar/aula/archivos/repositorio/0/178/Morris_Charles_-_Fundamentos_De_La_Teoria_De_Los_Signos.pdf)

Newman, N. Fletcher, R. Schulz, A. Andÿ, S. Robertson, C. y Kleis, R. (2021). Reuters Institute Digital News Report 2021. *Reuters Institute*. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)

Noreña, A. L., Alcaraz, N., Rojas, J. & Robolledo, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. *CHÍA COLOMBIA*, 12(3), 263–274. <http://dx.doi.org/10.5294/aqui.2012.12.3.5>

- Paladino, A. Villalba, M. Miguel, M. (2021). Entrevista a Martín Alfredo Becerra. Desinformación, fake news y posverdad. *Palabra Clave (La Plata)*. 10(2), 2-19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=350566284019>
- Peralta, G. (2020). *Plataformas Digitales y su importancia de la edición de video para sus contenidos*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Archivo Digital. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8857>
- Pierce, C. (1958). *La ciencia de la semiótica*. Ediciones Nueva Visión. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2015/08/PEIRCE-CH.-S.-La-Ciencia-de-La-Semi%C3%B3tica.pdf>
- Ramírez, L. (2021). La estrategia de análisis de contenido cualitativo con MAXQDA. MAXQDA Website. [https://www.researchgate.net/publication/355209875\\_La\\_estrategia\\_de\\_analisis\\_de\\_contenido\\_cualitativo\\_con\\_MAXQDA](https://www.researchgate.net/publication/355209875_La_estrategia_de_analisis_de_contenido_cualitativo_con_MAXQDA)
- Retamozo, J. (2021). *Análisis del contenido audiovisual de los videos de mitología griega de Destripando la historia*. Lima. 2021 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/94637>
- Ribeiro, L., Baldi, V. & Oliveira, A. (2021). Mobile Journalism: the emergence of a new field of. *Brazilian Journalism Research* 17(2), 1. [https://www.researchgate.net/publication/354281132\\_MOBILE\\_JOURNALISM\\_the\\_emergence\\_of\\_a\\_new\\_field\\_of\\_journalism](https://www.researchgate.net/publication/354281132_MOBILE_JOURNALISM_the_emergence_of_a_new_field_of_journalism)
- Robles, B. (2018). Índice de validez de contenido: Coeficiente V de Aiken. *Pueblo Continente*, 29(1). 200.62.226.189/PuebloContinente/article/view/991
- Rodríguez, A., Soler, M., & Marzal, J. (2021). Audiovisual fact-checking in the post-truth era: What does it mean to validate an image? *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 43-64. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1506>

- Saavedra, M., Grijalba, N. & Pedrero, L. (2018). Redefinig competences and profesional profiles of the audiovisual Communicator in the digital ecosystem. *Doxa Comunicaci3n* 27, 369-385. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n27a18>
- Sabariego, M. Sand3n, M. & Vila, R. (2014). El an3lisis cualitativo de datos con Atlas.ti. *Revista d'Innovaci3 i Recerca en Educaci3*. <https://doi.org/10.1344/reire2014.7.2728>
- S3nchez, M., Fern3ndez, M, & D3az J. (2021). T3cnicas e instrumentos de recolecci3n de informaci3n: an3lisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Cient3fica UISRAEL*, 8(1), 107.121. <https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sixto, J., Rodr3guez, A. & Soengas, X. (2021). Analysis Model for YouTube Channels: Application to Digital Native Media. *Revista Latina de Comunicaci3n Social*, 79, 1-16. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1494>
- Tamarinde, H. & Van, L. (2019) Preregistering qualitative research. Accountability in Research. *Politics and Quality Assurance*. 26(3). 229-244. <https://doi.org/10.1080/08989621.2019.1580147>
- Torres, M. (2021). *La adaptaci3n de contenidos period3sticos a Instagram y TikTok: el caso Perulog3a*. [Tesis de grado, Pontificia Universidad Cat3lica del Per3]. Archivo digital. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/21338>
- Trillo, M., y Ollero, J. (2018). Estrategias de comunicaci3n period3stica para publicar en Redes Sociales desde la prensa local: Plan de Acci3n de Grupo Joly. *Hipertext.net*, (16), 68-77. <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/10.31009-hipertext.net.2018.i16.11/428630>
- Viorato, N. Reyes, V. (2019). La 3tica en la investigaci3n cualitativa. *Cuidarte*. 2019; 8(16): 35-43. <http://dx.doi.org/10.22201/fesi.23958979e.2019.8.16.70389>

Yactayo, J. (2020). *Multimedialidad del ciberperiodismo en los contenidos informativos de El Comercio y La República en Instagram durante el segundo trimestre del 2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo Digital. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/54517>

## ANEXOS

- Anexos 1

**Tabla 1: Matriz de Categorización**

Problema	Objetivos	Categoría	Subcategoría	Códigos
<p><b>GENERAL:</b></p> <p>¿Cómo es el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook?</p>	<p><b>GENERAL:</b></p> <p>Analizar el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook.</p>		<b>Morfología</b>	Elementos sonoros
				Elementos visuales
<p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p>¿Cómo es la dimensión morfológica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook?</p>	<p><b>ESPECÍFICOS:</b></p> <p>Analizar la dimensión morfológica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook.</p>	<b>Lenguaje Audiovisual</b>	<b>Sintaxis</b>	Los Planos
				Los Ángulos
				La Composición
				La Profundidad de Campo
				La Continuidad
				El Ritmo

digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook? Analizar la dimensión sintáctica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook.

¿Cómo es la dimensión sintáctica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook? Analizar la dimensión semántica del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook.

¿Cómo es la dimensión semántica del contenido audiovisual del medio

La Iluminación

El Color

Los Movimientos de Cámara

El significado denotativo

**Semántica**

---

---

digital Trujillo60 en su  
fanpage de Facebook?

El significado  
connotativo

---

*Nota: Adaptación de matriz de categorización*

- Anexo 2

**Tabla 2: Matriz de Consistencia**

<b>MATRIZ DE CONSISTENCIA</b>					
<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>DISEÑO METODOLÓGICO</b>	<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>
<b>GENERAL:</b> ¿Cómo es el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook?	<b>GENERAL:</b> Analizar el contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook.	<b>No aplica</b>	<b>Categoría:</b> Lenguaje Audiovisual  <b>Subcategoría:</b> Morfología  Sintaxis  Semántica	<b>Enfoque:</b> Cualitativo  <b>Diseño:</b> Hermenéutico  <b>Tipo:</b> Básica	<b>Escenario de estudio:</b> Redes sociales / Facebook  <b>Participantes:</b> Se han considerado 43 videos asociados

---

**ESPECÍFICO**  
**S:**

¿Cómo es la  
dimensión  
morfológica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su  
fanpage de  
Facebook?

**ESPECÍFICO**  
**S:**

Analizar la  
dimensión  
morfológica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su  
fanpage de  
Facebook.

¿Cómo es la  
dimensión  
sintáctica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su

Analizar la  
dimensión  
sintáctica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su

a formato noticioso de  
la fanpage.

**Técnicas e  
instrumentos de  
investigación:**

La técnica de  
observación y ficha  
de observación.

---

---

fanpage de  
Facebook?

fanpage de  
Facebook.

¿Cómo es la  
dimensión  
semántica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su  
fanpage de  
Facebook?

Analizar la  
dimensión  
semántica del  
contenido  
audiovisual del  
medio digital  
Trujillo60 en su  
fanpage de  
Facebook.

---

*Nota: Elaboración propia de matriz de consistencia*

- Anexo 3

Tabla 3: Ficha de Observación

CAT EGO RÍA	SUBC ATEG ORÍA	CÓDIGO	ÍTEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN
ASPE CTO MOR FOLÓ GICO	Element o Visual	<b>Iconicidad o Abstracción</b>	Se presentan elementos simbólicos o iconográficos en los noticieros.			
		<b>Simplicidad y Complejidad</b>	La puesta en escena se plantea de forma compleja.			
		<b>Originalidad y Redundancia</b>	El noticiero presenta elementos visuales entendibles para el receptor. (formatos audiovisuales, contenido informativo, etc.)			
	Element o Sonoro	<b>Silencio</b>	Existe dinamismo y énfasis en el locutor cuando transmite el mensaje.			
		<b>Música</b>	El noticiero presenta acompañamiento musical durante la narración de la noticia.			
		<b>La palabra</b>	La noticia es correctamente anunciada por el locutor o presentador.			

---

<b>LEN GUA JE</b>		<b>Efectos</b>	La producción audiovisual logra crear un ambiente realista con los recursos necesarios.
		<b>G. P. General</b>	Muestra una gran cantidad de espacio en la toma.
<b>AUDI OVIS UAL</b>	<b>Planos</b>	<b>P. General</b>	Muestra un espacio a menor escala y muestra un punto de interés.
		<b>P. Medio</b>	Encuadra al protagonista para centrar la mirada y atención en él.
		<b>P. Americano</b>	Muestra al sujeto a la altura de la rodilla y está pensado en mostrar a la persona.
		<b>Primer Plano</b>	Centra la mirada en el protagonista por debajo de los hombros.
<b>ASPE CTO</b>		<b>P. P. Plano</b>	Muestra el rostro del sujeto para denotar su expresión mientras da el mensaje.
<b>SINT ÁCTI CO</b>		<b>P. Detalle</b>	Centro la mirada en una parte concreta de la persona o elemento.
		<b>Normal</b>	Se muestra frente al conductor para dar la sensación de estabilidad y se hace siempre a la altura de los ojos.
	<b>Ángulos</b>		

---

---

	<b>Picado</b>	Se busca que los elementos a mostrar tengan menos peso visual, además de mostrar al sujeto como alguien inferior.
	<b>Contrapicado</b>	Se consigue dar altura al sujeto y destacarlo dentro del plano.
	<b>Cenital</b>	Demuestra gran profundidad a las tomas, exagerando el ángulo contrapicado.
	<b>Nadir</b>	Abarca un mayor espacio, sin centrarse precisamente en el sujeto.
<b>Composición</b>	<b>Tres tercios</b>	Existe un orden visual al mostrar distintos elementos en la imagen.
	<b>Profundidad De Campo</b>	Se muestra al personaje principal de la noticia y se destaca de cualquier elemento distractor que está en el plano.
	<b>Continuidad</b>	Existe claridad y precisión en la narración de la noticia.
<b>Ritmo</b>	<b>Tiempo o velocidad</b>	Se usa correctamente el tiempo entre cada plano para dejar entender la historia al receptor.
<b>Iluminación</b>	<b>Natural</b>	Se aprovecha una luz natural en la producción del noticiero.

---

---

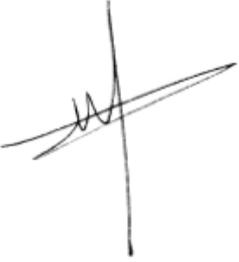
		<b>Artificial</b>	La producción del noticiero requiere de luz artificial para mostrar una puesta en escena correcta.
	<b>Color</b>		El noticiero describe visualmente la información, bajo la psicología del color.
		<b>Físico</b>	
		<b>Panorámica</b>	Se brinda un carácter descriptivo con tomas abiertas del set.
	<b>Mov. De Cámara</b>	<b>Traveling</b>	Se busca acercar o alejar al conductor dentro de un plano.
		<b>Óptico</b>	
		<b>Zoom</b>	Se busca centrar la vista del receptor en un solo objeto dentro de un espacio determinado.
<b>ASPECTO</b>	<b>Denotativo</b>	<b>Significado</b>	Se muestra una realidad objetiva para el receptor.
<b>SEMÁNTICO</b>	<b>Connotativo</b>	<b>Interpretación</b>	Se busca la interpretación en el espectador, con la presentación de la noticia.

---

*Nota: Adaptación de instrumento*

## Anexo 4

### DATOS DEL EXPERTO

<b>Nombres y apellidos:</b>	Francisco Javier Barquero Cornelio	<b>DNI N°:</b>	40379695
<b>Nombre del Instrumento:</b>			
<b>Dirección domiciliaria:</b>	Hermilio valdizan 1225 int. 22 urb. Los jardines	<b>Teléfono Domicilio:</b>	568329
<b>Título profesional/ Especialidad:</b>	Comunicador social	<b>Teléfono Celular:</b>	951701906
<b>Grado Académico:</b>	Magister		
<b>Mención:</b>	Relaciones públicas e imagen corporativa		
<b>Firma:</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	14/11/22

- Anexo 5

**DATOS DEL EXPERTO**

<b>Nombres y apellidos:</b>	Carlos Armando Gutiérrez Fernández	<b>DNI N°:</b>	41510275
<b>Nombre del Instrumento:</b>			
<b>Dirección domiciliaria:</b>	Los Olivos # 455	<b>Teléfono Domicilio:</b>	---
<b>Título profesional/ Especialidad:</b>	Licenciado en Ciencias de la Comunicación / Producción audiovisual	<b>Teléfono Celular:</b>	927948687
<b>Grado Académico:</b>	Magister		
<b>Mención:</b>	Relaciones públicas e imagen corporativa		
<b>Firma:</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	16/11/2022

- Anexo 6

**DATOS DEL EXPERTO**

Nombres y apellidos:	Guillermo Salomón Pérez Rodríguez	DNI N°:	45751106
Nombre del Instrumento:			
Dirección domiciliaria:	Mz A lote 15 dpto 402 Urb. San José de California	Teléfono Domicilio:	-
Título profesional/ Especialidad:	Comerciación Social Cine	Teléfono Celular:	989207606
Grado Académico:	Magister		
Mención:	Docencia Universitaria		
Firma:		Lugar y Fecha:	18-11-2022 Ayojillo

- Anexo 7

VALIDEZ DE AIKEN			REPRESENTATIVIDAD					
CATEGORÍAS	#	ÍTEMS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (s) Sumatoria de acuerdo	V. Aikens/n(c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Total: Validez del instrumento por criterio							1,00	Validez fuerte
Total: Validez del instrumento por criterio		1,00						
Total: Validez del instrumento por criterio		Validez fuerte						

VALIDEZ DE AIKEN			PERTINENCIA					
CATEGORÍAS	#	ÍTEMS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (s) Sumatoria de acuerdo	V. Aikens/n(c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Total: Validez del instrumento por criterio							1,00	Validez fuerte
Total: Validez del instrumento por criterio		1,00						
Total: Validez del instrumento por criterio		Validez fuerte						

VALIDEZ DE AIKEN			COHERENCIA					
CATEGORÍAS	#	ÍTEMS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (s) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken s/n(c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Total: Validez del instrumento por criterio							1,00	Validez fuerte
Total: Validez del instrumento por criterio		1,00						
		Validez fuerte						

VALIDEZ DE AIKEN			CONSISTENCIA					
CATEGORÍAS	#	ÍTEMS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (s) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken s/n(c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Total: Validez del instrumento por criterio							1,00	Validez fuerte
Total: Validez del instrumento por criterio		1,00						
		Validez fuerte						

VALIDEZ DE AIKEN			PERTINENCIA					
CATEGORÍAS	#	ÍTEMS	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	Total (s) Sumatoria de acuerdo	V. Aiken s/n(c-1))	Validez por ítems ESCALAS
Total: Validez del instrumento por criterio							1,00	Validez fuerte
Total: Validez del instrumento por criterio		1,00						
		Validez fuerte						

- **Anexo 8**

Link de drive de las 3 matrices de validación de los instrumentos por los expertos y el excel de validez de Aiken:

[https://drive.google.com/drive/folders/1yAZvuFQ3VfST\\_ThGGCZgIR3Q1KCfuyUb?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1yAZvuFQ3VfST_ThGGCZgIR3Q1KCfuyUb?usp=sharing)

- **Anexo 9**

Link general de las 43 fichas de observación del análisis de contenido digital audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook:

<https://docs.google.com/document/d/1XS6EgtQlymO8AAluvNb2ngBUkKNTNelM/edit?usp=sharing&oid=108017587728472746360&rtpof=true&sd=true>

- **Anexo 10**

Link de triangulación de datos general aplicado a las 43 fichas de observación del análisis de contenido digital audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de facebook:

<https://docs.google.com/document/d/1nQlc-mwnz0rrYlanHcpluQ7hrgRgYaF7/edit?usp=sharing&oid=108017587728472746360&rtpof=true&sd=true>

- Anexo 11

**Tabla 4: Lista de programas**

<b>PROGRAMA N60 DIGITAL</b>			
<b>Número de programa</b>	<b>Duración</b>	<b>Fechas de publicación</b>	<b>Ubicación</b>
1	2 h. y 19 min.	26/08/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/479150467046105/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/479150467046105/</a>
2	1 h. y 58 min.	29/08/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/636834774374193/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/636834774374193/</a>
3	1 h. y 55 min.	31/08/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/2842642829377740/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/2842642829377740/</a>
4	1 h. y 53 min.	01/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1558886444573614/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1558886444573614/</a>
5	1 h. y 50 min.	02/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/758588892033458/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/758588892033458/</a>
6	1 h. 44 min.	05/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/834689554210205/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/834689554210205/</a>

7	1 h. y 56 min.	06/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1205034353679539/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1205034353679539/</a>
8	1 h. y 55 min.	07/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/881677079885488/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/881677079885488/</a>
9	1 h. y 58 min.	08/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1044595449583503/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1044595449583503/</a>
10	1 h. y 57 min.	09/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/583668176795008/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/583668176795008/</a>
11	1 h. y 55 min.	12/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/616584340010880/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/616584340010880/</a>
12	1 h. y 56 min.	13/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/486376346679171/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/486376346679171/</a>
13	1 h. y 52 min.	14/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/810911616990526/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/810911616990526/</a>
14	2 h. y 1 min.	15/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/766027064628791/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/766027064628791/</a>
15	2 h. y 2 min.	16/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/6047848165244280/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/6047848165244280/</a>

16	1 h. y 52 min.	19/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/415624447368684/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/415624447368684/</a>
17	1 h. y 59 min.	20/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/482097347103553/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/482097347103553/</a>
18	1 h. y 54 min.	21/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/833608254340332/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/833608254340332/</a>
19	1 h. y 56 min.	22/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/785668712481635/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/785668712481635/</a>
20	1 h. y 55 min.	23/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/468722375307667/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/468722375307667/</a>
21	1 h. y 56 min.	26/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/2324206811076716/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/2324206811076716/</a>
22	1 h. y 57 min.	27/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/373918071616331/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/373918071616331/</a>
23	1 h. y 56 min.	28/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/430726022382740/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/430726022382740/</a>
24	1 h. y 55 min.	29/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1087868948598678/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1087868948598678/</a>

25	1 h. y 53 min.	30/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/762569358163415/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/762569358163415/</a>
26	1 h. y 54 min.	03/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/838091694302807/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/838091694302807/</a>
27	1 h. y 55 min.	04/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/888625028770843/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/888625028770843/</a>
28	1 h. y 55 min.	05/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1476133682870254/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1476133682870254/</a>
29	1 h. y 56 min.	06/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/511293423717467/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/511293423717467/</a>
30	1 h. y 55 min.	07/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/848392506321384/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/848392506321384/</a>
31	1 h. y 55 min.	10/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/657616379112116/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/657616379112116/</a>
32	2 h. 34 min.	11/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/842006450572663/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/842006450572663/</a>
33	1 h. 48 min.	12/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/629919765491460/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/629919765491460/</a>

34	1 h. 53 min.	13/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/513727433902971/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/513727433902971/</a>
35	1 h. y 55 min.	18/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/499902198475907/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/499902198475907/</a>
36	1 h. y 50 min.	19/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/688364396196719/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/688364396196719/</a>  -  <a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/520193092879330/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/520193092879330/</a>
37	1 h. 56 min.	20/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/681842883154494/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/681842883154494/</a>
38	1 h. 56 min.	21/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/648246060140285/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/648246060140285/</a>
39	1 h. 53 min.	24/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1584847578636077/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1584847578636077/</a>
40	19 min. 55 s.	25/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/656577646093395/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/656577646093395/</a>
41	1 h. 56 min.	26/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/3082341302040977/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/3082341302040977/</a>

42	1 h. 56 min.	27/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1728513460867442/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1728513460867442/</a>
43	1 h. 56 min.	28/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1150961305779506/">https://www.facebook.com/Trujillo60/videos/1150961305779506/</a>

---

*Nota: Elaboración de lista de programas*



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, BACA CÁCERES DIEGO ALONSO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "Análisis del contenido audiovisual del medio digital Trujillo60 en su fanpage de Facebook", cuyos autores son GONZALES AVILA BRANDON DANIEL, CALDERON MARRUFFO ERICK JOEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 7.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

TRUJILLO, 21 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
BACA CÁCERES DIEGO ALONSO <b>DNI:</b> 44223682 <b>ORCID:</b> 0000-0002-6204-7600	Firmado electrónicamente por: DBACACA02 el 24- 07-2023 12:54:45
VELIZ LLUNCOR OSCAR EDUARDO <b>DNI:</b> 45841580 <b>ORCID:</b> 0000-0001-9155-1710	Firmado electrónicamente por: OVELIZ el 07-08- 2023 20:49:05

Código documento Trilce: TRI - 0607843