



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

Representación cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel,  
la señal que te acompaña” 2022

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

**AUTORES:**

Ricalde Pazos, Miguel Enrique ([orcid.org/0000-0001-9957-1353](https://orcid.org/0000-0001-9957-1353))

Torres Pérez, Luis Fernando ([orcid.org/0000-0001-6996-3719](https://orcid.org/0000-0001-6996-3719))

**ASESORA:**

Mg. Sánchez Quezada, Maria de los Angeles ([orcid.org/0000-0002-2529-6659](https://orcid.org/0000-0002-2529-6659))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de tesis está dedicado para aquellos familiares y amistades que nos brindaron su apoyo desde que empezamos con el gran desafío de estudiar la carrera de ciencias de la comunicación, así como también nos motivaron para ser los mejores como estudiantes universitarios.

## **AGRADECIMIENTO**

Expresamos nuestra gratitud a la Universidad César Vallejo por habernos aceptado como estudiantes y permitirnos formar parte de su comunidad de la carrera de ciencias de la comunicación.

También agradecemos a la Mg. María de los Ángeles Sánchez Quezada por su valioso apoyo y orientación en la elaboración de nuestro proyecto de tesis. Su compromiso y empatía contribuyeron a que culmináramos el proceso de manera satisfactoria.

Por último, queremos expresar un agradecimiento especial a nuestros padres, cuyo apoyo incondicional ha sido fundamental para nuestro crecimiento y desarrollo profesional. Sin ellos, no habríamos llegado hasta el final de la carrera universitaria.




## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Sánchez Quezada María de los Ángeles, docente de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Este, asesora de la tesis titulada: “Representación cultural del Perú a través del lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña 2022*” de los autores Ricalde Pazos Miguel Enrique y Torres Perez Luis Fernando, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 5% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

Lima, 19 de diciembre de 2023

Sánchez Quezada María de los Ángeles	
DNI	Firma 




## DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES

Nosotros, Ricalde Pazos Miguel Enrique y Torres Perez Luis Fernando, de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Este, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la tesis titulada: “Representación cultural del Perú a través del lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña 2022*”, es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la tesis:

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

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

Lima, 19 de diciembre de 2023

Ricalde Pazos Miguel Enrique	
DNI: 70838010	Firma 
ORCID: 0000-0001-9957-1353	
Torres Perez Luis Fernando	
DNI: 73908895	Firma 
ORCID: 0000-0001-6996-3719	

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1 Tipo y diseño de investigación	12
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización	13
3.3 Escenario de estudio	13
3.4 Unidad de análisis	14
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.6 Procedimiento	14
3.7 Rigor científico	15
3.8 Método de análisis de la información	16
3.9 Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
V. CONCLUSIONES	34
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N<sup>o</sup> 1: Datos de los validadores

15

## RESUMEN

La presente investigación cualitativa de nivel hermenéutico y corte transversal examinó el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña* con el objetivo de analizar la representación cultural del Perú. Utilizando la guía de observación, se trianguló la información de las 15 escenas que componían el anuncio. La interpretación de elementos morfológicos y sintácticos reveló una destacada cohesión visual y narrativa. Mientras que, la aplicación estratégica de elementos visuales, como la paleta de colores y la disposición de elementos en pantalla, resaltó la diversidad cultural y geográfica, generando conexiones emocionales. La narrativa visual, a través de planos, ángulos y movimientos de cámara, enfatizó la arquitectura, la vida rural y la conexión con la naturaleza. Así mismo, la representación del patrimonio cultural, tanto material como inmaterial, destacó la autenticidad y singularidad de cada región. En conclusión, el lenguaje audiovisual del spot no solo promocionó servicios, sino que también actuó como una ventana para celebrar y promover la riqueza cultural peruana.

**Palabras clave:** Lenguaje audiovisual, elementos morfológicos, elementos sintácticos, representación cultural.



## **ABSTRACT**

This qualitative hermeneutic study, conducted at a cross-sectional level, scrutinized the audiovisual language of the "Entel, la señal que te acompaña" advertisement with the aim of analyzing Peru's cultural representation. Using observation guidelines, information from the 15 scenes comprising the ad was triangulated. The interpretation of morphological and syntactic elements unveiled notable visual and narrative coherence. The strategic application of visual elements, such as color palettes and on-screen arrangement, highlighted cultural and geographical diversity, fostering emotional connections. The visual narrative, through shots, angles, and camera movements, emphasized architecture, rural life, and a connection with nature. Similarly, the representation of cultural heritage, both material and immaterial, underscored the authenticity and uniqueness of each region. In conclusion, the audiovisual language of the ad not only promoted services but also served as a window to celebrate and promote Peru's cultural richness, eliciting positive responses from the audience.

**Keywords:** Audiovisual Language, Morphological Elements, Syntactic Elements, Cultural Representation.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la amplia variedad de formatos publicitarios se ha convertido en una tendencia. Los ciudadanos se encuentran con estos formatos, especialmente contenidos audiovisuales, mientras exploran sus redes sociales o se desplazan por lugares físicos. En base a ello, las marcas aprovechan este formato para promocionar sus productos o servicios.

Por lo tanto, para realizar la difusión óptima de un contenido audiovisual, es importante que, tanto empresas como agencias desarrolladoras de contenidos para marca, utilicen de forma creativa y estratégica los elementos del lenguaje audiovisual, e incluso, incorporando aspectos culturales propios del público meta.

En relación con ello, Expósito (2018) publicó un artículo en línea donde expuso la adaptación de los mensajes publicitarios de la marca *Coca-Cola*, en base a la cultura de los distintos países donde la empresa distribuye sus productos. Se concluyó que es fundamental el tratamiento de los contenidos, audiovisuales en su mayoría, basándose en la variedad étnica, religiosa y otro tipo de factor social. La adaptación a los gustos y necesidades del consumidor permite conseguir mayor importancia, cercanía, identificación y enganche emocional.

En referencia al tipo de contenido descrito en el caso del párrafo anterior, es importante considerar lo propuesto por Romero (2020) quien refiere que el lenguaje audiovisual es una fusión integral y mutua entre elementos visuales y sonoros, donde ambos se complementan y relacionan para crear una unidad comunicativa única. La presencia de códigos ideológicos y manifestaciones culturales es común en este lenguaje. Cada contenido audiovisual refleja una ideología que se expresa a través de su narrativa y su lenguaje específico.

A nivel nacional, la situación es similar, considerando el estudio de Sheen y Arbaiza (2020) donde se señaló que determinados anuncios publicitarios utilizan el imaginario colectivo de un país para crear mensajes atractivos y que generen un sentido de pertenencia. Se identificó que la presencia de elementos culturales en estos anuncios influye en factores individuales, como la necesidad de pertenecer, y la asimilación de los contenidos publicitarios como un medio para fortalecer los vínculos grupales.

Así también, durante el año 2022 se hizo la publicación de un spot a nivel nacional de la empresa Entel, el cual tiene como denominación *Entel, la señal que te acompaña*, el audiovisual hace referencia a la amplia cobertura telefónica que tiene la empresa e incorpora diversos escenarios y aspectos culturales propios del Perú. Por lo que, respecto a tal material, Alarcón (2023) a través de *Mercado Negro*, medio especializado en comunicación de marcas, sostuvo que el video es un recurso creativo para demostrar que la distancia geográfica no representa dificultad alguna, y potenciar la conexión entre individuos de este entorno a través de musicalización arraigada al país.

Como consecuencia de tal realidad, se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cómo se representa la cultura peruana a través del lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña 2022*? Por tal motivo, la investigación tiene como propósito general, analizar la representación cultural del Perú en el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña* del año 2022. De la misma forma, se definieron los siguientes objetivos de carácter más específico: identificar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña*, describir los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña* e interpretar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña*.

Por su enfoque cualitativo, la investigación no consideró el planteamiento de una hipótesis ya que como lo manifestaron Burgos et al. (2019) se puede prescindir de esta ya que no se realizan suposiciones previas. En cambio, se enfoca en explorar de manera subjetiva la interpretación de las personas sobre los fenómenos de la realidad que se están investigando.

Por lo que respecta a la justificación teórica de la investigación, esta radica en que proporciona fuentes documentales sobre el análisis del lenguaje audiovisual y la representación mediática, aumentando el volumen científico sobre los antecedentes y bibliografía a consultar. Asimismo, los resultados podrán divulgarse y utilizarse en otras investigaciones citando la fuente.

Por otro lado, los resultados obtenidos en este estudio representan la justificación práctica, pues a través del análisis de elementos morfológicos y sintácticos, así como la comprensión de las manifestaciones culturales, las conclusiones pueden ser aplicadas en el desarrollo de estrategias publicitarias efectivas, creación de contenidos auténticos y promoción de la identidad nacional.

Esta investigación se justifica académicamente en la generación de nuevos conocimientos en comunicación audiovisual y representación cultural, demostrando la habilidad de los autores para abordar temas complejos, lo que resulta fundamental para la obtención del título profesional.

Sobre la justificación social de la investigación, el hecho comprender cómo se reflejan tales aspectos en el objeto de estudio, permite valorar los elementos culturales representativos de la sociedad. Así como también desarrollar estrategias comunicativas efectivas orientadas a la construcción y fortalecimiento de la identidad nacional.

Por último, la perspectiva metodológica está comprendida en el aporte de los instrumentos de análisis que se construyeron en la investigación, los mismos que fueron debidamente validados a juicio de expertos, lo que permitió aumentar su confiabilidad y su uso en otras investigaciones de similares características.

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Romero (2020) en la ciudad de México, en su investigación para obtener el grado de licenciatura tuvo como objetivo examinar la estructura narrativa y el uso del lenguaje visual de la serie televisiva “La Dimensión Desconocida” con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. Los instrumentos utilizados fueron tablas de elaboración propia.

El autor concluyó que los aspectos más significativos de este proyecto fueron la narrativa visual y el lenguaje audiovisual, ya que brindaron una comprensión general sobre cómo la serie se estructuró a través de la mezcla de la imagen y el audio. Las unidades temáticas investigadas fueron la narrativa audiovisual y el lenguaje audiovisual.

La investigación descrita se centra en un contenido diferente, sin embargo, comparte una perspectiva cualitativa y descriptiva para analizar elementos del lenguaje audiovisual y la narrativa visual. La comprensión de cómo la narrativa y el lenguaje audiovisual convergen en un producto audiovisual, como se exploró en la investigación de Romero, es relevante para el análisis de cómo la cultura peruana se manifiesta y comunica en un medio publicitario contemporáneo.

Por otro lado, Marín (2019) en la ciudad de Granada, realizó una investigación cuyo objetivo fue examinar la realización española de *Fashion Films* de los últimos cinco años, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fue una tabla de categorías y una ficha de análisis.

El autor concluyó que la producción utiliza un formato audiovisual que logra transmitir nuevos conceptos y percepciones sobre la moda, a través de una experiencia llamativa para obtener las metas propuestas. El ámbito temático investigado fue el lenguaje audiovisual.

Mientras tanto, Vargas (2019) quien investigó en la ciudad de Babahoyo, para obtener la licenciatura en comunicación social, y tuvo como objetivo describir los componentes del lenguaje audiovisual, así como la estructura técnica y de filmación empleada en las escenas de una película, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo, por otro lado, se empleó la ficha de observación como herramienta de recolección de datos.

Asimismo, concluyó que la película analizada describe en diez minutos las técnicas de lenguaje audiovisual utilizadas en las escenas. Se emplearon diferentes planos para mostrar el lugar, los gestos y las expresiones de los personajes. Los movimientos de cámara incluyeron paneos descriptivos, travelling lateral, acercamiento y alejamiento, así como paneos vertical, horizontal y oblicuo. La unidad temática investigada fue el lenguaje audiovisual.

Por otra parte, Loayza (2021) investigó en la ciudad de Babahoyo para obtener el título profesional de licenciatura en comunicación social, y tuvo como objetivo estudiar el uso del color en el componente audiovisual de los programas de noticias; con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. Los instrumentos de recolección de datos seleccionados fueron la entrevista y la ficha de observación.

Concluyó que la colorimetría es un elemento clave en la producción de programas informativos de televisión, ya que incluyen aquellos detalles que a menudo se pasan por alto, como las gráficas. Los ámbitos temáticos investigados fueron lenguaje audiovisual y colorimetría.

Adicionalmente, Gutiérrez (2022) investigó en la ciudad de La Paz para obtener el grado de licenciatura en comunicación social, y tuvo como objetivo reconocer los aspectos del lenguaje audiovisual utilizados en los videos de entretenimiento de los youtubers bolivianos, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fue una matriz de análisis.

En tal caso, el autor concluyó que la producción audiovisual en la era de las hipermediaciones ha creado un nuevo esquema de comunicación que se destaca por su dinamismo, ritmo e intencionalidad en el montaje. Las temáticas investigadas fueron los componentes audiovisuales.

A nivel nacional, Carbajal (2021) investigó en la ciudad de Lima, Perú, para obtener el título profesional de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El propósito fue realizar el estudio del lenguaje audiovisual presente en un anuncio multiplataforma de *Inca Kola*, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fue una guía de observación y una guía de entrevista.

Asimismo, concluyó que las observaciones de los especialistas y la tabla de triangulación de datos determinaron que el elemento más coincidente en el lenguaje audiovisual del spot publicitario es la habitualidad, transmitida a través de códigos

abstractos y simbólicos como la musicalización y la proyección de la mesa y los cubiertos. Además, se reflejan nuevas clases de familia en la sociedad actual en las escenas figurativas del anuncio. Las categorías investigadas fueron los aspectos morfológicos y sintácticos.

El estudio descrito examina los aspectos morfológicos y sintácticos del lenguaje audiovisual. El análisis desarrollado por Carbajal destaca cómo la habitualidad se transmite a través de códigos abstractos y simbólicos, como la musicalización y la proyección de otros elementos, lo que puede proporcionar ideas valiosas sobre cómo se comunica la cultura peruana en el spot de análisis, considerando que resalta la representación de la sociedad actual.

Por otra parte, Góngora (2021) realizó una investigación en la ciudad de Lima, Perú, para obtener la licenciatura en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales, por ello tuvo como objetivo estudiar el componente audiovisual de dos videoclips, centrándose en los aspectos estéticos, morfológicos y sintácticos presentes en ellos, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fue entrevistas semiestructuradas y cuestionario de preguntas.

Asimismo, el autor concluyó que los videoclips analizados muestran cómo el lenguaje audiovisual ha evolucionado gracias a las nuevas tecnologías y medios, lo que ha convertido al formato del videoclip en una plataforma para experimentar con diferentes técnicas y disciplinas en los aspectos morfológicos, sintácticos y estéticos. La unidad temática investigada fue el lenguaje audiovisual.

Mientras tanto, Huanca (2021) investigó en la ciudad de Lima, para obtener la licenciatura profesional en Ciencias de la Comunicación. El objetivo fue describir cómo se utilizan los aspectos de la narrativa audiovisual en los proyectos audiovisuales de corte turístico, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento seleccionado para recopilar datos fue la ficha de observación.

Asimismo, el autor concluyó que, en los contenidos estudiados, se utilizaron elementos de narrativa audiovisual coherentes y estables entre los aspectos visuales y acústicos. Se emplearon ritmos diferentes para cada lugar visitado, acordes al motivo del escenario. Las categorías investigadas fueron los elementos visuales y acústicos.

La investigación de Huanca destaca cómo la coherencia entre los aspectos visuales y acústicos, junto con la adaptación de ritmos a cada lugar presentado en los contenidos, puede ser clave para transmitir efectivamente conceptos culturales, lo que puede proporcionar valiosas ideas sobre cómo se comunica la cultura peruana en el anuncio publicitario de Entel.

Alvarado y Ruiz (2018) investigó en la ciudad de Lima, Perú, para obtener el grado de bachiller en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales. El propósito fue explicar de qué manera se evidencia la identidad cultural del Perú en el documental "De ollas y sueños" dirigido por Ernesto Cabellos, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fueron guías de observación y entrevistas a especialistas.

Asimismo, concluyó que el documental representa la identidad cultural peruana a través de su narrativa y elementos visuales, destacando procesiones religiosas, danzas, tradiciones, modos de vida, memoria colectiva, idioma y diversidad étnica. La gastronomía es resaltada por su significado en la unidad familiar y cohesión social. La investigación abarcó categorías como sentido de pertenencia, elementos culturales, raza, etnicidad y la interacción comunicativa.

La investigación descrita examina los diversos componentes de la narrativa audiovisual presentes en el documental "De ollas y sueños", por otro lado, los autores destacan cómo la escenografía, el guion, los personajes, la música y la voz en off contribuyen a la manifestación de la identidad cultural peruana, pues todo se relaciona a las tradiciones de los personajes observados en el producto audiovisual.

De la misma forma, Limache (2022) investigó en la ciudad de Lima, para obtener la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, asimismo, el objetivo fue estudiar cómo se utiliza la narrativa audiovisual en la película "Dumplin" para retratar la idea de la belleza femenina, con un enfoque cualitativo, de tipo descriptivo. El instrumento utilizado fue una ficha de análisis de contenido.

La investigación propone una metodología para analizar cómo se utiliza la narrativa audiovisual para transmitir un concepto específico. El estudio de Limache desarrolla cómo la narrativa audiovisual puede construir y transmitir ideas de belleza femenina, lo que puede proporcionar ideas útiles sobre cómo se comunica la cultura



peruana en el comercial de análisis, enfatizando el uso de la narrativa audiovisual en la representación de conceptos culturales.

Para conocer las unidades temáticas de estudio se recurrió a las fuentes teóricas que sustentan la investigación.

En definitiva, teniendo en consideración el amplio uso de signos y construcción de significados en los procesos comunicacionales, se entiende que la teoría que sustentó la investigación fue la teoría semiótica propuesta en su momento por Ferdinand de Saussure y ligada a la interpretación de tales elementos en base a la convención social.

Respecto al postulado de Saussure, según Cebrelli (2019) esta teoría se enfoca en la exploración y análisis de los signos, lenguajes y discursos que desempeñan un papel activo en los procesos de comunicación. Examina cómo se construyen los significados a través de estos elementos y se centra en las teorías específicas relacionadas con el ámbito de la comunicación.

De la misma manera, en el caso de la representación cultural dentro del lenguaje audiovisual de un producto publicitario, esta teoría facilita el hecho de comprender cómo abordar el estudio de tal contenido, que requiere del uso de una cantidad considerable de signos mientras comunica o manifiesta significados distintos dentro de un espacio y periodo de tiempo.

Además, esta investigación se sustentó en la teoría de la representación mediática. Para algunos especialistas como Cárdenas (2022) esta teoría hace referencia al rol de los medios de comunicación masivos en la esquematización e interpretación de la realidad sociocultural, distorsionando o siendo un reflejo de la misma.

Las unidades temáticas abordadas fueron el lenguaje audiovisual y la representación cultural. En relación al lenguaje audiovisual, Romero (2020) lo define como una forma de comunicación que se compone de signos y símbolos que combinan la imagen y el sonido en un proceso de creación con el objetivo de contar sucesos. Además, este lenguaje posee una función expresiva que pretende transmitir una idea o mensaje y generar emociones.

Asimismo, Canevari (2022) complementa tal definición sustentando que este involucra también una práctica de carácter sociocultural que genera sentidos, convirtiéndose en un espacio de manifestación. Ambos aportes destacan la

complejidad del lenguaje audiovisual, su complementariedad entre imágenes y sonidos para transmitir mensajes, además de su importancia como una práctica cultural y social que crea significados y que permite expresarse.

Desde la perspectiva morfológica, Romero (2020) sostiene que en el lenguaje audiovisual convergen elementos visuales y sonoros. Para Sheen y Arbaiza (2020) los elementos visuales funcionan como un proceso de representación universal, por lo tanto, en algunas ocasiones solo pueden ser interpretadas exclusivamente con conocimiento sobre los rasgos culturales o tradiciones.

De igual modo, Novoa (2022) añade que estos elementos se organizan de tal manera que presentan una realidad que incluye normas, valores y símbolos culturales. Los autores subrayan cómo estos aspectos pueden tener significados culturales que requieren contexto para su comprensión, y enfatizan la complejidad de la comunicación audiovisual y su relación con la cultura.

De la misma forma, respecto a los elementos sonoros, Romero (2020) sugiere que estos se desarrollan en aspectos como la palabra, la musicalización, los efectos de audio, el ruido y el silencio. Además, Huanca (2021) señala que la sonoridad genera una imagen acústica abstracta, por lo que, a diferencia de los datos textuales, con la música se estimula sentimientos o estados de ánimo en el espectador.

Los aportes de ambos autores en relación a los aspectos sonoros, denotan la variedad de elementos que engloba este sistema de clasificación, además resaltan cómo el nivel auditivo tiene la capacidad de evocar emociones y comportamientos en el espectador, destacando su relevancia en la comunicación audiovisual.

Por lo que respecta a los elementos sintácticos, una publicación del Instituto Peruano de Publicidad (2020) explica que este conjunto está conformado por elementos técnicos que engloban la clasificación de los planos, la profundidad de campo, los ángulos de la cámara, la continuidad y el ritmo de la narración. Estos elementos representan los puntos más técnicos del producto audiovisual en base al espacio, movimiento y tiempo.

Los planos más relevantes, según la primera edición del Manual Práctico de Creación Audiovisual Comunitaria, elaborado por el Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano (2020), son el plano general, plano medio, plano

americano, primer plano y plano detalle. Los planos desempeñan el papel de transmitir la distancia que separa un objeto de otro en cada escena.

De la misma forma, el Manual Práctico de Creación Audiovisual Comunitaria señala que los ángulos tienen la función de determinar la posición de la cámara en relación al personaje con el fin de expresar diversos puntos de vista y provocar en el espectador distintas reacciones o efectos visuales.

En adición, un informe publicado por el Instituto Toulouse Lautrec (2022), explica que en las producciones audiovisuales se emplean una variedad de perspectivas sobre la escena. Estas perspectivas son el ángulo normal, picado, contrapicado, nadir y cenital. De igual manera, se recurre a movimientos de cámara con el objetivo de brindar mayor autenticidad a los eventos narrados en una historia.

Navarrete (2020) explica que los movimientos de cámara se clasifican en panorámicos, zoom y travelling. La intención de los movimientos de cámara, según el autor, tiene que ver con el hecho de acompañar el recorrido de un individuo, revelar un elemento importante en la escena o enfocar la atención.

Por ende, los especialistas resaltan la importancia de tales aspectos en la creación audiovisual. Los planos determinan la distancia y relación entre objetos en escena, los ángulos ofrecen perspectivas y emociones diversas, y los movimientos de cámara enriquecen la narrativa visual. En conjunto, estos elementos sintácticos son esenciales para guiar la atención del espectador y dar autenticidad a la historia.

En referencia a los elementos de representación cultural, según una publicación oficial de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco (2022) estos se dividen en patrimonio material y no material. El patrimonio material comprende los bienes muebles e inmuebles hechos por la sociedad; arquitectónicamente comprende estructuras emblemáticas; arqueológicamente abarca elementos valiosos creados por culturas anteriores; a nivel artístico e histórico incluye obras de arte, esculturas y manifestaciones artísticas; industrialmente está conformado por maquinarias y medios de transporte con valor histórico, tecnológico o social. Además, el patrimonio material natural, que abarca recursos y entornos ambientales.

Por último, la Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco (2022) expone en la publicación mencionada, que el patrimonio no material engloba

fundamentalmente el conocimiento intelectual de una comunidad. Incluye los saberes, tradiciones y creencias arraigadas, transmitidas oralmente o recreadas en conjunto, contempla desde acciones comunitarias específicas hasta leyendas, dichos, historias y creencias. También comprende las celebraciones, como rituales musicales, danza, teatro y festividades cívicas, populares y religiosas, junto con los conocimientos y prácticas manifestados a través de la herbolaria, la gastronomía y las artesanías. De la misma forma, abarca lugares simbólicos como mercados, ferias, santuarios y plazas.

### **III. METODOLOGÍA**

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

##### **3.1.1 Tipo de investigación**

La investigación propuesta corresponde al tipo básico. Arias, et al. (2022) explica que el objetivo de este tipo de estudio es enriquecer la comprensión de un fenómeno, estudio o ley específica de la naturaleza. Esta modalidad de investigación se dedica a analizar datos con el fin de revelar lo que aún no se conoce y satisfacer la curiosidad. Asimismo, se enfoca en examinar el funcionamiento de los procesos o conceptos involucrados.

En otras palabras, este tipo de investigación ofrece un análisis riguroso y completo de un problema, lo cual facilita la obtención de explicaciones y conclusiones científicas y racionales. Además, impulsa la ampliación de los horizontes del conocimiento al establecer nuevas perspectivas. Los hallazgos obtenidos en la investigación básica suelen sentar las bases para numerosas investigaciones aplicadas.

Asimismo, el estudio comprende un enfoque cualitativo, considerando la propuesta de Hernández y Mendoza (2018), pues señalan que el propósito de este enfoque se relaciona con investigar la manera en que un grupo específico de individuos perciben los eventos y situaciones que los rodean, ahondando en sus perspectivas, interpretaciones y los significados que asignan.

En cuanto al tiempo de ejecución de la investigación, esta corresponde a un estudio transversal, pues según Manterola, et al. (2019) tal corte permite obtener la información en un único momento, lo que significa que el estudio se lleva a cabo en una única instancia y no contempla un seguimiento continuo.

##### **3.1.2 Diseño de investigación**

El estudio se desarrolló con los alcances del nivel descriptivo y no experimental, que para Hernández y Mendoza (2018) se refiere a aquellos enfoques que pretenden detallar las propiedades y características de conceptos, fenómenos, u otros, en un contexto específico. Estas

investigaciones se desarrollan sin la intervención deliberada sobre el objeto que se analiza, es decir, solo se limita a observar los fenómenos en su entorno natural para su posterior estudio.

El diseño de la investigación realizada fue hermenéutico. Según Quintana y Hermida (2019) sustentan que este diseño se dedica al examen y comprensión de textos, incluyendo material audiovisual, haciendo énfasis en la interpretación y comprensión de su significado.

En el estudio en cuestión, se tomó como unidad de análisis al spot *Entel, la señal que te acompaña* del año 2022. Con base a su contenido, se optó por emplear el diseño hermenéutico como enfoque adecuado para su estudio, ya que permitió analizar los distintos elementos presentes en el contenido del spot, como imágenes, sonidos, discursos y narrativas.

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

La investigación en cuestión abordó dos ámbitos temáticos. Por tanto, se examinó el lenguaje audiovisual a través de las subcategorías que lo componen, utilizando la teoría de especialistas en la rama audiovisual. Del mismo modo, la segunda unidad temática se centró en la representación cultural, siendo evaluada mediante las subcategorías propuestas por instituciones o expertos dedicados a los estudios socioculturales.

Elementos morfológicos: Elementos Visuales y Elementos sonoros.

Elementos sintácticos: Planos, Ángulos y Movimientos de cámara.

Elementos Culturales: Patrimonio material y Patrimonio inmaterial.

### **3.3 Escenario de estudio**

El anuncio publicitario “Entel, la señal que te acompaña” de la empresa de telefonía Entel, tuvo como fecha de difusión el 7 de noviembre del año 2022, en donde ratificaron el compromiso que tienen con su público objetivo en estar conectados a su señal telefónica independientemente de su ubicación. Según la marca, se mantienen las innumerables oportunidades que ofrece la tecnología, con el fin de transformar la sociedad de manera responsable.

En la publicación de este contenido audiovisual se observó la presencia de elementos culturales, incluyendo a personajes en diferentes regiones del país realizando actividades tradicionales que los representan. Por esa razón, tanto la

narrativa como las escenas del anuncio, presentan claramente cada uno de los componentes que conforman el escenario.

### **3.4 Unidad de análisis**

Respecto a la unidad de análisis, el anuncio publicitario estuvo dividido por las 15 escenas observadas en el spot “Entel, la señal que te acompaña”, el cual se difundió la fecha del 7 noviembre del año 2022 con un total de 45 segundos de tiempo de duración, disponible a través de la plataforma de Youtube.

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

En este estudio, se utilizó la técnica de observación estructurada como método principal, y se desarrolló una guía de observación como instrumento para recopilar datos. En relación a tal consenso, se tomó en cuenta lo señalado por Cortez y Maira (2019) quienes sostienen que esta técnica implica un enfoque deliberado de observación, es decir, que tiene un propósito predefinido y una metodología que permite obtener la información deseada sobre el fenómeno de interés.

Por lo que respecta a la elección de la técnica empleada, no se puede ignorar el hecho de que, en una observación de tipo estructurada, se han definido previamente aquellos elementos que se desean observar con un nivel de atención específica, un proceso que evidentemente exige la descomposición del objeto de estudio en categorías.

Según el Sistema Nacional De Evaluación, Acreditación Y Certificación De La Calidad Educativa (2020) la guía de observación es un instrumento utilizado para registrar de manera integral los aspectos que se presentan en la unidad de análisis. Este instrumento facilita al evaluador la observación directa, sistemática y continua de las subcategorías, permitiendo una mayor comprensión y detección de los detalles.

### **3.6 Procedimiento**

El procedimiento, según Ruiz y Valenzuela (2022) comprende una serie de actividades destinadas a recopilar y procesar los datos con el objetivo de obtener resultados que permitan realizar un análisis acorde a los propósitos y cuestiones propuestas en la investigación.

Para realizar esta investigación, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de bases teóricas que respaldaron la justificación de las unidades temáticas que se

analizarán. Además, se seleccionó el spot publicitario *Entel, la señal que te acompaña* como caso de estudio debido a la identificación de aspectos relevantes que se consideraron dignos de análisis, como la representación cultural peruana a través del lenguaje audiovisual.

Los temas comprendidos en la investigación se sustentan en los conceptos definidos por distintos autores en el marco teórico. Posteriormente, se recopilaron datos mediante el uso de una guía de observación, lo que permitió llevar a cabo la triangulación de datos.

### **3.7 Rigor científico**

El estudio en cuestión cumplió satisfactoriamente con los estándares reglamentados por el código relacionado a la ética para productos de investigación de la Universidad César Vallejo. Además, se puede evidenciar el análisis de investigaciones de otras fuentes, tomando en cuenta referencias bibliográficas de carácter académico y científico. Por otro lado, se citaron los materiales bibliográficos respetando las fechas y autorías establecidas.

Sumado a esto, el análisis cualitativo pretendía cumplir con la comprensión conceptual por parte del investigador para evidenciar sus resultados, todo ello basado en la técnica de la observación, dejando de lado los intereses personales para contribuir en futuros escenarios que mantenga una metodología similar. La recolección de información partió de la adecuada validez del instrumento empleado a través del juicio de expertos.

**TABLA 1**

*Datos de los validadores*

<b>Apellidos y nombres del validador</b>	<b>Grado Académico (Registrado en SUNEDU)</b>	<b>Experiencia profesional</b>
Morales Blanco, Estefany Yamil	Magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia	Especialista en Estrategias de Comunicación de Marca
Oliveros Margall, Enrique Antonio	Magíster en docencia y gestión universitaria	Especialista en Ciencias de la Comunicación, Audiovisuales y Semiótica



### **3.8 Método de análisis de la información**

La triangulación de datos fue utilizada en esta investigación como modelo de análisis. Santa Cruz, et al. (2022) explican que la triangulación metodológica en la investigación cualitativa se basa en la utilización de diversos métodos científicos de investigación con el propósito de mejorar y buscar la convergencia de los resultados. Es importante tener en cuenta que si durante el proceso de recolección de información, por medio de análisis independientes, se encuentran patrones similares en la triangulación, esto se considera favorable, ya que esta convergencia proporcionará validez a la investigación.

Para los fines de la investigación, los responsables de su desarrollo recopilaron los datos utilizando una guía de observación. Posteriormente, describieron e interpretaron la información obtenida en función de las subcategorías presentadas en dicho instrumento. Por último, los datos fueron representados mediante un esquema de resumen donde destacan las características del lenguaje audiovisual y los aspectos culturales insertos en el spot *Entel, la señal que te acompaña*.

### **3.9 Aspectos éticos**

La investigación cumplió con la normativa establecida por la Universidad César Vallejo en cuanto al balance de la pauta reglamentaria en el área de investigación formativa. Por otro lado, se realizaron las citas bibliográficas correspondientes en base a la normativa y lineamiento APA, lo que permite que el proyecto pueda servir en investigaciones futuras. Además, se respetó de manera ética y adecuada los antecedentes citados en la investigación, y se incluyeron en las referencias bibliográficas correspondientes.

Asimismo, tomando en cuenta los valores de la ética de investigación, estos se definieron de la siguiente manera: según Espinosa y Vélez (2019), destacan la importancia de la integridad como un valor fundamental para los investigadores. Esto implica analizar minuciosamente todas las posibilidades y limitaciones del estudio, incluso con la aprobación de expertos, para garantizar una investigación sólida y ética. La integridad se convierte en un pilar esencial para la calidad y credibilidad de la investigación, evitando sesgos o errores.

Por otro lado, las directrices establecidas por The National Academies of Sciences, Engineering and Medicine (2019), se reconoce que la independencia del investigador es un principio esencial para promover el avance del conocimiento de manera íntegra. Este principio implica que los investigadores deben tener la libertad de realizar sus investigaciones sin influencias externas que comprometan su objetividad y rigor científico.

La independencia les permite explorar nuevas ideas, cuestionar supuestos establecidos y seguir el camino de la evidencia sin restricciones indebidas. Al salvaguardar la independencia del investigador, se fomenta un ambiente propicio para la innovación, el descubrimiento y el desarrollo de soluciones en sus objetivos. Borjas (2020) resaltó la importancia de los valores de validez y confiabilidad en las investigaciones, asegurando obtener resultados precisos y sólidos. Estos valores fortalecen la credibilidad y proporcionan un fundamento para futuras investigaciones similares. La inspección detallada y continua es valiosa para perfeccionar los métodos de investigación y ampliar la comprensión de los fenómenos comunicativos en el ámbito académico.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación tuvo como primer objetivo específico la labor de identificar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot *Entel, la señal que te acompaña*. Con respecto a este propósito específico, se trabajó como primera categoría a los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual, el cual tuvo como subcategorías a los elementos morfológicos tanto visuales como sonoros.

Con respecto a los elementos visuales, el proceso de identificación aplicado a los códigos que componen tal subcategoría, demostró que se insertaron elementos abstractos en las 15 escenas que componen el objeto de estudio. El resultado es el mismo respecto al segundo código, es decir, los elementos visuales simbólicos, los cuales fueron insertados también en las 15 escenas del audiovisual.

En cuanto a los elementos sonoros, el proceso de identificación aplicado a los códigos que componen tal subcategoría, demostró que, en lo que respecta a los elementos sonoros de tipo voz, estos fueron empleados únicamente en 4 ocasiones. El código relacionado a la música solo está ausente en una de las 15 escenas totales del spot. Además, se identificó el uso de efectos de sonido en 8 ocasiones, mientras que, en el caso del código referido a los silencios, no se registró en ninguna instancia del anuncio.

La segunda categoría, que abordó a los elementos sintácticos, desglosó su proceso de identificación en subcategorías como los planos, ángulos y movimientos de cámara. En el caso puntual de los planos, se registró el uso del tipo general en 10 escenas del spot. Según la cantidad de veces que fueron empleados estos códigos, se identificó que el primer plano y el de tipo detalle fueron los segundos más requeridos, siendo utilizados en 3 ocasiones cada uno. Mientras que, en el caso del plano medio y americano, estos solo fueron observados un par de ocasiones respectivamente.

De manera similar, en relación con los ángulos, se detectó el código de ángulo normal en 10 escenas, siendo el más predominante, seguido por el ángulo contrapicado con 4 instancias. La perspectiva en picada se empleó en dos escenas. En contraste, no se evidenció el uso de ángulo nadir ni cenital en ninguna de las

escenas del anuncio. En cuanto a los códigos asociados a los movimientos de cámara, se observó principalmente el paneo, presente en 8 escenas, y el travelling, identificado en 6 tomas. Del mismo modo, ni el movimiento de cámara till ni el zoom fueron utilizados en ninguna de las escenas del anuncio.

La tercera categoría, centrada en el patrimonio cultural, tuvo como parte de su análisis el desglose en subcategorías como el patrimonio cultural material y el patrimonio cultural inmaterial. En relación al patrimonio tangible, se destaca la predominancia del tipo natural en el spot, ya que se identificó su representación en 11 escenas diferentes. El código de patrimonio físico industrial se observó en 7 ocasiones, mientras que, los elementos representativos de patrimonio arquitectónico, artístico e histórico se observaron en 3 escenas por cada código. En contraste, el patrimonio material arqueológico, no se observó en ninguna de las escenas del audiovisual de análisis.

En el mismo contexto, en relación con el patrimonio cultural inmaterial, se destacó el uso consistente del código de valores, ya que se registró en 11 escenas del spot. Asimismo, el patrimonio intangible en forma de símbolos fue observado en 3 ocasiones. El código saberes se identificó en 5 escenas, mientras que el patrimonio inmaterial relacionado con las tradiciones se observó únicamente en 2 ocasiones, y el código de creencias solo en una de las 15 escenas totales.

Posteriormente, en lo que respecta al segundo objetivo específico, se procedió a realizar la descripción de los mismos elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el audiovisual de análisis, en base a las mismas categorías planteadas. En consecuencia, se trabajó como primera categoría a los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual, el cual tuvo como subcategorías a los aspectos morfológicos tanto visuales como sonoros.

Con respecto a los elementos visuales, y en base a la descripción del código visual abstracto, se destacó la coherencia en el uso de tomas amplias, movimientos suaves de cámara, correcciones de color y personajes locales para representar escenas visualmente impactantes. Además, se subrayó la presencia de gestos de alegría, elementos tradicionales y vestimenta autóctona, junto con la ubicación geográfica del escenario expresada en texto.

Asimismo, lo descrito respecto a los elementos simbólicos demostró que estos se emplearon consistentemente, incorporando símbolos naturales y aspectos culturales locales como monumentos, el mapa de departamentos del Perú y el logo de la marca. Esto contribuyó a una narrativa visual rica del país, reforzando la conexión entre símbolos naturales y diversidad cultural, respaldando el mensaje de identidad cultural del spot.

Por otro lado, en cuanto a los elementos sonoros, la descripción hecha respecto a los aspectos morfológicos sonoros de tipo voz, denotó que la mayoría de las escenas del spot no incorporaron este aspecto, excepto en las escenas 11, 12, 13 y 14, donde se destacó la presencia de una voz en off transmitiendo mensajes relacionados con la cobertura de Entel y su impacto en la unión de las personas. La locución de eslogan también se presentó durante una de las escenas, contribuyendo significativamente a la narrativa del anuncio al proporcionar información clave sobre los servicios de Entel y reforzar el mensaje central de la campaña.

A su vez, en relación con lo descrito a cerca de los elementos sonoros de tipo música, el uso constante de la pista "La Danza de la Cobertura" en la mayoría de las escenas estableció una conexión auditiva consistente a lo largo del spot. Esta pieza musical es un arreglo de la conocida canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia, y no solo contribuyó a la coherencia sonora del anuncio, sino que también actuó como un componente narrativo al experimentar una breve pausa en la escena 11.

Del mismo modo, en cuanto a lo descrito sobre el código sonoro de tipo efectos de sonido, el spot destacó por la utilización significativa de estos elementos en diversas escenas. Desde sonidos característicos de una playa hasta efectos específicos como el de la cadena de una bicicleta o el motor un camión, los efectos de sonido contribuyeron de manera sustancial a la ambientación y la narrativa, agregando capas de realismo y detalle para crear una experiencia audiovisual inmersiva. En contraste, no se presentaron silencios en ninguna escena del spot, subrayando la continuidad de la experiencia sonora a lo largo de la narrativa visual.

En adición al proceso de recopilación de resultados respecto al propósito de describir tales elementos en el objeto de estudio, se abordó además la segunda categoría, que contemplaba a los elementos sintácticos y la cual desglosó parte de su análisis en subcategorías como los planos, ángulos y movimientos de cámara.

Con respecto a los planos, en la descripción del spot, se destacó el empleo coherente y variado del plano general como elemento sintáctico en diversas escenas. Este tipo de plano se utilizó para proporcionar una visión panorámica de diferentes escenarios, desde el puerto con embarcaciones en la playa hasta las calles de Iquitos con mototaxis. Se empleó tal código para resaltar encuentros entre personajes, mostrar lugares representativos, como la iglesia Santiago Apóstol de Lampa, y presentar amplias zonas geográficas, contribuyendo así a la narrativa visual al ofrecer una perspectiva completa y envolvente de los entornos y momentos presentados.

Así mismo, lo descrito en relación al uso de elementos sintácticos de tipo plano americano es limitado en el spot, habiendo sido observado su uso específico para destacar al personaje principal y una danza. En cuanto a lo descrito sobre el plano medio, este se evidenció solo en las escenas 02 y 08, ampliando el rango de visión del lugar representativo de la zona. En contraste, la descripción hecha acerca del primer plano, expuso que se utilizó estratégicamente en momentos específicos para resaltar la interacción con el teléfono móvil y la reproducción de la canción del anuncio, mientras que el plano detalle se empleó para destacar elementos específicos como las artesanías locales y los celulares. Estas elecciones selectivas en la composición visual presentaron una diversidad intencionada para transmitir de manera efectiva la narrativa del anuncio.

En relación con los ángulos, y en base al proceso de descripción, se denotó que el ángulo normal destacó en la mayoría de las escenas del spot, centrándose directamente en personajes y elementos clave como el teléfono y las artesanías locales. Este ángulo se utilizó de manera consistente, creando coherencia visual y enfocándose efectivamente en elementos específicos para transmitir el mensaje del anuncio. De la misma forma, el ángulo picado se empleó para presentar de manera impactante el puerto, las embarcaciones y la localidad de Chivay desde una

perspectiva superior, añadiendo variedad visual y enfatizando elementos clave de la narrativa publicitaria.

Así mismo, lo descrito respecto al código de ángulo contrapicado, expuso que tal elemento se utilizó para crear efectos visuales distintivos, destacando la ciudad, interacciones entre personajes y amplias zonas geográficas como San Ignacio en Cajamarca e Iquitos. Estas elecciones de ángulo contrapicado contribuyeron a la composición visual y a la narrativa del anuncio, resaltando elementos clave de las locaciones y las interacciones entre los personajes.

En la exploración de los movimientos de cámara, y en cuanto al código travelling, se describió que tal movimiento se desplegó en seis escenas del anuncio, utilizándose para mover la toma desde la orilla hacia el mar de La Libertad en la escena 01, así como para desplazar la toma de izquierda a derecha en las escenas 04, 05, 06, 09 y 10. Estas decisiones de movimiento de cámara contribuyeron a la fluidez narrativa y al dinamismo visual, destacando varias locaciones y escenarios a lo largo del spot.

A su vez, en referencia a lo descrito sobre el movimiento de cámara paneo, este recurso fue utilizado para desplazar la toma de izquierda a derecha, se evidenció en diversas situaciones, desde la presentación de escenarios hasta la focalización en personajes y elementos específicos. Aunque no se observó su empleo en las escenas restantes, el paneo fungió como una herramienta recurrente para dinamizar la narrativa visual, guiando la atención del espectador a través de diferentes planos y elementos clave en la composición audiovisual.

La tercera categoría, centrada en el patrimonio cultural, también fue abordada en el proceso de recopilación de resultados respecto al propósito de describir tales elementos en el objeto de estudio. Esta categoría tuvo como parte de su análisis el desglose en subcategorías como el patrimonio cultural material y el patrimonio cultural inmaterial.

En cuanto al patrimonio material, y de acuerdo con la descripción del spot, se destacó significativamente el patrimonio cultural tangible presente en diversas escenas. Respecto al código de patrimonio arquitectónico, las escenas 04 y 05 resaltaban la zona urbana de Chivay en Arequipa y Písaq en Cusco,

respectivamente, mientras que la escena 14 reincide en Chivay, subrayando la importancia de estos elementos arquitectónicos en la representación cultural de diversas locaciones. En el mismo sentido, el patrimonio material artístico e histórico se evidenció en las escenas 03, 05 y 09, donde se destacaron trajes típicos, artesanía local y la iglesia católica Santiago Apóstol en Lampa, Puno, manifestando así la diversidad y riqueza del patrimonio cultural en varias regiones del Perú.

Del mismo modo, lo descrito respecto al patrimonio material industrial, expuso que tales elementos se presentaron en siete escenas, desde maquinarias portuarias en las escenas 01 y 02 hasta vehículos y utensilios comerciales en las escenas 07, 08, 10 y 11, representando la riqueza y diversidad del patrimonio industrial vinculado a las actividades y medios de transporte propios de la región. Asimismo, el código de patrimonio cultural material natural se destacó en once escenas, mostrando playas, localidades y provincias que representaban la diversidad geográfica y cultural del país.

Por otro lado, en cuanto al patrimonio inmaterial, el anuncio puso de relieve diversas manifestaciones del patrimonio cultural intangible peruano. En cuanto al código de símbolos, se describió que tres escenas destacaron símbolos culturales específicos, subrayando la importancia de estos elementos simbólicos para la identidad cultural del país. Estos símbolos contribuyeron a la representación y preservación del patrimonio inmaterial.

Así mismo, en la descripción del patrimonio inmaterial de tipo valores se destacó su inclusión en once escenas, evidenciando la importancia de los valores culturales en la pesca tradicional, la actitud hacia la musicalización, la vestimenta regional y la solidaridad comunitaria. Estos valores contribuyeron a una representación auténtica y diversa de la riqueza cultural peruana en el anuncio. A su vez, la representación de la iglesia Santiago Apóstol destacó el patrimonio cultural inmaterial de código creencias, enriqueciendo la diversidad de expresiones culturales presentes en el spot.

A esto se suma lo descrito sobre el patrimonio cultural intangible de tipo saberes, lo que expuso que tal código se evidenció en cinco escenas, resaltando la importancia de los saberes culturales en la pesca tradicional, la agricultura



sostenible y la comercialización de recursos naturales. Por último, el patrimonio inmaterial de tipo tradiciones se destacó en dos escenas, mostrando la textilería tradicional, la artesanía y las danzas como elementos representativos de las ricas tradiciones culturales presentes en la diversidad peruana. Estos aspectos contribuyeron a la autenticidad y representación de las tradiciones culturales en el anuncio.

Finalmente, en lo que concierne al tercer propósito específico, se procedió a realizar la interpretación de los mismos elementos del lenguaje audiovisual y de representación cultural en el spot de estudio, habiendo sido consideradas las mismas categorías que se definieron al inicio. Por lo tanto, se abordó como primera categoría a los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual, la cual tuvo como subcategorías a los elementos a nivel visual y sonoro.

Con respecto a los elementos visuales, y a través del juicio de los investigadores, se interpretó que la utilización de elementos abstractos, logró representar la diversidad cultural y geográfica del Perú de manera excepcional. La manipulación hábil de la temperatura de color, la disposición estratégica de elementos en pantalla y el uso de texto no solo realzaron la estética del video, sino que también transmitieron emociones como aventura, relajación y autenticidad. La cohesión visual lograda con estos elementos fue más allá de la promoción de la cobertura de Entel, pues capturaron de manera atractiva y significativa la riqueza cultural y geográfica del país. La edición precisa del color, que inclinó la paleta a tonos cálidos, derivó en que el anuncio potenciara su impacto visual, contribuyendo a una atmósfera general coherente y estéticamente atractiva.

Así mismo, según el análisis ejecutado por los investigadores, se infirió que la planificación en la disposición de elementos simbólicos en el anuncio resaltó la belleza natural y cultural del Perú, destacando lugares emblemáticos. La incorporación de aspectos de la cultura local, como trajes tradicionales y artesanías, aportó un componente estético que reforzó la narrativa, transmitiendo mensajes de autenticidad, identidad cultural y hospitalidad. El uso estratégico de símbolos, como el mapa de departamentos y el logotipo de Entel, estableció una conexión entre la marca y la identidad nacional, mientras que elementos de la vida cotidiana, como la reunión de pescadores artesanales y el transporte local,

contribuyeron a la autenticidad y fortalecieron la conexión emocional con la audiencia.

Por otro lado, en cuanto a los elementos sonoros, y en el código voz, se interpretó a través del juicio de los investigadores, que la reproducción de tales mensajes enfatizó la amplia cobertura de la empresa, subrayando la conectividad en diversas ubicaciones y resaltando la importancia de la comunicación constante en la vida diaria. La incorporación de esta voz en off reforzó el mensaje central del anuncio, aportando un componente narrativo auditivo que complementó las imágenes visuales. Además, la locución en off se empleó de manera impactante en la penúltima escena para destacar el eslogan del anuncio, proporcionando un cierre memorable y resonante para la audiencia.

A su vez, la música se empleó estratégicamente, según la interpretación de los investigadores, y fungió como una herramienta narrativa para establecer una conexión más profunda con la audiencia. La elección de una canción muy popular dentro del género tropical peruano, junto con la incorporación de instrumentos autóctonos como la quena, la zampoña y el charango, reforzaron el mensaje de pertenencia y orgullo nacional. La musicalización contribuyó a crear una atmósfera emocional que incrementó la identificación del público con las imágenes del spot. La cuidadosa selección musical no solo complementó las escenas, sino que también reforzó el mensaje central del anuncio, ofreciendo una experiencia audiovisual más inmersiva y memorable.

Del mismo modo, la inclusión estratégica de efectos de sonido en diversas escenas se planteó como una táctica para potenciar la inmersión del espectador en una experiencia auténtica y cotidiana según la deducción de los investigadores. La utilización de sonidos ambientales tuvo como objetivo generar un mayor realismo y establecer una conexión emocional más profunda. Estos efectos sonoros contribuyeron a la creación de una atmósfera que reflejó la diversidad y autenticidad de las situaciones representadas en el anuncio. Además, la elección específica de sonidos locales y cotidianos buscó familiarizar al espectador con los entornos presentados, promoviendo así una identificación más profunda y positiva con la marca.

En adición al proceso de recopilación de resultados respecto al propósito de interpretar tales elementos en el objeto de estudio, se abordó además la segunda categoría, que contemplaba a los elementos sintácticos y la cual desglosó parte de su análisis en subcategorías como los planos, ángulos y movimientos de cámara.

Con respecto a los planos, y a través del juicio de los investigadores, se interpretó que la estrategia coherente de utilizar planos generales en el anuncio resaltó las características estéticas y culturales de las diversas zonas geográficas, ofreciendo al espectador una visión panorámica que celebró la arquitectura, la flora, la vida rural y los elementos culturales. Este encuadre no solo contextualizó las escenas, sino que también destacó la geografía, la identidad cultural y los detalles locales, generando interés y curiosidad. La coherencia en la aplicación de tal código a lo largo del anuncio contribuyó a establecer una continuidad visual que reforzó la identidad y autenticidad de cada lugar representado.

Así mismo, de acuerdo con lo deducción por parte de los investigadores, resultó que los planos americanos se centraron en los personajes, destacando la identidad cultural y los detalles de la vestimenta tradicional, lo que fortaleció la conexión emocional del espectador con las expresiones culturales y las tradiciones. En el mismo sentido, los planos medio y primer plano ofrecieron una visión más detallada de las actividades y expresiones faciales, promoviendo la intimidad y la autenticidad de las situaciones representadas. Incluso, la elección estratégica del plano detalle resaltó elementos clave, desde el nombre de la canción hasta las artesanías locales, contribuyendo a la conexión cultural y la autenticidad del mensaje publicitario general.

En relación con los ángulos, según la interpretación de los investigadores, el uso predominante del ángulo normal en el anuncio proporcionó una perspectiva neutral que permitió una visualización completa y sin distorsiones visuales significativas. Esta elección se consideró como una estrategia para generar familiaridad, realismo y conexión fácil con el contenido, además de mantener una jerarquía visual equitativa. Aún más, el ángulo picado, empleado selectivamente en el anuncio, reveló una elección deliberada de una perspectiva elevada para brindar una vista panorámica y completa de los escenarios. Esta estrategia se interpretó como un medio para resaltar la importancia económica y geográfica de las zonas

representadas, otorgando protagonismo al entorno y destacando la conexión con la naturaleza y la riqueza geográfica.

Del mismo modo, la presencia del ángulo contrapicado, aunque no constante, se interpretó por parte de los investigadores como una elección consciente para enfatizar la belleza del paisaje y realzar el impacto visual de los escenarios, añadiendo un contraste estético y brindando una vista detallada y majestuosa de la arquitectura y los paisajes urbanos. La variación en estas elecciones de ángulo contribuyó a una narrativa visual rica y diversa en el anuncio.

Por otro lado, en la exploración de los movimientos de cámara, el uso del movimiento de cámara travelling en el anuncio, desde el criterio de los investigadores, se destacó por su significativa contribución a la narrativa visual. Tal código fue utilizado para crear inmersión y resaltó la conexión de los elementos presentados con la actividad económica del país, enfatizando panoramas y localidades para otorgar relevancia a los escenarios. Aunque su ausencia en algunas escenas sugiere variación en las decisiones de composición, su implementación aportó dinamismo y autenticidad a la historia visual, generando una experiencia inmersiva y destacando la diversidad geográfica y cultural.

A su vez, el movimiento de cámara tipo paneo se presentó como una estrategia visual clave en el anuncio, pues se interpretó que este código fue utilizado estratégicamente para enriquecer la narrativa visual. El paneo destacó elementos clave como personajes locales, paisajes emblemáticos y la conexión entre la cultura, la naturaleza y la vida cotidiana, este movimiento de cámara contribuyó a una experiencia inmersiva que resaltó la belleza, autenticidad y singularidad de cada región peruana. Aunque la decisión de su uso varía, cuando se empleó, aportó dinamismo y profundidad, subrayando la diversidad y vitalidad cultural del país.

La tercera categoría, centrada en el patrimonio cultural, también fue abordada en el proceso de recopilación de resultados respecto al objetivo de interpretar tales elementos en el objeto de estudio. Esta categoría tuvo como parte de su análisis el desglose en subcategorías como el patrimonio cultural material y el patrimonio cultural inmaterial.

En cuanto al patrimonio material, desde la interpretación de los investigadores, la inclusión de elementos de arquitectura colonial en el patrimonio arquitectónico se interpretó como un esfuerzo por transmitir la identidad nacional, autenticidad y legado cultural, añadiendo atractivo cultural a la presentación visual y resaltando la riqueza histórica y comercial de las regiones representadas. Asimismo, la presencia de elementos como trajes tradicionales y artesanías en el patrimonio artístico e histórico se percibió como elementos físicos con un valor cultural, histórico y artístico significativo, representando la identidad, autenticidad y herencia cultural de las regiones de Arequipa y Cusco.

Del mismo modo, la representación del patrimonio tangible industrial, para los investigadores, se interpretó como la enfatización de la vida local y las actividades cotidianas de los peruanos, especialmente en la pesca, resaltando la autenticidad y conexión con las tradiciones locales. Esta narrativa subrayó la relevancia económica y la conexión con las actividades industriales en diversas regiones del país. De la misma manera, la inclusión del patrimonio material presentó escenarios naturales, comunicando la autenticidad cultural y la conexión del pueblo peruano con su entorno, destacando la belleza y diversidad de la naturaleza del país. Ambos elementos contribuyeron a una narrativa cultural rica y auténtica que transmite la identidad nacional y la singularidad del Perú.

Por otro lado, en lo que respecta al patrimonio inmaterial, la presentación de símbolos culturales, como patrones textiles, danzas, y técnicas artesanales, se interpretó como la intención de resaltar la diversidad y riqueza cultural en las comunidades del interior del país. Esta inclusión promovía la diversidad cultural, fomentaba el orgullo nacional y ofrecía una representación auténtica de la experiencia cultural. La estética distintiva de los trajes y las artesanías contribuyó a captar la atención del espectador, añadiendo atractivo visual a la narrativa.

Así mismo, por parte de los investigadores, se infirió que la representación del patrimonio intangible de tipo valores destacó aspectos como el respeto por la naturaleza, transmitiendo un mensaje positivo sobre la armonía entre las comunidades locales y su entorno natural. Se subrayó la conexión con las raíces culturales, la sostenibilidad, la solidaridad comunitaria y el orgullo por la herencia cultural, contribuyendo así a la construcción de una narrativa cultural rica y

auténtica en el spot. A su vez, en cuanto al patrimonio cultural de tipo creencias, la presencia de una iglesia católica en el spot sugirió la profunda conexión de la población peruana con la religión católica, que constituye una parte significativa de las creencias culturales del país.

En el mismo sentido, la interpretación a cargo de los investigadores manifestó que la representación del patrimonio inmaterial abarcó saberes, especialmente vinculados a la pesca tradicional, destacando la cotidianidad y autenticidad de estos conocimientos transmitidos generacionalmente. La conexión profunda entre la población local y la tierra reforzó la autenticidad de la experiencia. Además, se enfatizó la conexión de los personajes con su herencia cultural. Por último, la representación de tradiciones transmitió la importancia de preservar y celebrar estas prácticas, promoviendo la apreciación y comprensión de la riqueza cultural de las comunidades locales.

En este apartado del texto se presentan las coincidencias o discrepancias de los resultados de la investigación en función a sus objetivos y en relación a los antecedentes nacionales e internacionales planteados en el marco teórico. En lo que respecta al primer propósito, referido a identificar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el spot, la gran mayoría de investigaciones citadas en el marco teórico coinciden con los resultados presentados en este estudio, pues se comparten metodologías similares en el proceso de obtención de datos, contemplando categorías de la composición del lenguaje audiovisual, tanto en sus aspectos morfológicos como sintácticos, al igual que la narrativa y el análisis de contenido, a través de la observación de los diferentes códigos respectivos.

De acuerdo con el análisis ejecutado por los investigadores, tales resultados coinciden con los hallazgos del estudio, debido a que estos revelan una coherencia notable en la utilización de elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en spot. En cuanto a los elementos morfológicos, tanto los visuales abstractos como los simbólicos se insertaron de manera consistente. De manera similar, los aspectos sintácticos siguieron patrones similares en su aplicación, reflejando una estructura visual uniforme en el anuncio. La inclusión del patrimonio

cultural también se mantuvo coherente, con representaciones específicas que se reprodujeron de manera especial en las diferentes escenas.

En cuanto al segundo propósito, referido a describir los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el spot, Carbajal (2021) explicó que los elementos morfológicos se empleaban para representar situaciones de la vida diaria de una sociedad, permitiendo que las personas se sumerjan en la temática y se identifiquen con los personajes, escenarios y eventos presentados. Además, señaló que la utilización de aspectos morfológicos en la publicidad implicaba otorgar valor a cada imagen al elegir símbolos que representen grupos o contextos específicos. Estos juicios de valor se transformaron en representaciones visuales que actuaban como identidades o espacios metafóricos.

En base al estudio ejecutado por los investigadores, se sostuvo que tales resultados coinciden con los hallazgos de la investigación, debido a que la información obtenida reveló que el análisis de los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual en el spot se alineaba estrechamente con la teoría de Carbajal (2021). La coherencia en la elección de tomas, movimientos de cámara y la representación de personajes locales contribuía significativamente a la inmersión del espectador en situaciones de la vida diaria de la sociedad peruana. Estos elementos morfológicos no solo cumplían la función de representar la realidad objetiva, sino que también fungían como símbolos que reforzaban identidades culturales y espacios metafóricos, como sugería Carbajal.

Así mismo, Romero (2020), sostuvo que la incorporación de componentes sintácticos en ese tipo de contenidos, tuvo un impacto significativo en el mensaje final que el creador intentaba comunicar al espectador mediante el montaje. Estos aspectos se utilizaron para conferir sentido y significado a las acciones de los personajes en un contexto particular, desempeñando funciones tanto descriptivas como dramáticas.

En línea con los aportes de Romero (2020), los resultados revelaron que los componentes sintácticos desempeñaron un papel crucial en la construcción de la narrativa visual del spot. La selección y montaje de planos, ángulos y movimientos de cámara no solo otorgaron coherencia a la representación visual, sino que

también dotaron de sentido y significado a las acciones de los personajes. La diversidad en la elección de estos elementos sintácticos enriqueció la narrativa, destacando diferentes aspectos de la cultura peruana y cumpliendo funciones descriptivas y dramáticas, como apuntó Romero.

A su vez, Limache (2022) señaló que la inserción de aspectos culturales en audiovisuales no solo se limitaba a representar un mundo ficticio, sino que también reflejar una realidad objetiva en un contexto específico, destacando fundamentalmente su rol en la promoción de la cultura de cada comunidad, la diversidad, la autenticidad y en la promoción del intercambio cultural entre diferentes sociedades.

En relación con lo descrito en el párrafo anterior, la investigación resaltó que la representación cultural en el spot, y en concordancia con lo propuesto por Limache (2022), va más allá de la creación de un mundo ficticio, reflejando la realidad objetiva en contextos específicos. La inclusión de elementos culturales, tanto tangibles como intangibles, promovió no solo la diversidad y autenticidad, sino también el intercambio cultural entre diferentes sociedades. Los símbolos, valores, creencias, saberes y tradiciones presentes en el spot contribuyeron a la construcción de una narrativa que no solo publicitaba un servicio, sino que también celebró la riqueza cultural del Perú, como planteó Limache.

Finalmente, en lo que corresponde al tercer objetivo, referido a interpretar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el spot, Romero (2020) explicó que los componentes morfológicos del lenguaje audiovisual aplicados en piezas audiovisuales publicitarias, trascendieron más allá de su función informativa, pues estos aspectos dirigían la atención del espectador hacia la pantalla, generaron anticipación, establecieron ambientes, añadieron matices a las imágenes y contribuyeron a la cohesión narrativa proporcionando información adicional. Incluso, Novoa (2022) sustentó que tales elementos transmitían mensajes, simbolismos y asociaciones, siendo el medio a través del cual el espectador interpretaba la publicidad.

De acuerdo con el análisis ejecutado por los investigadores, se contempló que tales resultados coinciden con los hallazgos de la investigación, debido a que comparten



ciertas características con la perspectiva de Romero (2020) sobre los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual. La atención a la morfología, como la manipulación del color y la disposición estratégica de elementos, no solo realizó la estética del video, sino que también contribuyó a la cohesión narrativa y transmitió emociones específicas, como aventura y autenticidad. Estos resultados respaldaron la idea de que los componentes morfológicos son clave para dirigir la atención y generar anticipación en la audiencia.

En el mismo sentido, Alvarado y Ruiz (2018), resaltaron que en un objeto de estudio similar, los diferentes componentes sintácticos del lenguaje audiovisual, tanto en términos técnicos como estéticos, tuvieron la función de destacar las diversas manifestaciones culturales, y plasmar la vida cotidiana que caracteriza la riqueza cultural del Perú, por lo que este lenguaje no solo documentaba la identidad cultural peruana, sino que también contribuyó a una comprensión y percepción más profunda por parte del espectador sobre su propia identidad cultural.

En relación con lo anterior, los hallazgos de la investigación, respaldados por la perspectiva de Alvarado y Ruiz (2018), destacaron la función de estos elementos sintácticos en resaltar las manifestaciones culturales y la vida cotidiana. La aplicación coherente de planos, ángulos específicos y movimientos de cámara en el anuncio no solo contextualizó las escenas, sino que también destacó la geografía y la identidad cultural, promoviendo una comprensión más profunda de la identidad cultural peruana.

Por otro lado, Sheen y Arbaiza (2020) evidenciaron en su investigación que los componentes culturales presentes en la publicidad desempeñaron un papel importante, actuando como medios que fortalecían el sentido de pertenencia. La audiencia interpretaba los anuncios como portadores de representaciones visuales y auditivas saturadas de identidad cultural, valores comunales y conexiones con lugares emblemáticos nacionales, tal vínculo estaba sujeto a influencias tanto individuales como externas, especialmente en relación con el sentido de necesidad de pertenencia que se formaba a partir de creencias y prácticas personales. Como resultado, los espectadores adoptaron una actitud favorable al encontrar elementos o símbolos culturales en la publicidad.

La investigación de Sheen y Arbaiza (2020) respaldó la importancia de los componentes culturales en la publicidad, ya que actuaban como medios para fortalecer el sentido de pertenencia. Los resultados obtenidos en esta investigación coincidieron al indicar que la inclusión de elementos culturales locales, como trajes tradicionales, artesanías y símbolos, contribuyó a una conexión emocional más profunda con la audiencia, promoviendo una actitud favorable hacia la marca al despertar el sentido de identidad y pertenencia. La interpretación de los elementos materiales e inmateriales respaldó la idea de que la publicidad puede transmitir la identidad nacional y la singularidad cultural de una región.

## V. CONCLUSIONES

**Primero.** En términos del propósito general de la investigación, el estudio reveló una coherencia notoria con las tendencias previamente documentadas. La observación de elementos morfológicos, sintácticos y culturales, destacaron la capacidad del spot para ir más allá de la promoción de un servicio, actuando como una ventana que celebró y promovió la diversidad cultural peruana. Los resultados respaldaron la efectividad de la estrategia publicitaria, subrayando la importancia del lenguaje audiovisual como un medio poderoso para fortalecer la identidad cultural.

**Segundo.** Se concluyó que existió una inserción consistente de elementos visuales abstractos y simbólicos en todas las escenas analizadas, así como el empleo selectivo de elementos sonoros y aspectos sintácticos. La representación del patrimonio cultural siguió pautas evidentes, destacándose la presencia de elementos naturales y valores culturales. Estos hallazgos consolidaron la relevancia de la metodología utilizada, contribuyendo a la comprensión integral del lenguaje audiovisual en el contexto del spot publicitario analizado.

**Tercero.** Se concluyó que la descripción detallada de las categorías de análisis en el spot, respaldó la estrecha vinculación entre el lenguaje audiovisual y la representación auténtica de la diversidad cultural peruana. La coherencia en la selección de elementos morfológicos, junto con la aplicación estratégica de componentes sintácticos, reveló una cuidadosa construcción narrativa que iba más allá de la mera promoción de servicios. El estudio destacó que el lenguaje audiovisual no solo comunicaba un mensaje publicitario, sino que también actuaba como un medio que celebraba y promovía la riqueza cultural, la autenticidad y el intercambio cultural entre diversas comunidades.

**Cuarto.** Se concluyó que la interpretación de las categorías planteadas en el spot, reveló la efectividad de la aplicación estratégica de estos componentes en la transmisión de mensajes profundos orientados a generar una conexión emocional con la audiencia. La manipulación de elementos visuales, no solo realzó la estética del video, sino que también contribuyó a la cohesión narrativa y transmitió emociones específicas. Además, la coherencia en la aplicación de elementos

sintácticos destacó la identidad cultural y la geografía del Perú, generando una comprensión más profunda de la riqueza cultural del país. La representación del patrimonio cultural, subrayó la autenticidad y singularidad de cada región, fortaleciendo la conexión emocional y fomentando un sentido de identidad y pertenencia. Por lo tanto, la publicidad audiovisual resultó ser un poderoso medio para transmitir y fortalecer la identidad cultural.

## **VI. RECOMENDACIONES**

**Primero.** En contexto del propósito general de la investigación, se recomienda a los desarrolladores de contenido publicitario y personas interesadas en promover la cultura peruana, reforzar las estrategias de representación cultural, dado el impacto positivo observado en el spot analizado. La atención meticulosa a elementos morfológicos, sintácticos y culturales, junto con su aplicación estratégica, ha demostrado ser una herramienta eficaz para promover la diversidad cultural del país y capturar en mayor grado la atención de los espectadores.

**Segundo.** Se recomienda, a otros investigadores interesados en el tema, promover la continuidad de las metodologías efectivas empleadas en la investigación. La identificación exhaustiva de elementos morfológicos, sintácticos y culturales, respaldada por investigaciones previas, destaca la relevancia de estas metodologías para garantizar una comprensión integral y consistente de la representación cultural en futuros análisis de spots publicitarios.

**Tercero.** Se recomienda a los desarrolladores de contenido persuasivo, fomentar la inclusión de narrativas culturales en la publicidad. La conexión profunda entre el lenguaje audiovisual y la representación auténtica de la diversidad cultural peruana, evidenciada en el desarrollo narrativo, puede contribuir significativamente a fortalecer la conexión emocional con la audiencia y a celebrar la riqueza cultural del país.

**Cuarto.** Se recomienda, a los realizadores audiovisuales, explorar innovaciones en la representación visual y sintáctica en futuras campañas. La efectividad de la aplicación estratégica de tales elementos en la transmisión de mensajes profundos y la conexión emocional destaca la importancia de la innovación continua. Explorar nuevas formas de manipulación de tales aspectos puede mantener la frescura y la relevancia, asegurando así la capacidad de la publicidad audiovisual para fortalecer los mensajes y generar respuestas positivas en la audiencia.

## REFERENCIAS

- Alarcón, J. (2023). *Entel consolida su cobertura en distintas ciudades del Perú. Mercado Negro*. <https://www.mercadonegro.pe/marketing/marketing-digital/entel-consolida-su-cobertura-en-distintas-ciudades-del-peru/>
- Alvarado y Ruiz (2018). *Manifestación de la identidad cultural peruana en el documental “de ollas y sueños” de Ernesto Cabellos*. Trujillo [Tesis de grado Bachiller] Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21549/Alvarado%20Aguilar%2C%20Marlon-Ruiz%20Lavado%2C%20Kevin%20Daniel.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T. & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Borjas, J. (2020). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo. *Trascender Contabilidad y Gestión*. <https://trascender.unison.mx/index.php/trascender/article/view/90/93>
- Burgos, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Revista Conrado*, 15(70), 455-459. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Canevari, T. (2022). Plataformas digitales y lenguaje audiovisual: La cuestión del poder en la construcción de representaciones. *Intersecciones En Comunicación*, 2(16). <https://doi.org/10.51385/ic.v2i16.156>
- Carbajal, J. (2021). *Análisis del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “La mesa está servida, pasen todos” de Inca Kola 2021*. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91304/Mas\\_CJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91304/Mas_CJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Cárdenas, J. (2022). La representación mediática en los medios digitales de la violencia en contra de los líderes sociales en Colombia, 2018-2021. *Estudios Políticos*, (64), 148-173. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n64a07>
- Cebrelli, A. (2019). *Programa de Semiótica General*. Universidad Nacional de Salta. <http://hum.unsa.edu.ar/Programas/>
- Cortez, M. & Maira, M. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: pautas de observación* (Cuadernillo técnico de evaluación educativa). Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A356.pdf>
- Entel Perú (2022, 7 de noviembre). Entel, la señal que te acompaña [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=o4C8h7QbcHI>
- Espinosa y Vélez (2019). Bases conceptuales y metodológicas para la definición y el diseño de un sistema de integridad física. Instituto Humboldt Colombia. <http://repository.humboldt.org.co/bitstream/handle/20.500.11761/35824/Libro%20Integridad%20cienti%CC%81fica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Expósito, J. (2018). Así se adaptan los mensajes publicitarios a la cultura de los distintos países. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/extras/di-publicidad/2018/01/26/5a6b09d8468aebfb7a8b45d3.html>
- Fideicomiso para la Promoción y Desarrollo del Cine Mexicano (2020). *Manuales Prácticos de Creación Audiovisual Comunitaria*. <https://procine.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Manuales%20Audiovisuales/1-manual-de-introduccion-d.pdf>
- Góngora, B. (2021). *Lenguaje audiovisual de los videoclips en música para lagartos de fanso y Be the meister Reels B y Deva*. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte] Repositorio institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28312/Gongora%20Castillo%20c%20Bettina%20Mariel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, N. (2022). *Componentes audiovisuales en los videos de youtubers bolivianos en la temática de entretenimiento*. [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia] Repositorio institucional de la Universidad de San

- Andrés. <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/30891/T-1012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández y Mendoza (2018). Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Huanca, L. (2021). *Análisis de la narrativa audiovisual de los reportajes turísticos de Misias pero viajeras*. Lima.2021. [Tesis de grado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional de la Universidad César Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87685/Huanca\\_MLI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87685/Huanca_MLI-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Instituto Peruano de Publicidad (2020). *Lenguaje audiovisual: Elementos características y planos*. <https://www.ipp.edu.pe/blog/lenguaje-audiovisual/>
- Instituto Toulouse Lautrec (2022). *Descubre qué es el lenguaje audiovisual*. <https://www.toulouselautrec.edu.pe/blogs/que-es-lenguaje-audiovisual>
- Limache, K. (2022). *La narrativa audiovisual y la representación de la belleza femenina en la película Dumplin*. [Tesis de grado, Universidad de San Martín de Porres] Repositorio institucional de la Universidad San Martín de Porres. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10943/Limache\\_KVP.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10943/Limache_KVP.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Loayza, E. (2021). *Análisis de la colorimetría en el lenguaje audiovisual de los programas informativos de Ecuavisa*. [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo] Repositorio institucional de la Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9878/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000405.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manterola, et al. (2019). Estudios de Corte Transversal. Un Diseño de Investigación a Considerar en Ciencias Morfológicas. [http://www.intjmorphol.com/wp-content/uploads/2023/02/Art\\_21\\_411\\_2023.pdf](http://www.intjmorphol.com/wp-content/uploads/2023/02/Art_21_411_2023.pdf)
- Marín, J. (2019). La investigación en moda: nuevos formatos de comunicación y consumo. Revista Prisma Social N° 24. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2825/2979>



- Navarrete, J. (2020) *Taller de Producción de Contenidos y Narrativas Audiovisuales* (Ficha de Cátedra). Universidad Nacional de la Plata. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/>
- Novoa, Z. (2022). Multiculturalidad y diversidad en el cine de animación. Creación de imágenes culturales. *Arte y Políticas de Identidad*, 27, 137-154. <https://doi.org/10.6018/reapi.552681>
- Quintana, L. & Hermida, J. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 16(2), 73-80. <https://www.redalyc.org/journal/4835/483568603007/html/>
- Romero, M. (2020). *El arte de contar historias: análisis de la narrativa y el lenguaje audiovisual de The Twilight Zone* [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México] Repositorio institucional de la Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.9.195/ptd2020/diciembre/0806007/Index.html>
- Ruiz, C. y Valenzuela, M (2022). *Metodología de la Investigación*. Universidad Nacional Autónoma de Tayacaja Daniel Hernández Morillo. <https://fondoeditorial.unat.edu.pe/>
- Santa Cruz, F., Obando, E., Reyes, G., & Rodríguez-Balcázar, S. (2022). Investigación cualitativa: una mirada a su validación desde la perspectiva de los métodos de triangulación. *Revista de filosofía*. 39(101), 59–72. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6663103>
- Secretaría de Cultura del Gobierno del Estado de Jalisco (2022). *Patrimonio material e inmaterial*. <https://sc.jalisco.gob.mx/patrimonio-cultural>
- Sheen, M. & Arbaiza, F. (2020). El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidor-marca: Campaña “Tenemos Barrio, Tenemos Mundial” de cerveza Cristal. *Revista De Comunicación*, 19(2), 285–301. <https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A16>
- Sistema Nacional De Evaluación, Acreditación Y Certificación De La Calidad Educativa (2020). *Guía de técnicas e instrumentos de recojo de información para evaluadores externos*. <https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/>

The National Academies of Sciences, Engineering and Medicine (2019). Valores de la ética de investigación en opinión de académicos de posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México. Revista de la educación superior. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-27602019000400049](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602019000400049)

Vargas, A. (2020). *Manifestaciones culturales como estrategia pedagógica durante el proceso de postconflicto en el grado séptimo uno de la Institución Educativa Técnica de Promoción Social del Carmen de Bolívar*. [Trabajo de Grado]. CECAR. <https://repositorio.cecar.edu.co/>

Vargas, V. (2019). *Lenguaje audiovisual de la película La dama tapada en las escenas grabadas en Babahoyo en el año 2017*. [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo] Repositorio institucional de la Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6335/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000111.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de consistencia teórica

MATRIZ DE CONSISTENCIA TEÓRICA						
Título de la investigación	Representación Cultural Peruana en un Spot Publicitario del 2022 a Través del Lenguaje Audiovisual					
Autores	Ricalde Pazos, Miguel Torres Perez, Luis Fernando					
Problemas de investigación	Objetivos de investigación	Unidad Temática	Categorías	Subcategorías	Metodología	Instrumento
Problema general	Objetivo general	Lenguaje Audiovisual	Elementos Morfológicos	Elementos visuales	<b>Enfoque</b>	Guía de observación
¿Cómo se representa la cultura peruana en el lenguaje audiovisual del spot publicitario <i>Entel, la señal que te acompaña?</i>	Analizar la representación cultural del Perú en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña</i>			Elementos sonoros	Planos	
Problemas específicos	Objetivos específicos		Elementos Sintácticos	Ángulos		
¿Cuáles son los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural presentes en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña?</i>	Identificar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña</i>			Movimientos de cámara	Básica	
¿Cómo se pueden describir los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña?</i>	Describir los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña</i>	Representación Cultural	Patrimonio Cultural	Patrimonio material	<b>Nivel</b>	
¿Cuál es la interpretación de los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña?</i>	Interpretar los elementos morfológicos, sintácticos y de representación cultural en el lenguaje audiovisual del spot <i>Entel, la señal que te acompaña</i>			Patrimonio inmaterial	Hermenéutico	

## Anexo 2. Tabla de categorización

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN					
UNIDAD TEMÁTICA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	CÓDIGOS
Lenguaje Audiovisual	Romero (2020) explica que el lenguaje audiovisual se trata de una forma de comunicación compleja que se compone de signos y símbolos que combinan la imagen y el sonido, desarrollando sentido a través de estos vínculos de complementación.	Inicialmente, se recopila información teórica detallada sobre las unidades temáticas para obtener un conocimiento profundo sobre ellas. A continuación, se establece la metodología de estudio para elaborar una guía de observación que servirá como instrumento de recolección de datos. Esta guía deberá ser validada a juicio de expertos antes de aplicarla al objeto de estudio. El objetivo es describir e interpretar las categorías propuestas.	Elementos Morfológicos	Elementos visuales	Abstractos Simbólicos
				Elementos sonoros	Voz Música Efecto de sonido Silencio
			Elementos Sintácticos	Planos	General Americano Medio Primer Detalle
				Ángulos	Normal Picado Contrapicado Nadir Cenital
				Movimientos de cámara	Travelling Till Paneo Zoom
			Representación Cultural	Vargas (2020) expone que la representación cultural se refiere a los significados que existen previamente y son compartidos por un grupo, lo que permite a cada individuo interpretar estímulos externos y su propia identidad en función de actitudes, representaciones, signos y comportamientos que son valorados en ese contexto específico.	
Patrimonio Inmaterial	Símbolos Valores Creencias Saberes Tradiciones				

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

GUÍA DE OBSERVACIÓN								
Nº de escena				Duración de la escena				
Dirección de enlace del spot				Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.				
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.				
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.				
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.				

			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.				
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.				
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.				
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.				
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.				
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.				
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.				
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.				
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.				

			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.				
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.				
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.				
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.				
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.				
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.				
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.				
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.				

			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.				
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.				
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.				
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.				
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.				
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.				
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.				
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio				



				cultural no material como saberes.				
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.				

**ANEXO 4.** Validez del instrumento de recolección de datos

**EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS 01**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022 “

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

**1. Datos generales del juez**

<b>Nombre del juez:</b>	Estefany Yamil Morales Blanco
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (x) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa (x) Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicación Magister en Periodismo y Comunicación Multimedia
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (x)

**2. Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Ficha de Observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”
<b>Autor(es):</b>	Torres Perez, Luis Fernando // Ricalde Pazos, Miguel Enrique
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	7 días
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Interno
<b>Significación:</b>	La guía de observación tiene como finalidad la obtención de información de la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”

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

A continuación, a usted le presento la ficha de observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022” elaborado por Ricalde Pazos, Miguel Enrique y Torres Perez, Luis Fernando en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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



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

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



**Subcategorías del instrumento:**

- Primera subcategoría: **Elementos Morfológicos Visuales**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos visuales en un spot, es crear una experiencia visual impactante y efectiva que transmita el mensaje de manera clara, atractiva y memorable.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Elementos Visuales Abstractos</b>			
1	En relación a los elementos visuales abstractos se utilizan en el arte y el diseño para representar ideas, emociones o conceptos sin hacer referencia directa a objetos o formas reconocibles en el mundo físico. Estos elementos se utilizan para crear composiciones visualmente interesantes y comunicar de manera no literal.	4	4	4
	<b>Elementos Visuales Simbólicos</b>			
2	Los elementos visuales simbólicos se refieren a imágenes, formas o símbolos que se utilizan en el arte, el diseño y la comunicación visual para representar ideas, conceptos o significados abstractos de manera icónica. Estos elementos visuales se eligen y utilizan debido a su asociación cultural o convencional con ciertos significados o representaciones simbólicas.	4	4	4

- Segunda subcategoría: **Elementos Morfológicos Sonoros**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos sonoros en un spot, es crear una experiencia auditiva impactante y memorable que refuerce el mensaje y la imagen de la marca o producto promocionado.



N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Voz</b>			
1	En relación a los elementos sonoros, la voz es una herramienta poderosa para comunicar información, transmitir emociones y guiar la experiencia del espectador.	4	4	4
	<b>Música</b>			
2	En relación a los elementos sonoros, la música se refiere a la utilización de sonidos y composiciones musicales para complementar, realzar o transmitir emociones en una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios.	4	4	4
	<b>Efectos de Sonido</b>			
3	En relación a los elementos sonoros, los efectos de sonido se refieren a los sonidos específicos que se añaden o crean para complementar y enriquecer una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios. Estos efectos de sonido pueden ser tanto sonidos naturales como sonidos creados o manipulados artificialmente.	4	4	4
	<b>Silencio</b>			
4	En relación a los elementos sonoros, el silencio se refiere a la ausencia de sonido o la falta de elementos sonoros en una escena o secuencia. Aunque el lenguaje "audiovisual" se asocia principalmente con el uso del sonido, el silencio también desempeña un papel importante y puede ser utilizado de manera	4	4	4



	intencional y efectiva en la narración audiovisual.			
--	---	--	--	--

- Tercera subcategoría: **Elementos Sintácticos // Planos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de planos en el spot es utilizar diferentes enfoques visuales para transmitir el mensaje de manera efectiva y generar impacto en el público objetivo.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Plano General</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el plano general muestra un amplio panorama de una escena, capturando una vista más amplia del entorno y los personajes. En el plano general, el sujeto principal o la acción se representan en relación con su entorno y contexto más amplio.	4	4	4
	<b>Plano Americano</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente las rodillas o la mitad del muslo hacia arriba. En este encuadre, los personajes suelen estar de pie y se enfatiza su presencia física en la escena.	4	4	4
	<b>Plano Medio</b>			
3	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano medio se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente la cintura o el	4	4	4

	pecho hacia arriba. En este encuadre, se enfatiza la presencia física de los personajes y se permite una visión más detallada de su expresión facial y lenguaje corporal.			
	<b>Primer Plano</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el primer plano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a un objeto, detalle o, más comúnmente, al rostro de un personaje en un plano cercano y enfocado. Es un encuadre íntimo que permite al espectador captar los detalles más sutiles de la expresión facial y los gestos del sujeto.	4	4	4
	<b>Plano Detalle</b>			
<b>5</b>	En relación a los elementos sintácticos, el plano detalle se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que se enfoca en un objeto, detalle o parte específica de un sujeto. El objetivo principal del plano detalle es resaltar y mostrar en detalle un elemento particular, revelando su importancia o relevancia en la narrativa.	4	4	4

- Cuarta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Ángulos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de uso de ángulos en el spot, es utilizar diferentes perspectivas visuales para transmitir el mensaje de manera impactante y creativa.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Ángulo Normal</b>			





1	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo normal se refiere a un ángulo de cámara o punto de vista que se considera neutral o estándar. Es el ángulo más comúnmente utilizado en la mayoría de las tomas y se caracteriza por presentar una perspectiva natural y equilibrada de la escena.	4	4	4
	<b>Ángulo Picado</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo picado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por encima del sujeto o la escena, apuntando hacia abajo. Este ángulo crea una sensación de dominio, vulnerabilidad o inferioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición de superioridad.	4	4	4
	<b>Ángulo Contrapicado</b>			
3	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo contrapicado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por debajo del sujeto o la escena, apuntando hacia arriba. Este ángulo crea una sensación de poder, grandeza o superioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición inferior.	4	4	4
	<b>Ángulo Nadir</b>			
4	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo nadir se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia arriba, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una perspectiva desde abajo, generando una sensación de elevación, asombro o	4	4	4



	desorientación en el espectador.			
	<b>Ángulo Cenital</b>			
5	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo cenital hace referencia a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia abajo, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una perspectiva aérea o de vista superior, generando una sensación de distancia, objetividad o dominio.	4	4	4

- Quinta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Movimientos de Cámara**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de movimientos de cámara en el spot, es agregar dinamismo, realismo y narrativa visual a la producción.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Travelling</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento travelling se refiere a la acción de desplazar físicamente la cámara a lo largo de una escena, siguiendo el movimiento de los sujetos o explorando el entorno. Este movimiento crea una sensación de movimiento y fluidez en la imagen, permitiendo al espectador experimentar una perspectiva en movimiento.	4	4	4

	<b>Till</b>			
<b>2</b>	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento till se refiere al giro vertical de la cámara alrededor de su eje horizontal. En otras palabras, implica mover la cámara hacia arriba o hacia abajo, manteniendo su posición horizontal.	4	4	4
	<b>Paneo</b>			
<b>3</b>	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento paneo se refiere al desplazamiento horizontal de la cámara sobre su eje vertical. En otras palabras, implica mover la cámara de izquierda a derecha o viceversa, manteniendo su posición vertical.	4	4	4
	<b>Zoom</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento zoom se refiere a la acción de ajustar el enfoque óptico de la cámara para acercar o alejar la imagen. A diferencia de otros movimientos de cámara que implican desplazamiento físico, el zoom altera la perspectiva visual mediante el ajuste de la lente de la cámara.	4	4	4

- Sexta subcategoría: **Patrimonio Material**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio material en el spot, es promover destinos turísticos, valorizar la preservación y conservación, fortalecer la identidad cultural, asociar la marca con valores históricos, asimismo, crear una experiencia estética y emocionalmente impactante.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Patrimonio Material Arquitectónico</b>			



1	En relación al patrimonio cultural arquitectónico, se refiere a la representación visual y audiovisual de edificios, estructuras y espacios que son considerados valiosos desde el punto de vista cultural, histórico o artístico. Estos elementos arquitectónicos son considerados parte del legado cultural de una sociedad y su preservación es fundamental para mantener y transmitir la identidad y la memoria colectiva.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Arqueológico</b>			
2	En relación al patrimonio cultural arqueológico, se refiere a la representación visual y audiovisual de los sitios, artefactos y restos arqueológicos que son considerados valiosos desde el punto de vista histórico, cultural y científico. Estos elementos arqueológicos son testimonios de las civilizaciones y culturas pasadas, y su preservación es fundamental para comprender y estudiar la historia de la humanidad.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Artístico o Histórico</b>			
3	En relación al patrimonio cultural artístico o histórico, e refiere a la representación visual y audiovisual de obras de arte, monumentos, objetos históricos y manifestaciones culturales que poseen un valor significativo desde el punto de vista artístico, histórico o cultural. Estos elementos constituyen un legado invaluable que refleja la creatividad, la historia y la identidad de una sociedad o una civilización.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Industrial</b>			



4	En relación al patrimonio cultural industrial, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos relacionados con la actividad industrial que poseen un valor histórico, cultural y social significativo. Estos elementos incluyen fábricas, edificios industriales, maquinaria, herramientas, productos y documentos relacionados con la producción industrial.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Natural</b>			
5	En relación al patrimonio cultural natural, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos y paisajes naturales que poseen un valor significativo desde el punto de vista ambiental, científico, estético o cultural. Estos elementos incluyen ecosistemas, áreas protegidas, paisajes, formaciones geológicas, especies animales y vegetales, así como otros componentes naturales que son considerados patrimonio por su importancia y singularidad.	4	4	4

- Séptima subcategoría: **Patrimonio Inmaterial**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio inmaterial en el spot, es promover la diversidad cultural, fortalecer la identidad y arraigo, crear experiencias emocionales, valorizar productos o servicios, y transmitir mensajes culturales o sociales.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Símbolos</b>			
1	En relación al patrimonio inmaterial, los símbolos, se refiere a la representación visual y audiovisual de expresiones culturales, significados y símbolos intangibles que tienen un valor cultural,	4	4	4



	social o simbólico en una determinada comunidad o sociedad. Estos símbolos pueden incluir tradiciones, rituales, ceremonias, festivales, danzas, música, vestimenta, iconografía y otros elementos que transmiten identidad, creencias y valores compartidos.			
	<b>Valores</b>			
2	En relación al patrimonio inmaterial, los valores, se refiere a la representación visual y audiovisual de creencias, principios éticos, normas sociales y virtudes que son transmitidas de generación en generación y que tienen un significado profundo en una determinada comunidad o sociedad. Estos valores pueden incluir la justicia, la solidaridad, la honestidad, el respeto, la tolerancia, la igualdad, la responsabilidad y otros aspectos fundamentales de la conducta humana y la convivencia.	4	4	4
	<b>Creencias</b>			
3	En relación al patrimonio inmaterial, las creencias, se refiere a la representación visual y audiovisual de sistemas de creencias, prácticas espirituales, mitos, rituales y tradiciones religiosas que son transmitidos y compartidos por una determinada comunidad o grupo cultural. Estas creencias abarcan aspectos relacionados con la espiritualidad, la religión, la cosmología, la moral y la visión del mundo de una comunidad.	4	4	4
	<b>Saberes</b>			
4	En relación al patrimonio inmaterial, los saberes, se refiere a la representación visual y audiovisual de conocimientos, técnicas, prácticas tradicionales, habilidades y sabiduría transmitidos de	4	4	4



	generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estos saberes pueden abarcar una amplia gama de áreas, como la artesanía, la medicina tradicional, la cocina, la agricultura, la música, la danza, la narración oral y otros campos en los que se han desarrollado conocimientos especializados a lo largo del tiempo.			
	<b>Tradiciones</b>			
<b>5</b>	En relación al patrimonio inmaterial, las tradiciones, se refiere a la representación visual y audiovisual de prácticas, rituales, festividades y expresiones culturales transmitidas de generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estas tradiciones pueden incluir celebraciones religiosas, festivos, bailes, músicas, artes escénicas, artesanías y otras manifestaciones que forman parte del acervo cultural y la identidad de una comunidad.	4	4	4

Estefany Yamil Morales Blanco  
DNI: 44978974

**ANEXO 5. Validez del instrumento de recolección de datos**
**EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS 02**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022 “

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

**1. Datos generales del juez**

<b>Nombre del juez:</b>	Enrique Antonio Oliveros Margall
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (x) Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( ) Social ( ) Educativa (x) Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicación Audiovisual
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (x)

**2. Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Ficha de Observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”
<b>Autor(es):</b>	Torres Perez, Luis Fernando // Ricalde Pazos, Miguel Enrique
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	7 días
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Interno
<b>Significación:</b>	La guía de observación tiene como finalidad la obtención de información de la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”



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

A continuación, a usted le presento la ficha de observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022” elaborado por Ricalde Pazos, Miguel Enrique y Torres Perez, Luis Fernando en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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



	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.
--	---------------	---

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

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



**Subcategorías del instrumento:**

- Primera subcategoría: **Elementos Morfológicos Visuales**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos visuales en un spot, es crear una experiencia visual impactante y efectiva que transmita el mensaje de manera clara, atractiva y memorable.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Elementos Visuales Abstractos</b>			
1	En relación a los elementos visuales abstractos se utilizan en el arte y el diseño para representar ideas, emociones o conceptos sin hacer referencia directa a objetos o formas reconocibles en el mundo físico. Estos elementos se utilizan para crear composiciones visualmente interesantes y comunicar de manera no literal.	4	4	4
	<b>Elementos Visuales Simbólicos</b>			
2	Los elementos visuales simbólicos se refieren a imágenes, formas o símbolos que se utilizan en el arte, el diseño y la comunicación visual para representar ideas, conceptos o significados abstractos de manera icónica. Estos elementos visuales se eligen y utilizan debido a su asociación cultural o convencional con ciertos significados o representaciones simbólicas.	4	4	4

- Segunda subcategoría: **Elementos Morfológicos Sonoros**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos sonoros en un spot, es crear una experiencia auditiva impactante y memorable que refuerce el mensaje y la imagen de la marca o producto promocionado.



N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Voz</b>			
1	En relación a los elementos sonoros, la voz es una herramienta poderosa para comunicar información, transmitir emociones y guiar la experiencia del espectador.	4	4	4
	<b>Música</b>			
2	En relación a los elementos sonoros, la música se refiere a la utilización de sonidos y composiciones musicales para complementar, realzar o transmitir emociones en una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios.	4	4	4
	<b>Efectos de Sonido</b>			
3	En relación a los elementos sonoros, los efectos de sonido se refieren a los sonidos específicos que se añaden o crean para complementar y enriquecer una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios. Estos efectos de sonido pueden ser tanto sonidos naturales como sonidos creados o manipulados artificialmente.	4	4	4
	<b>Silencio</b>			
4	En relación a los elementos sonoros, el silencio se refiere a la ausencia de sonido o la falta de elementos sonoros en una escena o secuencia. Aunque el lenguaje "audiovisual" se asocia principalmente con el uso del sonido, el silencio también desempeña un papel importante y puede ser utilizado de manera intencional y efectiva en la narración audiovisual.	4	4	4



- Tercera subcategoría: **Elementos Sintácticos // Planos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de planos en el spot es utilizar diferentes enfoques visuales para transmitir el mensaje de manera efectiva y generar impacto en el público objetivo.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Plano General</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el plano general muestra un amplio panorama de una escena, capturando una vista más amplia del entorno y los personajes. En el plano general, el sujeto principal o la acción se representan en relación con su entorno y contexto más amplio.	4	4	4
	<b>Plano Americano</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente las rodillas o la mitad del muslo hacia arriba. En este encuadre, los personajes suelen estar de pie y se enfatiza su presencia física en la escena.	4	4	4
	<b>Plano Medio</b>			
3	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano medio se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente la cintura o el pecho hacia arriba. En este encuadre, se enfatiza la presencia física de los personajes y se permite una visión más detallada de su expresión facial y lenguaje corporal.	4	4	4



	<b>Primer Plano</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el primer plano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a un objeto, detalle o, más comúnmente, al rostro de un personaje en un plano cercano y enfocado. Es un encuadre íntimo que permite al espectador captar los detalles más sutiles de la expresión facial y los gestos del sujeto.	4	4	4
	<b>Plano Detalle</b>			
<b>5</b>	En relación a los elementos sintácticos, el plano detalle se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que se enfoca en un objeto, detalle o parte específica de un sujeto. El objetivo principal del plano detalle es resaltar y mostrar en detalle un elemento particular, revelando su importancia o relevancia en la narrativa.	4	4	4

- Cuarta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Ángulos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de uso de ángulos en el spot, es utilizar diferentes perspectivas visuales para transmitir el mensaje de manera impactante y creativa.

<b>N.º</b>	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Ángulo Normal</b>			
<b>1</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo normal se refiere a un ángulo de cámara o punto de vista que se considera neutral o estándar. Es el ángulo más comúnmente utilizado en la mayoría de las tomas y se caracteriza por presentar una perspectiva natural y equilibrada de la escena.	4	4	4



	<b>Ángulo Picado</b>			
<b>2</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo picado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por encima del sujeto o la escena, apuntando hacia abajo. Este ángulo crea una sensación de dominio, vulnerabilidad o inferioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición de superioridad.	4	4	4
	<b>Ángulo Contrapicado</b>			
<b>3</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo contrapicado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por debajo del sujeto o la escena, apuntando hacia arriba. Este ángulo crea una sensación de poder, grandeza o superioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición inferior.	4	4	4
	<b>Ángulo Nadir</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo nadir se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia arriba, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una perspectiva desde abajo, generando una sensación de elevación, asombro o desorientación en el espectador.	4	4	4
	<b>Ángulo Cenital</b>			
<b>5</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo cenital hace referencia a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia abajo, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una	4	4	4



	perspectiva aérea o de vista superior, generando una sensación de distancia, objetividad o dominio.			
--	---	--	--	--

- Quinta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Movimientos de Cámara**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de movimientos de cámara en el spot, es agregar dinamismo, realismo y narrativa visual a la producción.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Travelling</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento travelling se refiere a la acción de desplazar físicamente la cámara a lo largo de una escena, siguiendo el movimiento de los sujetos o explorando el entorno. Este movimiento crea una sensación de movimiento y fluidez en la imagen, permitiendo al espectador experimentar una perspectiva en movimiento.	4	4	4
	<b>Till</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento till se refiere al giro vertical de la cámara alrededor de su eje horizontal. En otras palabras, implica mover la cámara hacia arriba o hacia abajo, manteniendo su posición horizontal.	4	4	4
	<b>Paneo</b>			





3	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento paneo se refiere al desplazamiento horizontal de la cámara sobre su eje vertical. En otras palabras, implica mover la cámara de izquierda a derecha o viceversa, manteniendo su posición vertical.	4	4	4
<b>Zoom</b>				
4	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento zoom se refiere a la acción de ajustar el enfoque óptico de la cámara para acercar o alejar la imagen. A diferencia de otros movimientos de cámara que implican desplazamiento físico, el zoom altera la perspectiva visual mediante el ajuste de la lente de la cámara.	4	4	4

- Sexta subcategoría: **Patrimonio Material**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio material en el spot, es promover destinos turísticos, valorizar la preservación y conservación, fortalecer la identidad cultural, asociar la marca con valores históricos, asimismo, crear una experiencia estética y emocionalmente impactante.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
<b>Patrimonio Material Arquitectónico</b>				
1	En relación al patrimonio cultural arquitectónico, se refiere a la representación visual y audiovisual de edificios, estructuras y espacios que son considerados valiosos desde el punto de vista cultural, histórico o artístico. Estos elementos arquitectónicos son considerados parte del legado cultural de una sociedad y su preservación es fundamental para mantener y transmitir la identidad y la memoria colectiva.	4	4	4
<b>Patrimonio Material Arqueológico</b>				



2	En relación al patrimonio cultural arqueológico, se refiere a la representación visual y audiovisual de los sitios, artefactos y restos arqueológicos que son considerados valiosos desde el punto de vista histórico, cultural y científico. Estos elementos arqueológicos son testimonios de las civilizaciones y culturas pasadas, y su preservación es fundamental para comprender y estudiar la historia de la humanidad.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Artístico o Histórico</b>			
3	En relación al patrimonio cultural artístico o histórico, e refiere a la representación visual y audiovisual de obras de arte, monumentos, objetos históricos y manifestaciones culturales que poseen un valor significativo desde el punto de vista artístico, histórico o cultural. Estos elementos constituyen un legado invaluable que refleja la creatividad, la historia y la identidad de una sociedad o una civilización.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Industrial</b>			
4	En relación al patrimonio cultural industrial, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos relacionados con la actividad industrial que poseen un valor histórico, cultural y social significativo. Estos elementos incluyen fábricas, edificios industriales, maquinaria, herramientas, productos y documentos relacionados con la producción industrial.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Natural</b>			
5	En relación al patrimonio cultural natural, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos y paisajes naturales que poseen un valor significativo desde el punto de	4	4	4



	vista ambiental, científico, estético o cultural. Estos elementos incluyen ecosistemas, áreas protegidas, paisajes, formaciones geológicas, especies animales y vegetales, así como otros componentes naturales que son considerados patrimonio por su importancia y singularidad.			
--	--	--	--	--

- Séptima subcategoría: **Patrimonio Inmaterial**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio inmaterial en el spot, es promover la diversidad cultural, fortalecer la identidad y arraigo, crear experiencias emocionales, valorizar productos o servicios, y transmitir mensajes culturales o sociales.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Símbolos</b>			
1	En relación al patrimonio inmaterial, los símbolos, se refiere a la representación visual y audiovisual de expresiones culturales, significados y símbolos intangibles que tienen un valor cultural, social o simbólico en una determinada comunidad o sociedad. Estos símbolos pueden incluir tradiciones, rituales, ceremonias, festivos, danzas, música, vestimenta, iconografía y otros elementos que transmiten identidad, creencias y valores compartidos.	4	4	4
	<b>Valores</b>			
2	En relación al patrimonio inmaterial, los valores, se refiere a la representación visual y audiovisual de creencias, principios éticos, normas sociales y virtudes que son transmitidas de generación en generación y que tienen un significado profundo en una determinada comunidad o sociedad. Estos valores pueden incluir la justicia, la solidaridad, la honestidad, el respeto, la	4	4	4



	tolerancia, la igualdad, la responsabilidad y otros aspectos fundamentales de la conducta humana y la convivencia.			
	<b>Creencias</b>			
<b>3</b>	En relación al patrimonio inmaterial, las creencias, se refiere a la representación visual y audiovisual de sistemas de creencias, prácticas espirituales, mitos, rituales y tradiciones religiosas que son transmitidos y compartidos por una determinada comunidad o grupo cultural. Estas creencias abarcan aspectos relacionados con la espiritualidad, la religión, la cosmología, la moral y la visión del mundo de una comunidad.	4	4	4
	<b>Saberes</b>			
<b>4</b>	En relación al patrimonio inmaterial, los saberes, se refiere a la representación visual y audiovisual de conocimientos, técnicas, prácticas tradicionales, habilidades y sabiduría transmitidos de generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estos saberes pueden abarcar una amplia gama de áreas, como la artesanía, la medicina tradicional, la cocina, la agricultura, la música, la danza, la narración oral y otros campos en los que se han desarrollado conocimientos especializados a lo largo del tiempo.	4	4	4
	<b>Tradiciones</b>			
<b>5</b>	En relación al patrimonio inmaterial, las tradiciones, se refiere a la representación visual y audiovisual de prácticas, rituales, festividades y expresiones culturales transmitidas de generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estas tradiciones pueden incluir celebraciones religiosas, festivas,	4	4	4



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

	bailes, músicas, artes escénicas, artesanías y otras manifestaciones que forman parte del acervo cultural y la identidad de una comunidad.			
--	--	--	--	--

-----  
Enrique Antonio Oliveros Margall  
**DNI:** 10314215

**ANEXO 6. Validez del instrumento de recolección de datos**
**EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS 03**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento

“Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022 “

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

**1. Datos generales del juez**

<b>Nombre del juez:</b>	César André Orihuela Mongrut
<b>Grado profesional:</b>	Maestría (x)    Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )    Social ( ) Educativa (x)    Organizacional ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Comunicación Audiovisual
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) Más de 5 años (x)

**2. Propósito de la evaluación:**

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

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

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Ficha de Observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”
<b>Autor(es):</b>	Torres Perez, Luis Fernando // Ricalde Pazos, Miguel Enrique
<b>Procedencia:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	7 días
<b>Ámbito de aplicación:</b>	Interno
<b>Significación:</b>	La guía de observación tiene como finalidad la obtención de información de la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022”

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

A continuación, a usted le presento la ficha de observación sobre la “Representación Cultural del Perú a través del Lenguaje Audiovisual del Spot “Entel, la señal que te acompaña” 2022” elaborado por Ricalde Pazos, Miguel Enrique y Torres Perez, Luis Fernando en el año 2023.

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

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



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

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





**Subcategorías del instrumento:**

- Primera subcategoría: **Elementos Morfológicos Visuales**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos visuales en un spot, es crear una experiencia visual impactante y efectiva que transmita el mensaje de manera clara, atractiva y memorable.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Elementos Visuales Abstractos</b>			
1	En relación a los elementos visuales abstractos se utilizan en el arte y el diseño para representar ideas, emociones o conceptos sin hacer referencia directa a objetos o formas reconocibles en el mundo físico. Estos elementos se utilizan para crear composiciones visualmente interesantes y comunicar de manera no literal.	4	4	4
	<b>Elementos Visuales Simbólicos</b>			
2	Los elementos visuales simbólicos se refieren a imágenes, formas o símbolos que se utilizan en el arte, el diseño y la comunicación visual para representar ideas, conceptos o significados abstractos de manera icónica. Estos elementos visuales se eligen y utilizan debido a su asociación cultural o convencional con ciertos significados o representaciones simbólicas.	4	4	4

- Segunda subcategoría: **Elementos Morfológicos Sonoros**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de los elementos morfológicos sonoros en un spot, es crear una experiencia auditiva impactante y memorable que refuerce el mensaje y la imagen de la marca o producto promocionado.



N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Voz</b>			
1	En relación a los elementos sonoros, la voz es una herramienta poderosa para comunicar información, transmitir emociones y guiar la experiencia del espectador.	4	4	4
	<b>Música</b>			
2	En relación a los elementos sonoros, la música se refiere a la utilización de sonidos y composiciones musicales para complementar, realzar o transmitir emociones en una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios.	4	4	4
	<b>Efectos de Sonido</b>			
3	En relación a los elementos sonoros, los efectos de sonido se refieren a los sonidos específicos que se añaden o crean para complementar y enriquecer una producción audiovisual, como películas, programas de televisión, videos o anuncios. Estos efectos de sonido pueden ser tanto sonidos naturales como sonidos creados o manipulados artificialmente.	4	4	4
	<b>Silencio</b>			
4	En relación a los elementos sonoros, el silencio se refiere a la ausencia de sonido o la falta de elementos sonoros en una escena o secuencia. Aunque el lenguaje "audiovisual" se asocia principalmente con el uso del sonido, el silencio también desempeña un papel importante y puede ser utilizado de manera intencional y efectiva en la narración audiovisual.	4	4	4



- Tercera subcategoría: **Elementos Sintácticos // Planos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de planos en el spot es utilizar diferentes enfoques visuales para transmitir el mensaje de manera efectiva y generar impacto en el público objetivo.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Plano General</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el plano general muestra un amplio panorama de una escena, capturando una vista más amplia del entorno y los personajes. En el plano general, el sujeto principal o la acción se representan en relación con su entorno y contexto más amplio.	4	4	4
	<b>Plano Americano</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente las rodillas o la mitad del muslo hacia arriba. En este encuadre, los personajes suelen estar de pie y se enfatiza su presencia física en la escena.	4	4	4
	<b>Plano Medio</b>			
3	En relación a los elementos sintácticos, el plano americano medio se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a los personajes desde aproximadamente la cintura o el pecho hacia arriba. En este encuadre, se enfatiza la presencia física de los personajes y se permite una visión más detallada de su expresión facial y lenguaje corporal.	4	4	4



	<b>Primer Plano</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el primer plano se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que muestra a un objeto, detalle o, más comúnmente, al rostro de un personaje en un plano cercano y enfocado. Es un encuadre íntimo que permite al espectador captar los detalles más sutiles de la expresión facial y los gestos del sujeto.	4	4	4
	<b>Plano Detalle</b>			
<b>5</b>	En relación a los elementos sintácticos, el plano detalle se refiere a un tipo de encuadre o composición visual que se enfoca en un objeto, detalle o parte específica de un sujeto. El objetivo principal del plano detalle es resaltar y mostrar en detalle un elemento particular, revelando su importancia o relevancia en la narrativa.	4	4	4

- Cuarta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Ángulos**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo de uso de ángulos en el spot, es utilizar diferentes perspectivas visuales para transmitir el mensaje de manera impactante y creativa.

<b>N.º</b>	<b>CÓDIGOS/ ítems</b>	<b>CLARIDAD</b>	<b>COHERENCIA</b>	<b>RELEVANCIA</b>
	<b>Ángulo Normal</b>			
<b>1</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo normal se refiere a un ángulo de cámara o punto de vista que se considera neutral o estándar. Es el ángulo más comúnmente utilizado en la mayoría de las tomas y se caracteriza por presentar una perspectiva natural y equilibrada de la escena.	4	4	4



	<b>Ángulo Picado</b>			
<b>2</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo picado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por encima del sujeto o la escena, apuntando hacia abajo. Este ángulo crea una sensación de dominio, vulnerabilidad o inferioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición de superioridad.	4	4	4
	<b>Ángulo Contrapicado</b>			
<b>3</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo contrapicado se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona por debajo del sujeto o la escena, apuntando hacia arriba. Este ángulo crea una sensación de poder, grandeza o superioridad del sujeto, ya que la cámara parece mirar desde una posición inferior.	4	4	4
	<b>Ángulo Nadir</b>			
<b>4</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo nadir se refiere a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia arriba, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una perspectiva desde abajo, generando una sensación de elevación, asombro o desorientación en el espectador.	4	4	4
	<b>Ángulo Cenital</b>			
<b>5</b>	En relación a los elementos sintácticos, el ángulo cenital hace referencia a una técnica de encuadre en la que la cámara se posiciona directamente hacia abajo, apuntando hacia el sujeto o la escena desde un ángulo casi vertical. Este ángulo crea una	4	4	4



	perspectiva aérea o de vista superior, generando una sensación de distancia, objetividad o dominio.			
--	---	--	--	--

- Quinta subcategoría: **Elementos Sintácticos // Movimientos de Cámara**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso de movimientos de cámara en el spot, es agregar dinamismo, realismo y narrativa visual a la producción.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Travelling</b>			
1	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento travelling se refiere a la acción de desplazar físicamente la cámara a lo largo de una escena, siguiendo el movimiento de los sujetos o explorando el entorno. Este movimiento crea una sensación de movimiento y fluidez en la imagen, permitiendo al espectador experimentar una perspectiva en movimiento.	4	4	4
	<b>Till</b>			
2	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento till se refiere al giro vertical de la cámara alrededor de su eje horizontal. En otras palabras, implica mover la cámara hacia arriba o hacia abajo, manteniendo su posición horizontal.	4	4	4
	<b>Paneo</b>			



3	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento paneo se refiere al desplazamiento horizontal de la cámara sobre su eje vertical. En otras palabras, implica mover la cámara de izquierda a derecha o viceversa, manteniendo su posición vertical.	4	4	4
<b>Zoom</b>				
4	En relación a los elementos sintácticos, el movimiento zoom se refiere a la acción de ajustar el enfoque óptico de la cámara para acercar o alejar la imagen. A diferencia de otros movimientos de cámara que implican desplazamiento físico, el zoom altera la perspectiva visual mediante el ajuste de la lente de la cámara.	4	4	4

- Sexta subcategoría: **Patrimonio Material**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio material en el spot, es promover destinos turísticos, valorizar la preservación y conservación, fortalecer la identidad cultural, asociar la marca con valores históricos, asimismo, crear una experiencia estética y emocionalmente impactante.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
<b>Patrimonio Material Arquitectónico</b>				
1	En relación al patrimonio cultural arquitectónico, se refiere a la representación visual y audiovisual de edificios, estructuras y espacios que son considerados valiosos desde el punto de vista cultural, histórico o artístico. Estos elementos arquitectónicos son considerados parte del legado cultural de una sociedad y su preservación es fundamental para mantener y transmitir la identidad y la memoria colectiva.	4	4	4
<b>Patrimonio Material Arqueológico</b>				



2	En relación al patrimonio cultural arqueológico, se refiere a la representación visual y audiovisual de los sitios, artefactos y restos arqueológicos que son considerados valiosos desde el punto de vista histórico, cultural y científico. Estos elementos arqueológicos son testimonios de las civilizaciones y culturas pasadas, y su preservación es fundamental para comprender y estudiar la historia de la humanidad.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Artístico o Histórico</b>			
3	En relación al patrimonio cultural artístico o histórico, e refiere a la representación visual y audiovisual de obras de arte, monumentos, objetos históricos y manifestaciones culturales que poseen un valor significativo desde el punto de vista artístico, histórico o cultural. Estos elementos constituyen un legado invaluable que refleja la creatividad, la historia y la identidad de una sociedad o una civilización.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Industrial</b>			
4	En relación al patrimonio cultural industrial, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos relacionados con la actividad industrial que poseen un valor histórico, cultural y social significativo. Estos elementos incluyen fábricas, edificios industriales, maquinaria, herramientas, productos y documentos relacionados con la producción industrial.	4	4	4
	<b>Patrimonio Material Natural</b>			
5	En relación al patrimonio cultural natural, se refiere a la representación visual y audiovisual de los elementos y paisajes naturales que poseen un valor significativo desde el punto de	4	4	4





	vista ambiental, científico, estético o cultural. Estos elementos incluyen ecosistemas, áreas protegidas, paisajes, formaciones geológicas, especies animales y vegetales, así como otros componentes naturales que son considerados patrimonio por su importancia y singularidad.			
--	--	--	--	--

- Séptima subcategoría: **Patrimonio Inmaterial**
- Objetivo de la subcategoría: El objetivo del uso del patrimonio inmaterial en el spot, es promover la diversidad cultural, fortalecer la identidad y arraigo, crear experiencias emocionales, valorizar productos o servicios, y transmitir mensajes culturales o sociales.

N.º	CÓDIGOS/ ítems	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA
	<b>Símbolos</b>			
1	En relación al patrimonio inmaterial, los símbolos, se refiere a la representación visual y audiovisual de expresiones culturales, significados y símbolos intangibles que tienen un valor cultural, social o simbólico en una determinada comunidad o sociedad. Estos símbolos pueden incluir tradiciones, rituales, ceremonias, festivos, danzas, música, vestimenta, iconografía y otros elementos que transmiten identidad, creencias y valores compartidos.	4	4	4
	<b>Valores</b>			
2	En relación al patrimonio inmaterial, los valores, se refiere a la representación visual y audiovisual de creencias, principios éticos, normas sociales y virtudes que son transmitidas de generación en generación y que tienen un significado profundo en una determinada comunidad o sociedad. Estos valores pueden incluir la justicia, la solidaridad, la honestidad, el respeto, la	4	4	4



	tolerancia, la igualdad, la responsabilidad y otros aspectos fundamentales de la conducta humana y la convivencia.			
	<b>Creencias</b>			
<b>3</b>	En relación al patrimonio inmaterial, las creencias, se refiere a la representación visual y audiovisual de sistemas de creencias, prácticas espirituales, mitos, rituales y tradiciones religiosas que son transmitidos y compartidos por una determinada comunidad o grupo cultural. Estas creencias abarcan aspectos relacionados con la espiritualidad, la religión, la cosmología, la moral y la visión del mundo de una comunidad.	4	4	4
	<b>Saberes</b>			
<b>4</b>	En relación al patrimonio inmaterial, los saberes, se refiere a la representación visual y audiovisual de conocimientos, técnicas, prácticas tradicionales, habilidades y sabiduría transmitidos de generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estos saberes pueden abarcar una amplia gama de áreas, como la artesanía, la medicina tradicional, la cocina, la agricultura, la música, la danza, la narración oral y otros campos en los que se han desarrollado conocimientos especializados a lo largo del tiempo.	4	4	4
	<b>Tradiciones</b>			
<b>5</b>	En relación al patrimonio inmaterial, las tradiciones, se refiere a la representación visual y audiovisual de prácticas, rituales, festividades y expresiones culturales transmitidas de generación en generación en una determinada comunidad o sociedad. Estas tradiciones pueden incluir celebraciones religiosas, festivas,	4	4	4




UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

	bailes, músicas, artes escénicas, artesanías y otras manifestaciones que forman parte del acervo cultural y la identidad de una comunidad.			
--	--	--	--	--

César André Orihuela Mongrut  
**DNI:** 42110670

**ANEXO 7. Guías de observación por escena**

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 01								
<b>Nº de escena</b>	01/15			<b>Duración de la escena</b>	00:00:00 – 00:01:19			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena da apertura al spot presentando en una composición de toma amplia y suave movimiento de cámara, una playa peruana durante un horario propio del atardecer. Estos fotogramas también exponen	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla, se da énfasis al escenario, embarcaciones y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la



							embarcaciones propias de la pesa tradicional practicada en la zona. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma.	toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero movimiento de cámara contribuye a la estética del clip. . Así como el uso del movimiento y velocidad de la cámara para transmitir la sensación de aventura o estados de ánimo orientados a la relajación o positivismo.
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la playa de Salaverry, en La Libertad. Además, de la presencia de elementos de la cultura local en



								relación a una de sus principales actividades económicas, refleja un entorno auténtico
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.		X	-	-
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena es complementada con sonido ambiental característico de una playa, con el sonido de las olas golpeando la orilla y la característica fauna del litoral.	Se infiere que la inserción de tales efectos de audio en post producción, busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica. Tales sonidos pueden evocar un sentimiento de cotidianidad en aquellos espectadores que viven experiencias similares.
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-



	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano general para presentar el puerto y las embarcaciones cercanas en la playa	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú, mostrando un panorama amplio del escenario y los elementos característicos.
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.		X	-	-
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.	X		La escena del spot hace uso del ángulo	Se deduce que utilizar esta perspectiva,



							picado para presentar el puerto y las embarcaciones desde un ángulo superior	desde un punto elevado, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de tal zona costera, otorgando protagonismo al escenario. Tal perspectiva transmite la importancia económica del puerto y la conexión de tal región con el comercio marítimo
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara travelling en dirección de la orilla hacia el	Se deduce que el uso del travelling hacia adelante, pretende generar una sensación de





							mar de La Libertad	inmersión en el espectador hacia las bondades del litoral peruano. El movimiento de cámara en la toma destaca la importancia, la amplitud y la conexión del puerto con la actividad económica y comercial del país, mejorando la narrativa visual
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-



			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a las embarcaciones características de la zona	Se infiere que la presentación de este método de transporte marítimo, representa un aspecto de habitualidad, vida local y autenticidad en relación a la cultural local de los peruanos que se han dedicado por muchos años a la pesca tradicional en el puerto marítimo de Salaverry. Estos aspectos culturales insertos en el spot destacan la autenticidad, la relevancia económica y la conexión con las tradiciones



								pesqueras locales
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural, presentando la playa Salaverry en Trujillo - La Libertad	Se infiere que existe autenticidad cultural, pues se refleja tal cual un escenario natural propio del Perú. La exposición de este patrimonio en el spot comunica la belleza, diversidad y singularidad de la naturaleza del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de los elementos relacionados a la pesca tradicional	Se infiere que existe representación de valores en relación al respeto por la naturaleza de parte de los locales. La pesca tradicional en Salaverry es una actividad sostenible. La




								exposición de estos aspectos transmite un mensaje positivo sobre la armonía entre las comunidades locales y su entorno natural
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo saberes en relación a la pesca tradicional	Se infiere que la presentación de pescadores artesanales de la zona, pretende expresar cotidianidad, autenticidad y valoración sobre saberes específicos transmitidos y aplicados en la práctica diaria de la pesca tradicional, así como la preservación de las tradiciones culturales relacionadas con la pesca



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-
--	--	--	-------------	---	--	---	---	---

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 02								
<b>Nº de escena</b>	02/15			<b>Duración de la escena</b>	00:01:19 – 00:07:10			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena inicia mostrando a un personaje reproduciendo una canción desde su teléfono móvil, en la misma playa de la escena anterior, con un ritmo de edición relajante, y la presencia de otros personajes relacionados a la misma actividad	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla. El seguimiento al personaje principal y la apertura de la toma, otorga protagonismo tanto a los pescadores como al puerto marítimo de Salaverry. Se da énfasis al



							<p>económica de la zona en un ambiente de confraternidad. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario</p>	<p>escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje</p>
			Simbólicos	<p>La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.</p>	X		<p>La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local</p>	<p>Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: el puerto marítimo de Salaverry, en La Libertad. Además, de la presencia de elementos de la cultura local en</p>



								relación a una de sus principales actividades económicas, refleja un entorno auténtico. La reunión de pescadores artesanales se sustenta en la cotidianeidad
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		En esta escena inicia una pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", tal pieza musical se puede identificar como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional,





								<p>pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango</p>
			<p>Efectos de sonido</p>	<p>La escena del spot presenta algún efecto de sonido.</p>	<p>X</p>		<p>La escena del spot presenta efectos de audio en relación a sonidos costeros y aplausos de parte del resto de personajes sobre aquel que baila al compás de la música de la escena</p>	<p>Se infiere que la inserción de tales efectos de audio en post producción, busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica. Tales sonidos pueden evocar un sentimiento de cotidianeidad y los aplausos reflejan la confraternidad entre los pescadores que alientan a su compañero durante el baile que ejecuta, lo que demuestra su sentimiento de identificación y orgullo por la música peruana</p>



	Elementos sintácticos	Planos	Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
			General	La escena del spot presenta el plano general.		X	-	-
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.	X		La escena del spot hace uso del plano medio para presentar al personaje principal y al resto de sus compañeros en la segunda parte de la escena, además de ampliar el rango de visión del lugar donde se ubican	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú, mostrando un panorama amplio del puerto, los elementos característicos y a los pescadores artesanales en conjunto
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.	X		La escena del spot hace uso en primera instancia del	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer



							plano detalle para presentar el teléfono móvil al reproducir la canción de la escena	énfasis en los datos de la pista musical, para que el espectador tenga más clara la referencia de la canción original que se ha modificado para el spot. Este plano cerrado del teléfono mostrando el nombre de la canción tiene el propósito de crear una conexión personal, destacar la identidad musical del país y transmitir un mensaje de autenticidad cultural
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente el teléfono y a los personajes de la escena	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a



								una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-



			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X	La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a poder presentar al resto pescadores, otorgando el mismo nivel de importancia que al teléfono y permitiendo mostrar un mayor panorama del puerto de Salaverry. Este movimiento enfatiza además el desplazamiento del personaje principal al disfrutar de la música y bailar al ritmo de la misma. Este movimiento permite apreciar cómo la escena destaca la alegría, la vitalidad y la identidad cultural del lugar, sumergiendo a los espectadores en la riqueza de las
--	--	--	-------	--	---	--	--



								expresiones culturales locales
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a las embarcaciones y maquinarias características de la zona portuaria	Se infiere que la presentación de estos elementos característicos del puerto representa un aspecto de habitualidad, vida local y autenticidad en relación a la cultural local de los peruanos que se han dedicado por



								muchos años a la pesca tradicional en el puerto marítimo de Salaverry. Estos aspectos culturales insertos en el spot destacan la autenticidad, la relevancia económica y la conexión con las tradiciones pesqueras locales
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural, presentando la playa Salaverry en Trujillo - La Libertad	Se infiere que existe autenticidad cultural, pues se refleja tal cual un escenario natural propio del Perú. La exposición de este patrimonio en el spot comunica la belleza, diversidad y singularidad de la naturaleza del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-




			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de los elementos relacionados a la pesca tradicional	Se infiere que existe representación de valores en relación al respeto por la naturaleza de parte de los locales. La pesca tradicional en Salaverry es una actividad sostenible. La exposición de estos aspectos transmite un mensaje positivo sobre la armonía entre las comunidades locales y su entorno natural
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo saberes en relación a la pesca tradicional	Se infiere que la presentación de pescadores artesanales de la zona, pretende expresar cotidianidad, autenticidad y valoración sobre





								saberes específicos transmitidos y aplicados en la práctica diaria de la pesca tradicional, así como la preservación de las tradiciones culturales relacionadas con la pesca
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 03								
Nº de escena	03/15			Duración de la escena	00:07:10 – 00:09:02			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra a un personaje femenino con vestimenta tradicional local desplazándose por un escenario natural con algunos pasos de danza por la música del spot. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario natural que acompaña al personaje, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero movimiento de cámara



							confirma la ubicación del escenario	contribuye a la estética del clip. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la localidad de Chivay, en Arequipa. Además de la inclusión del personaje portando un traje distintivo de la zona
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-



			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-



			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.		X	-	-
Americano			La escena del spot presenta el plano americano.	X	La escena del spot hace uso del plano americano para presentar al personaje principal y ampliar el rango de visión del lugar donde se ubica	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú, así como dar protagonismo también al traje que luce el personaje principal de la escena. Este encuadre permite observar elementos que denotan la representación de la identidad cultural, el respeto por la diversidad y el estímulo a la identificación por parte del espectador		



			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.		X	-	-
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	X		La escena del spot hace uso del ángulo contrapicado al enfocar desde un punto inferior al personaje desplazándose hacia la parte alta del terreno de la escena	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto bajo, permite al espectador observar con mayor atención todos los elementos de la composición, en especial, porque tal ángulo permite apreciar mejor la belleza del paisaje que comprende un camino por el cual sube el



								personaje y va haciendo gala de su traje. Esta perspectiva añade un contraste visual más impactante y estético
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a poder presentar un mayor porcentaje del paisaje, otorgando de importancia al escenario. Este



								movimiento enfatiza además el desplazamiento del personaje principal al ritmo de la música. Este movimiento enriquece la narrativa visual, proporciona una experiencia inmersiva y transmite simbolismos de ascenso, conexión con la naturaleza y exploración
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material	Un traje tradicional es un elemento físico que tiene un





							artístico e histórico, mostrando un traje típico de las zonas aledañas al Colca	valor cultural, histórico y artístico significativo. Por lo tanto, se deduce que su incorporación en la escena representa la identidad, autenticidad y la herencia cultural de la región arequipeña
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando a la localidad de Chivay en Arequipa	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial, a través de la presentación de	La presentación de símbolos culturales específicos como el patrón textil tradicional en la




							símbolos culturales específicos	vestimenta, está orientado a destacar la diversidad y riqueza cultural dentro de la identidad de las comunidades del interior del país. La inclusión de estos elementos refleja la intención de promover la diversidad cultural, el orgullo por la identidad nacional y representar una experiencia cultural auténtica. La estética del traje vuelve más llamativa la toma y capta la atención del espectador
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de la presentación de un personaje luciendo un	Se infiere que el lucir un traje típico simboliza la conexión con las raíces culturales y la autenticidad de una comunidad. El respeto y valoración



							traje típico de su región	refuerza la identidad cultural de una región o de todo el país.
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial de tipo tradiciones, pues presenta textilería tradicional	Se infiere que la inserción de este elemento tiene la intención de transmitir la importancia de preservar y celebrar las tradiciones culturales, mostrando que la población local valora su herencia



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 04								
Nº de escena	04/15			Duración de la escena	00:09:02 – 00:11:23			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra un panorama amplio de la localidad de Chivay en Arequipa. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario natural que acompaña al personaje, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición



								visual amplia y el ligero movimiento de cámara contribuye a la estética del clip. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural y arquitectónica del país, en este caso en específico: la localidad de Chivay, en Arequipa



			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena,



								la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano general para presentar en un amplio rango de visión el escenario	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú. Esta toma amplia es una estrategia para contextualizar, celebrar la geografía, destacar la vida rural, enfatizar la identidad cultural y transmitir aprecio por la arquitectura local



		Ángulos	Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.		X	-	-
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.	X		La escena del spot hace uso del ángulo picado para presentar a la localidad de Chivay	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto elevado, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de tal zona, otorga protagonismo al escenario. Esta





								perspectiva resalta la integración con la naturaleza y la riqueza geográfica
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara travelling al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a poder mostrar un mayor panorama y otorgar relevancia a la localidad de Chivay.



			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material arquitectónico, presentando la zona urbana de Chivay en Arequipa	Se infiere que la inclusión de este escenario con algunos elementos de arquitectura colonial tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional, autenticidad y legado. La presentación de estos elementos refleja el contraste histórico arquitectónico y



								el atractivo cultural
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando a la localidad de Chivay en Arequipa	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
			Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio		X	-	-




				cultural no material como símbolos.				
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de la presentación de la localidad de Chivay	Se infiere que la presentación de tales fotogramas refleja el respeto por el entorno natural de los habitantes de Chivay y la construcción sostenible de su localidad en medio de un paisaje destacado del Perú
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial de tipo saberes, a través de la presentación de técnicas de	Se deduce que la inserción de estos elementos destaca el conocimiento local y tradicional transmitidas de generación en generación, reflejando una



							agricultura sostenible	conexión profunda entre la población local y la tierra. Esto refuerza el mensaje de autenticidad y experiencias genuinas
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 05

Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Nº de escena	05/15		Duración de la escena		00:11:23 – 00:16:18			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra a un grupo de personajes con vestimenta tradicional local y común ejecutando algunos pasos de danza al ritmo de la música del spot en una zona de la plaza de Armas de Písaq,	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero



							denominada mercado de Písaq, así como los productos artesanales. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	movimiento de cámara contribuye a la estética del clip. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de aspectos de la cultura local	Se infiere que la presencia de elementos de la cultura local como trajes tradicionales, pasos de danza y artesanías añaden un componente estético y contribuyen a la narrativa del anuncio, transmitiendo mensajes sobre autenticidad, identidad cultural y la



								riqueza de tal experiencia de hospitalidad
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos





								propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot es complementada con efectos de sonido de silbidos y gritos de alegoría durante la danza	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido buscan amplificar la experiencia y transmitir emociones positivas asociadas con la celebración cultural, reforzar el mensaje de hospitalidad y la inmersión en una experiencia auténtica
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.		X	-	-



			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.	X		La escena del spot inicia con un plano americano para presentar a los personajes danzando y el lugar representativo de tal localidad	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona, así como dar protagonismo también a los trajes que lucen los personajes de la escena y la ejecución de su danza
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.	X		La escena del spot finaliza con un plano detalle para presentar las artesanías locales y el teléfono móvil que reproduce la canción hecha	Se deduce que la incorporación de un plano detalle para presentar artesanías locales es una estrategia efectiva para destacar la



							especialmente para el spot	artesanía única y auténtica de la comunidad, fomentar la conexión cultural, y promover la apreciación de la misma
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente las artesanías y a los personajes de la escena	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.



			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara travelling al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a poder mostrar las distintas piezas de la artesanía local y otros elementos visualmente atractivos que se comercian en el mercado de Písaq en Cusco, así como al elenco de danzantes y



								locales que comparten la escena. Este travelling destaca la variedad de artesanías locales, presenta los elementos culturales de manera inmersiva y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-



Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material arquitectónico, presentando la zona urbana de Písac en Cusco	Se infiere que la inclusión de este escenario con algunos elementos de arquitectura colonial tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional, autenticidad y el legado. Presentar este escenario enfatiza la riqueza cultural, histórica y comercial de la región, así como promover el patrimonio arquitectónico local
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico,	Un traje tradicional y una artesanía son elementos tangibles que tienen un valor



							mostrando trajes típicos de las zona y piezas de artesanía local	cultural, histórico y artístico significativo. Por lo tanto, se deduce que su incorporación en la escena representa la identidad, autenticidad y la herencia cultural de la región cusqueña
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.		X	-	-
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial, a través de la presentación de símbolos	La presentación de símbolos culturales específicos como el patrón textil tradicional en la vestimenta, los pasos de danza y los modelos y



							culturales específicos	técnicas de piezas artesanales, está orientado a destacar la diversidad y riqueza cultural dentro de la identidad de las comunidades del interior del país. La inclusión de estos elementos refleja la intención de promover la diversidad cultural, el orgullo por la identidad nacional y representar una experiencia cultural auténtica. La estética del traje y las artesanías vuelve más llamativa la toma y capta la atención del espectador
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio	X		La escena del spot incluye patrimonio	Se infiere que el lucir estos trajes típicos






				cultural no material como valores.			cultural inmaterial de tipo valores, a través de la presentación de personajes luciendo un traje y ejecutando pasos de danza típicos de la región. La escena muestra además la inclusión de personajes, aparentemente no locales, gozar del ambiente	simbolizan la conexión con las raíces culturales y la autenticidad de una comunidad. El respeto y valoración refuerza la identidad cultural de una región o de todo el país.
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural	Se infiere que la inserción de este elemento tiene la



				cultural no material como tradiciones.			inmaterial de tipo tradiciones, pues presenta textilería tradicional, artesanía y danzas	intención de transmitir la importancia de preservar y celebrar las tradiciones culturales, mostrando que la población local valora su herencia y cómo la comparte con personas ajenas
--	--	--	--	--	--	--	--	---

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 06								
<b>Nº de escena</b>	06/15			<b>Duración de la escena</b>	00:16:18 – 00:20:17			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra a un personaje desplazándose en bicicleta por una trocha en medio de un paisaje forestal, tras haber reproducido en su teléfono la música del spot. Se observa la aplicación de correcciones de color en la	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario natural que acompaña al personaje, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición



							toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	visual y el ligero movimiento de cámara contribuye a la estética del clip.  El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de elementos de símbolos naturales	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la localidad de San Lucas
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-



			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
--	--	--	--------	--	---	--	--	---



			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot es complementada con efectos de sonido de la cadena de la bicicleta	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot finaliza con un plano general para presentar al personaje desplazándose por el lugar representativo de tal localidad	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona, así como dar protagonismo también a la riqueza de la flora local y al método de transporte del personaje. Esta toma amplia es una estrategia para contextualizar, celebrar la geografía y



								destacar la vida rural
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.	X		La escena del spot inicia con un primer plano para presentar el teléfono móvil que reproduce la canción hecha especialmente para el spot y la expresión del personaje al colocar sus audífonos para seguir escuchando la pista musical	Se deduce que la incorporación de un primer plano para presentar al personaje disfrutando de reproducir la canción del spot y el teléfono con el nombre de la pista musical es una estrategia efectiva para fomentar la conexión cultural, y reforzar el mensaje del anuncio



			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente al personaje, el teléfono y el escenario por donde se desplaza	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.			X	-





			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot en primera instancia hace uso del movimiento de cámara travelling al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a destacar visualmente la conexión entre el personaje, el paisaje y el mensaje principal del anuncio al mostrar el teléfono con la canción de la campaña. Este travelling integra de manera efectiva la música, la tecnología y el entorno natural



								para transmitir una experiencia completa y envolvente
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace finalizar haciendo uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a destacar visualmente la conexión entre el personaje, la naturaleza y la provincia específica del Perú. Este paneo transmite la belleza, autenticidad y experiencias únicas que ofrece el destino
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-




Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando a la localidad de San Lucas en Colán, Piura	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país



			Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de la actitud del personaje respecto a la musicalización y el método de transporte empleado	Se infiere que existe representación de valores en relación al respeto por la naturaleza al emplear un método de transporte sostenible. Además, el hecho de que el personaje goce de la música del spot comunica el orgullo y la conexión del personaje con su herencia cultural y el disfrute de experiencias simples y auténticas
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-



			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 07								
<b>Nº de escena</b>	07/15			<b>Duración de la escena</b>	00:20:17 – 00:21:11			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra un camión destinado al transporte de frutas por una trocha en medio de un paisaje forestal. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero movimiento de cámara



							ubicación del escenario	contribuye a la estética del clip.  El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la comunidad de Pampa Michi. Además, la presencia de un transporte característico de los negocios locales refleja aspectos de la



								cultura de la zona
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la





								música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot es complementada con efectos de sonido del motor del camión	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso de un plano general para presentar al móvil desplazándose por el lugar representativo de tal localidad	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica, así como dar protagonismo también a la unidad móvil representativa de la región. Esta toma amplia es una estrategia para



								contextualizar, celebrar la geografía, destacar la vida rural y enfatizar la identidad comercial local
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente al camión desplazándose por el paisaje	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos



							seleccionado en la toma	de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
			Travelling	La escena del spot presenta el		X	-	-



				movimiento de cámara travelling.				
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a destacar visualmente la conexión entre el elemento representativo de la cultura local (camión para comercio de alimentos), la naturaleza y la provincia específica del Perú. Este paneo en la toma transmite la belleza, autenticidad y experiencias únicas que ofrece el destino



			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a la camioneta empleada para actividades comerciales características de la zona	Se infiere que la presentación de este método de transporte, contribuye a la narrativa de autenticidad, destacando la vida local y las actividades cotidianas en la comunidad de Pampa Michi,




								refleja una conexión tangible con las tradiciones comerciales de la región
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando parte del territorio de la comunidad de Pampa Michi en Junín	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.		X	-	-
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio		X	-	-



				cultural no material como creencias.				
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 08								
Nº de escena	08/15			Duración de la escena	00:21:11 – 00:25:10			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra a un individuo local como personaje principal de la toma, quien habría recogido una jaba de frutas del camión de la escena previa, el cual continúa su ruta. Se observa la aplicación de correcciones de	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero movimiento de cámara





							color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	contribuye a la estética del clip.  El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la comunidad de Pampa Michi. Además, la presencia de un transporte característico de los negocios locales, y el contenedor para las frutas refleja



								aspectos de la cultura de la zona
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos



								propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.		X	-	-
Americano			La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-	
Medio			La escena del spot presenta el plano medio.	X		La escena del spot hace uso de un plano medio para presentar al móvil desplazándose por el lugar representativo de tal localidad, al personaje principal	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica, así como dar protagonismo también a la unidad móvil y a	



							sosteniendo la jaba de frutas y al paisaje natural	las actividades comerciales representativas de la región. Tal encuadre contextualiza, destaca la geografía, otorga protagonismo a la vida rural, paisaje y enfatiza la identidad comercial local
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente al camión desplazándose por el paisaje	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición,



							seleccionado en la toma	que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
			Travelling	La escena del spot presenta el		X	-	-



				movimiento de cámara travelling.				
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de tal movimiento de cámara está orientado a destacar visualmente la conexión entre el elemento representativo de la cultura local (camión para comercio de alimentos), la naturaleza, y al individuo local. Este paneo transmite la belleza, autenticidad y experiencias únicas que suceden en tal región
			Zoom	La escena del spot presenta el		X	-	-



				movimiento de cámara zoom.				
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a la camioneta y la jaba empleada para actividades comerciales características de la zona	Se infiere que la presentación de este método de transporte y el contenedor de frutas, contribuye a la narrativa de autenticidad, destacando la vida local y las actividades cotidianas en la comunidad de Pampa Michi,




								refleja una conexión tangible con las tradiciones comerciales de la región
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando parte del territorio de la comunidad de Pampa Michi en Junín	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de la actitud del personaje	Se infiere que el hecho de que el personaje goce de la música del spot comunica el orgullo y la conexión del personaje con





							respecto a la musicalización	su herencia cultural
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural no material de tipo saberes al presentar parte de los conocimientos aplicados en la comercialización de recursos naturales de la zona	Se deduce que la inclusión de estos elementos contribuye a la narrativa del spot, destaca la autenticidad de la experiencia local y promueve la apreciación de las tradiciones y habilidades transmitidas de generación en generación
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 09								
<b>Nº de escena</b>	09/15			<b>Duración de la escena</b>	00:25:10 – 00:28:18			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena presenta una composición de toma amplia con un movimiento de cámara panorámico, con dos personajes encontrándose y posteriormente cerrando la toma haciendo énfasis a los	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual y el ligero



							personajes utilizando objetos como el celular y auriculares. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	movimiento de cámara contribuye a la estética del clip. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de aspectos de la cultura local, específicamente, un monumento religioso representativo en el departamento de Puno	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural y arquitectónica del país, en este caso en específico, la iglesia católica Santiago Apóstol ubicada en el departamento de Puno,



								generando mayor impacto en los espectadores
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora



								instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot presenta efectos de audio en relación a un sonido de ciudad al aire libre, asimismo, se logra escuchar la risa del personaje femenino al momento de sacarse un auricular y pasarlo.	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido busca amplificar la experiencia y transmitir emociones positivas asociadas con la celebración cultural, reforzar el mensaje de hospitalidad y la inmersión en una experiencia auténtica. Se pretende familiarizar al espectador con dicha ciudad con el sonido del viento en la ciudad frente a la iglesia de Lampa, asimismo el uso del sonido de risa hace



								énfasis en que se encuentra disfrutando una de las canciones típicas de nuestro país
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso en primera instancia del plano general para mostrar el encuentro de dos personajes en la iglesia Santiago Apóstol de Lampa en el departamento de Puno	Se puede inferir que el encuadre utilizado es para hacer énfasis a la iglesia Santiago Apóstol, edificación que representa un centro histórico en nuestro país, despertando el interés en el espectador. Este encuadre hace énfasis en las características estéticas de tal zona



			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.	X		La escena del spot finaliza utilizando el primer plano para visualizar a uno de los personajes escuchar la pista musical del spot en teléfono, asimismo, compartiendo un auricular para hacer escuchar la canción al otro personaje	Se deduce el uso de dicho encuadre en la escena para dotar de un mayor énfasis en la reacción y gestos en los personajes a la hora de escuchar la pista musical representativa de su país. Este encuadre y los gestos que captura demuestran la conexión emocional de los personajes con herencia cultural a través de la música y el disfrute de una experiencia



								simple y auténtica
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.		X	-	-
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	X		La escena hace uso del ángulo contrapicado para visualizar la ciudad y el encuentro de los dos personajes, asimismo para enfocar a los dos personajes con un celular y pasando un auricular.	Se deduce el uso del ángulo contrapicado, en primer lugar, para que el espectador visualice la iglesia de Santiago Apóstol en su totalidad, teniendo un mayor impacto y grandeza con dicho ángulo, asimismo, con los personajes sentados con un celular y





								pasando el auricular para tener una mejor visión de dichos objetos de abajo hacia arriba y observar los gestos a mayor detalle
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara travelling al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce el uso de dicho movimiento de cámara para tener una visión clara y lineal por parte del espectador, asimismo, reforzar su atención con los personajes presentados en el spot haciendo uso de los objetos como el celular y los



								auriculares. Este travelling genera una sensación inmersiva y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al momento de desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce el uso del movimiento de cámara paneo para que el espectador pueda tener una visión general del lugar que es en las afueras de la iglesia Santiago Apóstol en Lampa, además de visualizar donde se encuentran los personajes en dicha escena del spot. Este paneo



								contextualiza, destaca la belleza arquitectónica local y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material histórico reflejado en la iglesia católica Santiago Apóstol ubicada	Se infiere que la inclusión de este escenario con algunos elementos de arquitectura colonial tiene el objetivo de transmitir la



							en la ciudad de Lampa en Puno	identidad nacional, autenticidad y el legado. Presentar este escenario enfatiza la riqueza cultural, histórica y religiosa de la región, así como promover el patrimonio arquitectónico local. La presentación de incrementa la identificación con los peruanos que forman parte de la iglesia católica
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.		X	-	-




		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.		X	-	-
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de creencias, puesto que en la escena se visualiza la iglesia Santiago Apóstol perteneciente a la religión católica.	Se infiere la presentación de creencia a través de la iglesia católica, puesto que gran parte de peruanos forma parte de la religión católica
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio		X	-	-



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

				cultural no material como tradiciones.				
--	--	--	--	---	--	--	--	--

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 10								
Nº de escena	10/15			Duración de la escena	00:28:18 – 00:32:15			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena da inicio con la presencia de los personajes con un movimiento de cámara suave mientras disfrutan de la reproducción de una pista musical, para luego aperturar el enfoque del plano dando un mayor énfasis en el paisaje, además de utilizar colores	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos fríos. La composición visual y el ligero movimiento de cámara contribuye a la



							<p>fríos propios del lugar mientras se usa el transporte de viaje para los visitantes. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario</p>	<p>estética del clip, denotando tranquilidad, relajación y alegría por parte de los personajes al trasladarse mientras escuchan una canción representativa de nuestro país y generando un sentido de aventura. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje.</p>
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		<p>La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local</p>	<p>Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la provincia de</p>





								San Ignacio en Cajamarca. Además, la presencia de un transporte característico de los negocios locales que refleja aspectos de la cultura de la zona
			Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-
		Elementos sonoros	Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a



								diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot presenta efectos de audio en relación a un sonido de ciudad y el sonido del motor de una motocarga en movimiento	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica, con el objetivo que el espectador reconozca el sonido de la motocarga en movimiento, además del sonido de viento en dicho lugar
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot finaliza haciendo uso del plano general para mostrar una de zona representativa	Se puede inferir el uso del plano general en la escena para presenciar una de las calles de San Ignacio con un extenso



							de la provincia de San Ignacio en Cajamarca y por completo a la motocarga empleada para transportar a los personajes de la toma	paisaje de áreas verdes, captando la atención del espectador por dicho paisaje y generando la curiosidad. Esta toma amplia es una estrategia para contextualizar, celebrar la geografía y destacar la vida rural y enfatizar la identidad comercial local
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.	X		La escena del spot utiliza inicialmente el primer plano para visualizar a los personajes escuchando la música específica del spot mientras se desplazan en la motocarga	Se deduce que el uso de este plano brinda énfasis a los personajes disfrutando de la canción representativa de nuestro país. La incorporación de este encuadre es una estrategia



							por una carretera del escenario	efectiva para fomentar la conexión cultural a través de la música, y reforzar el mensaje del anuncio
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente a los personajes haciendo uso de un celular y auriculares	Se deduce el uso de este ángulo en la escena para brindarle mayor protagonismo a las sensaciones de los personajes mientras disfrutaban de la canción. Utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía.



								Presentar la toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	X		La escena del spot presenta ángulo contrapicado para visualizar de manera amplia una zona específica de San Ignacio en Cajamarca, integrando en la toma parte de la carretera, el vehículo y el paisaje natural	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto bajo, permite al espectador observar con mayor atención todos los elementos de la composición, en especial, porque tal ángulo permite apreciar mejor la belleza del paisaje que comprende una carretera por donde se desplazan los personajes a través de un método de transporte característico de la zona. Esta perspectiva añade un



								contraste visual más impactante y estético
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara travelling lateral al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce que el uso de dicho movimiento de cámara refuerza en la representación de la actitud de los personajes principales de la escena, y enfatiza el uso del celular y auriculares, de tal manera que el espectador obtenga una imagen clara y lineal de los mismos. Este travelling genera una sensación inmersiva y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica



			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce el uso del movimiento de cámara de paneo para seguir el recorrido de la motocarga que traslada a los personajes obteniendo una visión general en el espectador de la provincia de San Ignacio. Se deduce el uso del movimiento de cámara paneo para que el espectador pueda tener una visión general del lugar que es en las afueras de la iglesia Santiago Apóstol en Lampa, además de visualizar dónde se encuentran los personajes en dicha escena del spot. Este



								paneo contextualiza, destaca la belleza natural y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a la motocarga empleada para actividades	Se infiere que la presentación de este método de transporte, contribuye a la narrativa de autenticidad, destacando la vida local y las






							comerciales y de transporte urbano característico de la zona	actividades cotidianas en la provincia de San Ignacio, refleja una conexión tangible con las tradiciones comerciales de la región
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural, presentando la provincia de San Ignacio - Cajamarca	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial, de tipo valores, todo ello representado mediante la solidaridad comunitaria y a	Se infiere que existe representación de valores en relación a la solidaridad comunitaria. Además, el hecho de que los personajes gocen de la



							través de la actitud de los personajes respecto a la musicalización	música del spot comunica el orgullo y la conexión con su herencia cultural y el disfrute de experiencias simples y auténticas
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 11								
Nº de escena	11/15			Duración de la escena	00:32:15 – 00:37:19			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra la llegada del personaje principal en mototaxi en una de las calles de Iquitos, para luego detener la reproducción de la canción del spot y tomar su teléfono que se encontraba en su vehículo para	Se infiere que existe una intención de dar énfasis al escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual con



							posteriormente levantar la mano y saludar a otros personajes. Se observa la aplicación de correcciones de color en la toma. El texto en pantalla confirma la ubicación del escenario	cambio de encuadres y el ligero movimiento de cámara contribuye a la estética del clip. El hecho de colocar un texto en pantalla con la ubicación del escenario transmite autenticidad, orienta a la audiencia y refuerza el mensaje
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan elementos de la cultura local, en este caso en específico, la presencia de un método de transporte característico urbano y



								comercial de tal zona
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	X		Durante esta escena se reproduce una voz en off que locuta el siguiente mensaje "En tu ciudad y en las afueras, la cobertura de Entel, nos mantiene unidos"	Se deduce que la locución en off utilizada en esta escena es para hacer énfasis a la alta cobertura con la que cuenta la empresa Entel, además, promueve la conectividad en diversas ubicaciones y resalta la importancia de la comunicación constante en la vida cotidiana
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		En esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", tal pieza musical se puede identificar como un arreglo o cover de la canción "La	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical



							Danza de los Mirlos” del género cumbia. Se identifica una pequeña pausa en su reproducción por cuestiones de narrativa	peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	X		La escena del spot presenta efectos de audio en relación al sonido del motor de los mototaxis en movimiento y un silbido	Se puede deducir que la inclusión de estos efectos de sonido busca amplificar la inmersión en una experiencia auténtica, con el objetivo que el espectador reconozca el sonido del mototaxi en movimiento,



								además del silbido que representa una forma habitual de llamar la atención de un individuo, reflejando autenticidad y cotidianeidad
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano general para mostrar una de las calles de Iquitos y diferentes vehículos (mototaxis), asimismo para visualizar al personaje bajando de su vehículo y saludando	Se puede inferir que el encuadre utilizado es una estrategia para contextualizar, celebrar la belleza de arquitectura local, destacar la vida rural y enfatizar la identidad comercial local, a través de la presencia de mototaxis que representan al vehículo de transporte utilizado con mayor



								frecuencia en dicho lugar
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.	X		La escena del spot hace uso además del plano detalle para presentar el teléfono móvil al detener la canción de la escena	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en los datos de la pista musical, para que el espectador tenga más clara la referencia de la canción original que se ha modificado para el spot, además para mostrar que se está pausando por un momento





								por el personaje principal de la escena
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X	La escena del spot presenta el ángulo normal para enfocar directamente al teléfono y al personaje al bajar de su vehículo	Se deduce el uso de este ángulo en la escena para brindarle protagonismo al teléfono que estaba reproduciendo la canción del spot y posteriormente al personaje que conduce el mototaxi. Utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo normal, se	



								puede interpretar como el punto de vista frecuente
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	X		La escena del spot presenta ángulo contrapicado para visualizar de manera amplia una de las calles de Iquitos – Loreto, integrando en la toma parte de la calle, el vehículo y al personaje principal	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto bajo, permite al espectador observar con mayor atención todos los elementos de la composición, brinda un ángulo más amplio para el espectador hacia las edificaciones en las calles de Iquitos. Esta perspectiva añade un contraste visual más impactante y estético



			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	X		La escena del spot hace uso del movimiento de cámara paneo al desplazar la toma de izquierda a derecha	Se deduce el uso del movimiento de cámara de paneo para seguir el recorrido del mototaxi que traslada a l personaje obteniendo una visión general en el espectador de las calles de Iquitos. Se



								deduce el uso del movimiento de cámara paneo para que el espectador pueda tener una visión general del lugar. Este paneo contextualiza, destaca la belleza natural y crea una narrativa visualmente dinámica y auténtica
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-



			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación al mototaxi empleado para actividades comerciales y de transporte urbano característico de la zona	Se infiere que la presentación de este método de transporte, contribuye a la narrativa de autenticidad, destacando la vida local y las actividades cotidianas en Iquitos, refleja una conexión tangible con las tradiciones comerciales de la región
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.		X	-	-
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-




			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural no material teniendo en cuenta a los habitantes amigables en la ciudad de Iquitos denotando solidaridad y respeto hacia los demás	Se deduce que a raíz del valor de la solidaridad y respeto transmite armonía en el espectador y el sentir de visitar dicha ciudad para tener mayor conocimiento referente a una de las ciudades de la selva de nuestro país.
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	La escena del spot no presenta patrimonio cultural no material como creencias.	
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	La escena del spot no presenta patrimonio cultural no material como saberes.	



			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	La escena del spot no presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.	
--	--	--	-------------	---	--	---	--	--



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 12								
Nº de escena	12/15			Duración de la escena	00:37:19 – 00:38:08			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra a los personajes de la escena 02, el principal bailando con su teléfono mientras sus compañeros lo aplauden y alientan con el baile, en el puerto marítimo de Salaverry. Se observa la aplicación de	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla. El seguimiento al personaje principal y la apertura de la toma, otorga protagonismo tanto a los personajes como al puerto





							correcciones de color en la toma.	marítimo de Salaverry. Se da énfasis al escenario, personajes y otros elementos, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de elementos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: el puerto marítimo de Salaverry, en La Libertad. Además, de la presencia de elementos de la cultura local en relación a una de sus principales actividades



								económicas, refleja un entorno auténtico. La edición en aspectos de color de la toma, inclina la gama a tonos cálidos, potenciando el impacto visual del escenario. La reunión de pescadores artesanales se sustenta en la cotidianidad
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	X		Durante esta escena se reproduce una voz en off que locuta el siguiente mensaje "En tu ciudad y en las afueras, la cobertura de Entel, nos mantiene unidos"	Se deduce que la locución en off utilizada en esta escena es para hacer énfasis a la alta cobertura con la que cuenta la empresa Entel, además, promueve la conectividad en diversas ubicaciones y resalta la importancia de la comunicación



								constante en la vida cotidiana
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena,



								la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano general para presentar a los personajes en las orillas de la playa con un fondo de embarcaciones en el mar	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú, mostrando un panorama amplio del escenario y los elementos característicos, además de la presencia de los personajes realizando una acción que demuestra su algarabía al ritmo de la música



			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente a los personajes realizando una acción teniendo como fondo a la playa y embarcaciones de Salaverry	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la toma en ángulo



								normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-



			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial en relación a las embarcaciones	Se infiere que la presentación de estos elementos característicos del puerto representa un aspecto de



							y maquinarias características de la zona portuaria	habitualidad, vida local y autenticidad en relación a la cultural local de los peruanos que se han dedicado por muchos años a la pesca tradicional en el puerto marítimo de Salaverry. Estos aspectos culturales insertos en el spot destacan la autenticidad, la relevancia económica y la conexión con las tradiciones pesqueras locales
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural, presentando la playa Salaverry en Trujillo - La Libertad	Se infiere que existe autenticidad cultural, pues se refleja tal cual un escenario natural propio del Perú. La exposición de este patrimonio en el spot comunica la





								belleza, diversidad y singularidad de la naturaleza del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de los elementos relacionados a la pesca tradicional	Se infiere que existe representación de valores en relación al respeto por la naturaleza, la exposición de estos aspectos transmite un mensaje positivo sobre la armonía entre las comunidades locales y su entorno natural
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-




			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	X	La escena del spot presenta patrimonio cultural inmaterial de tipo saberes en relación a la pesca tradicional y la actitud de los personajes respecto a la musicalización	Se infiere que la presentación de pescadores artesanales de la zona, pretende expresar cotidianidad, autenticidad y valoración sobre saberes específicos transmitidos y aplicados en la práctica diaria de la pesca tradicional, así como la preservación de las tradiciones culturales relacionadas con la pesca. Además, el hecho de que los personajes gocen de la música del spot comunica el orgullo y la conexión del personaje con su herencia cultural y el disfrute de experiencias
--	--	--	---------	---	---	---	--



								simples y auténticas
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 13								
Nº de escena	13/15			Duración de la escena	00:38:08 – 00:39:00			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena muestra al personaje de la escena 03 bailando con su teléfono en mano, manteniendo un gesto de alegría, además utiliza una vestimenta tradicional propia de la ciudad en la que se encuentra. Se observa la aplicación de	La escena otorga protagonismo al personaje que usa una vestimenta tradicional que identifica a los habitantes de Chivay, además de tener uno de los paisajes de la ciudad como fondo. Existe una intención de dar énfasis al escenario natural que acompaña al



							correcciones de color en la toma.	personaje, a través de la modificación de la temperatura de color, orientado la toma a tonos cálidos. La composición visual contribuye a la estética del clip.
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir de la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local	Se infiere que existe un énfasis en la disposición de elementos visuales en pantalla que representan la belleza natural del país, en este caso en específico: la localidad de Chivay, en Arequipa. Además de la inclusión del personaje portando un traje distintivo de la zona
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	X		Durante esta escena se reproduce una voz en off que locuta el siguiente	Se deduce que la locución en off utilizada en esta escena es para hacer énfasis a la alta



							<p>mensaje “En tu ciudad y en las afueras, la cobertura de Entel, nos mantiene unidos”</p>	<p>cobertura con la que cuenta la empresa Entel, además, promueve la conectividad en diversas ubicaciones y resalta la importancia de la comunicación constante en la vida cotidiana</p>
			Música	<p>La escena del spot presenta alguna musicalización.</p>	X		<p>Durante esta escena todavía se reproduce la pista musical denominada “La Danza de la Cobertura”, identificada como un arreglo o cover de la canción “La Danza de los Mirlos” del género cumbia</p>	<p>Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original,</p>



								incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano americano para presentar al personaje principal y ampliar el rango de visión del lugar donde se ubica	Se deduce que el uso de tal encuadre pretende hacer énfasis en las características estéticas de tal zona geográfica del Perú, así como dar protagonismo también al traje que luce el personaje principal de la escena. Este encuadre permite observar elementos que denotan la representación de la identidad cultural, el respeto por la



								diversidad y el estímulo a la identificación por parte del espectador
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del ángulo normal al enfocar directamente al personaje danzando al ritmo de la canción del spot con su localidad detrás	Se deduce que utilizar esta perspectiva, desde un punto neutral, permite al espectador observar en su plenitud todos los elementos de la composición, que se ubican a una misma altura, es decir, poseen igual jerarquía. Presentar la





								toma en ángulo normal, se puede interpretar como el punto de vista frecuente.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	La escena del spot no presenta el ángulo picado.	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	La escena del spot no presenta el ángulo contrapicado.	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	La escena del spot no presenta el ángulo nadir.	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	La escena del spot no presenta el ángulo cenital.	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	La escena del spot no presenta el movimiento de cámara travelling.	-
			Till	La escena del spot presenta el		X	La escena del spot no presenta el	-



				movimiento de cámara till.			movimiento de cámara till.	
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	La escena del spot no presenta el movimiento de cámara paneo.	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	La escena del spot no presenta el movimiento de cámara zoom.	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	La escena del spot no presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	La escena del spot no presenta patrimonio cultural material arqueológico.	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	X		La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e	Un traje tradicional es un elemento físico que tiene un valor cultural,




							histórico, mostrando un traje típico de las zonas aledañas al Colca	histórico y artístico significativo. Por lo tanto, se deduce que su incorporación en la escena representa la identidad, autenticidad y la herencia cultural de la región arequipeña
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando a la localidad de Chivay en Arequipa	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial, a través de la presentación de símbolos	La presentación de símbolos culturales específicos como el patrón textil tradicional en la vestimenta, está



							culturales específicos	orientado a destacar la diversidad y riqueza cultural dentro de la identidad de las comunidades del interior del país. La inclusión de estos elementos refleja la intención de promover la diversidad cultural, el orgullo por la identidad nacional y representar una experiencia cultural auténtica. La estética del traje vuelve más llamativa la toma y capta la atención del espectador
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural inmaterial de tipo valores, a través de la presentación de un personaje luciendo un traje típico de	Se infiere que el lucir un traje típico simboliza la conexión con las raíces culturales y la autenticidad de una comunidad. El respeto y valoración refuerza la



							su región y la actitud del personaje respecto a la musicalización	identidad cultural de una región o de todo el país. Además, el hecho de que el personaje disfrute de la música del spot comunica el orgullo y la conexión del personaje con su herencia cultural y el disfrute de experiencias simples y auténticas
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-

GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 14								
<b>Nº de escena</b>	14/15			<b>Duración de la escena</b>	00:39:00 – 00:43:02			
<b>Dirección de enlace del spot</b>	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			<b>Fotograma de la escena</b>				
<b>Unidad Temática</b>	<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Códigos</b>	<b>Ítems</b>	<b>Se observa</b>	<b>No se observa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Interpretación</b>
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		En la penúltima escena se visualiza de fondo la región de Chivay-Arequipa, asimismo, el mapa de los departamentos del Perú de color azul y sus tipografías dentro del encuadre.	Se puede inferir el uso del fondo de la ciudad de Chivay utilizando colores cálidos y naturales, asimismo, en cuanto al mapa de los departamentos peruanos, tenemos la imagen con un color azul representativo de la marca, asimismo, tipografías que



								dan nombre al anuncio publicitario y en la esquina superior del logo de la marca como tal manteniendo sus formas geométricas.
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir del eslogan de la marca y el mapa de los departamentos del Perú	En primer lugar, tenemos al mapa de color azul que se identifica como los departamentos de nuestro país, asimismo, el eslogan que viene a ser el nombre que identifica a la marca como tal a través de su anuncio publicitario teniendo en cuenta su gran cobertura que acompaña a todos los peruanos en cualquier parte del país.
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	X		Durante esta escena se reproduce una voz en off que	Se deduce que la locución en off utilizada en el spot es para



							locuta el eslogan del spot publicitario es cual es "Entel, la señal que te acompaña"	hacer énfasis al eslogan del anuncio publicitario y el final de la misma visualizado por el espectador
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		En esta escena se mantiene la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", tal pieza musical se puede identificar como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena,





								la zampoña y el charango
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	X		La escena del spot hace uso del plano general para presentar Chivay-Arequipa	Se infiere el uso del plano general sobre la ciudad de Chivay, para que el espectador identifique visualice como detalle el paisaje de esta hermosa ciudad y despierte el interés por profundizar su visualización
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-



			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	X		La escena del spot hace uso del plano general para presentar el fondo del paisaje de la ciudad de Chivay	Se infiere el uso del ángulo normal ya que se crea una sensación de familiaridad y realismo en la imagen o en la escena. Esto permite que el espectador se relacione fácilmente con la vista y perciba el paisaje de una manera natural y auténtica. Además, el ángulo normal evita distorsiones visuales significativas que podrían ocurrir al utilizar ángulos extremos, como ángulos bajos o altos.
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-



			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material arquitectónico, presentando la	Se infiere que la inclusión de este escenario con algunos elementos de arquitectura




							zona urbana de Chivay en Arequipa como fondo	colonial tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional, autenticidad y legado. La presentación de estos elementos refleja el contraste histórico arquitectónico y el atractivo cultural
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	X		La escena del spot incluye patrimonio cultural material natural, presentando a la localidad de	Se infiere que la inclusión de este escenario natural tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y



							Chivay en Arequipa	ofrecer una visión auténtica y atractiva del país
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.		X	-	-
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



GUÍA DE OBSERVACIÓN N. 15								
Nº de escena	15/15			Duración de la escena	00:43:02 – 00:44:28			
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>			Fotograma de la escena				
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Descripción	Interpretación
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	X		La escena final del spot hace presentación del logotipo de la marca Entel, teniendo en cuenta sus colores que lo identifican como tal teniendo en cuenta el fondo de color azul y el lazo color naranja.	Se infiere que la marca Entel en su logo utiliza formas geométricas, como líneas curvas y rectas, para crear una composición equilibrada y estilizada. Estas formas abstractas pueden sugerir la idea de modernidad,



								innovación y precisión tecnológica, así como también los colores azul y blanco. El azul puede evocar confianza, tecnología y comunicación, mientras que el blanco puede simbolizar pureza y claridad.
			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	X		La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos a partir del logo de la marca Entel	El logotipo de Entel comienza con una letra "E" estilizada. Esta letra puede representar el nombre de la empresa y servir como un símbolo reconocible de su identidad.
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.		X	-	-



			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	X		En esta escena se escucha el final de la pista musical denominada "La Danza de la Cobertura", tal pieza musical se puede identificar como un arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia	Se infiere que el uso de tal musicalización pretende generar mayor implicación en la audiencia, a través de la identificación con una canción muy popular dentro del género tropical peruano. Este audio complementa las imágenes del spot y contribuye en fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional, pues esta versión, a diferencia de la original, incorpora instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango
--	--	--	--------	--	---	--	---	---





			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.		X	-	-
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.		X	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.		X	-	-
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.		X	-	-
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.		X	-	-
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.		X	-	-
			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.		X	-	-
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.		X	-	-



			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.		X	-	-
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.		X	-	-
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.		X	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.		X	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.		X	-	-
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.		X	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.		X	-	-



			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.		X	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.		X	-	-
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.		X	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.		X	-	-
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.		X	-	-
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.		X	-	-



		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.		X	-	-
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.		X	-	-
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.		X	-	-
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.		X	-	-
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.		X	-	-



ANEXO 8. Guías de observación de resumen

GUÍA DE RESUMEN – IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN								
Nº de escenas	15							
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>							
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Resumen de descripciones	Términos Clave
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	15	0	Se emplea consistentemente los Elementos Visuales Abstractos para representar diversas escenas que destacan por su composición de toma amplia, movimientos suaves de cámara, aplicación de correcciones de color, presencia de personajes locales y la confirmación de la ubicación mediante texto en	Elementos Morfológicos Visuales Abstractos (15) Composición de toma amplia (7) Movimiento de cámara suave o panorámico (6) Aplicación de correcciones de color en la toma (15) Presencia de personajes locales (8) Uso de transporte local (2)



							<p>pantalla. Además, se enfatiza la utilización de transporte local, la representación de gestos de alegría y confraternidad, así como la inclusión de elementos tradicionales y vestimenta autóctona. El uso estratégico de colores fríos y la presencia recurrente del logotipo de la marca Entel contribuyen a la cohesión visual del spot.</p>	<p>Utilización de objetos como el celular y auriculares (3) Énfasis en la reproducción de la música por parte de los personajes (5) Confirmación de ubicación mediante texto en pantalla (10) Utilización de colores fríos propios del lugar (3) Gestos de alegría y confraternidad (4) Utilización de vestimenta tradicional (3) Representación de paisajes naturales y urbanos (7) Enfoque en la marca Entel y su logotipo (3)</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--



			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	15	0	En el spot se emplea de manera consistente los Elementos Morfológicos Visuales Simbólicos para representar escenas que destacan por la inclusión de símbolos naturales y aspectos de la cultura local. La presencia recurrente de elementos simbólicos como monumentos religiosos, el mapa de departamentos y el logo de la marca Entel contribuyen a la narrativa visual del anuncio, transmitiendo una representación simbólica rica y variada del Perú. La conexión entre los símbolos naturales y la cultura	Elementos Morfológicos Visuales Simbólicos (15) Inclusión de símbolos naturales (11) Aspectos de la cultura local (12) Monumento religioso representativo (1) Eslogan de la marca (1) Mapa de los departamentos del Perú (1) Logo de la marca Entel (15)
--	--	--	------------	--	----	---	--	--



							local refuerza el mensaje de identidad y diversidad cultural promovido por el spot.	
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	4	11	<p>En la mayoría de las escenas del spot no se observa el uso de elementos morfológicos sonoros de tipo voz. Sin embargo, en las escenas 11, 12, 13, y 14, se destaca la presencia de este elemento, ya que se reproduce una voz en off que transmite mensajes relacionados con la cobertura de Entel y su impacto en la unión de las personas. El eslogan del spot, también se presenta mediante una locución durante una de las</p>	<p>Elementos Morfológicos Sonoros de Tipo Voz (4) Mensaje "En tu ciudad y en las afueras, la cobertura de Entel, nos mantiene unidos" (3) Mensaje "Entel, la señal que te acompaña" (1)</p>





							escenas. Estos elementos sonoros de tipo voz contribuyen a la narrativa del anuncio, proporcionando información clave sobre los servicios de Entel y reforzando el mensaje central de la campaña.	
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	14	1	El uso constante de elementos morfológicos sonoros de tipo música es evidente en casi la totalidad de las escenas del spot. La pista musical "La Danza de la Cobertura", identificada como un arreglo o cover de la conocida canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia, se reproduce de manera continua en la mayoría de las escenas,	Elementos Morfológicos Sonoros de Tipo Música (14) Pista musical "La Danza de la Cobertura" (14) Arreglo o cover de la canción "La Danza de los Mirlos" del género cumbia (14) Identificación de la música como "La Danza de la Cobertura" (14) Identificación de la música como un arreglo o cover de la canción



							contribuyendo a la coherencia sonora del anuncio. Esta elección musical establece una conexión auditiva consistente a lo largo del spot, generando un ambiente distintivo y reforzando la identidad de la marca. La música no solo sirve como un elemento de fondo, sino que también se destaca como un componente narrativo al experimentar una breve pausa en su reproducción en la escena 11 por cuestiones de narrativa.	"La Danza de los Mirlos" del género cumbia (14)
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	8	7	El uso de elementos morfológicos sonoros de tipo efectos de sonido se destaca en varias	Elementos Morfológicos Sonoros de Tipo Efectos de Sonido (8)



						<p>escenas del spot publicitario. Estos efectos contribuyen a la ambientación y la narrativa visual de manera significativa. Por ejemplo, se emplean sonidos característicos de una playa, como el sonido de las olas y la fauna litoral, en la escena 01, mientras que, en otras escenas, como la 02, se incorporan aplausos y sonidos costeros durante una danza. Además, la inclusión de efectos de sonido específicos, como el de la cadena de la bicicleta en la escena 06 o el motor del camión en la escena 07, agrega</p>	<p>Sonido ambiental característico de una playa (2) Sonido de las olas golpeando la orilla y la característica fauna del litoral (1) Efectos de audio en relación a sonidos costeros y aplausos (1) Silbidos y gritos de alegría durante la danza (1) Efectos de sonido de la cadena de la bicicleta (1) Efectos de sonido del motor del camión (1) Sonido de ciudad al aire libre y risa del personaje femenino (1) Sonido de ciudad y sonido del motor de una</p>
--	--	--	--	--	--	---	---



							capas de realismo y detalle a la experiencia auditiva del espectador. La variedad de efectos de sonido utilizados resalta la atención al detalle y la intención de crear una experiencia audiovisual inmersiva.	motocarga en movimiento (1) Sonido del motor de los mototaxis en movimiento y un silbido (1)
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.	0	15	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	10	5	En el spot se hace un uso destacado de elementos sintácticos de tipo plano general en diversas escenas. Este plano se utiliza para ofrecer una visión panorámica y detallada de distintos escenarios, desde el puerto con embarcaciones cercanas en la playa	Elementos Sintácticos de Tipo Plano General (10) Amplio rango de visión (2) Personajes desplazándose por un lugar representativo (2) Encuentro de personajes (1) Zona representativa de la provincia (1)



							<p>hasta las calles de Iquitos con mototaxis. Se emplea el plano general para resaltar encuentros entre personajes, mostrar lugares representativos como la iglesia Santiago Apóstol de Lampa, presentar amplias zonas geográficas como San Ignacio en Cajamarca, e incluso destacar la belleza de Chivay - Arequipa. Este uso coherente y variado del plano general contribuye a la narrativa visual del anuncio, proporcionando una perspectiva completa y envolvente de los diferentes entornos y momentos presentados.</p>	<p>Calle de Iquitos y diferentes vehículos (1) Orillas de la playa con un fondo de embarcaciones en el mar (1)</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--



			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.	2	13	<p>El uso de elementos sintácticos de tipo plano americano es limitado en el spot. Se observa este recurso en dos escenas específicas, donde se utiliza el plano americano para presentar al personaje principal, ampliando el rango de visión del lugar donde se ubica y destacando la danza de los personajes en un lugar representativo de la localidad. En las demás escenas, no se aprecia la utilización de este tipo de plano, lo que sugiere una diversidad en la composición visual del anuncio, utilizando otros recursos para transmitir</p>	<p>Elementos Sintácticos de Tipo Plano Americano (2) Ampliar el rango de visión del lugar (1) Características del personaje principal (1) Ubicación del personaje principal (1) Danza de los personajes (1) Lugar representativo de la localidad (1)</p>
--	--	--	-----------	---	---	----	---	--



							la narrativa de manera efectiva.	
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.	2	13	La utilización de elementos sintácticos de tipo plano medio es evidente únicamente en las escenas 02 y 08 del spot. En estas escenas, se emplea el plano medio para presentar al personaje principal, a sus compañeros y al paisaje natural, ampliando así el rango de visión del lugar representativo de la zona. En las restantes trece escenas, no se observa el uso de este tipo de plano, lo que sugiere una variedad en las elecciones de composición visual para	Elementos Sintácticos de Tipo Plano Medio (2) Personaje principal (2) Rango de visión del lugar (2) Lugar representativo de la localidad (2) Móvil desplazándose por el lugar (1) Compañeros del personaje principal (1) Paisaje natural (1)



							transmitir la narrativa de manera efectiva.	
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.	3	12	La utilización de elementos sintácticos de tipo primer plano se evidencia en tres momentos específicos del spot. En la escena 06, se inicia con un primer plano que presenta el teléfono móvil reproduciendo la canción del spot y la expresión del personaje al colocar sus audífonos para seguir escuchando la pista musical. Además, la escena 09 utiliza el primer plano para mostrar a uno de los personajes escuchando la pista musical en su teléfono y compartiendo un	Elementos Sintácticos de Tipo Primer Plano (3) Teléfono móvil (2) Reproducción de canción (2) Escucha de la pista musical (2) Audífonos (2) Personajes escuchando música (2) Compartir auricular (1)





							<p>auricular para hacer escuchar la canción al otro personaje. En la escena 10, se emplea el primer plano para visualizar a los personajes escuchando la música específica del spot mientras se desplazan en la motocarga por una carretera del escenario. En las demás doce escenas, no se observa el uso de elementos sintácticos de tipo primer plano, lo que sugiere una elección selectiva para resaltar momentos específicos y transmitir efectivamente el mensaje del anuncio.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--



			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.	3	12	<p>El uso de elementos sintácticos de tipo plano detalle se evidencia en tres momentos específicos del spot. La escena 02 comienza utilizando el plano detalle para presentar el teléfono móvil reproduciendo la canción. En la escena 05, el spot finaliza con un plano detalle que destaca las artesanías locales y el teléfono móvil reproduciendo la canción del anuncio. Además, en la escena 11, se emplea el plano detalle para presentar el teléfono móvil al detener la canción de la escena.</p> <p>En las otras doce escenas, no se observa</p>	<p>Elementos Sintácticos de Tipo Plano Detalle (3) Teléfono móvil (3) Reproducción de canción (2) Artesanías locales (1)</p>
--	--	--	---------	---	---	----	--	--



							el uso del plano detalle, lo que sugiere una elección selectiva para resaltar momentos específicos y transmitir efectivamente el mensaje del anuncio.	
		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	10	5	El ángulo normal se emplea de manera destacada en la mayoría de las escenas del spot. Este ángulo se utiliza para enfocar directamente tanto a los personajes como a diversos elementos, como el teléfono y el escenario. La atención se centra en las acciones de los personajes y en la presentación de los productos, como el teléfono y las artesanías	Ángulo Normal (10) Enfocar directamente (10) Teléfono (4) Personajes (9) Escenario o paisaje (6)



							locales. Las escenas 02, 03, 06, 07, 08, 10, 11, 12, 13 y 14 utilizan consistentemente el ángulo normal para resaltar elementos específicos y transmitir de manera efectiva el mensaje del anuncio, creando una coherencia visual en el desarrollo del spot.	
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.	2	13	El ángulo picado se utiliza en dos escenas específicas del spot. En la escena 01, este ángulo se emplea para presentar de manera impactante el puerto y las embarcaciones desde un ángulo superior, creando una perspectiva visual única. Además, en la escena	Ángulo Picado (2) Presentar desde un ángulo elevado (2) Escenario o paisaje (2) Localidad de Chivay (1) Puerto y embarcaciones (1)



							04, se utiliza el ángulo picado para destacar la localidad de Chivay, aportando variedad a la composición visual del anuncio. Estas elecciones de ángulo contribuyen a la narrativa visual del spot y enfatizan elementos clave del mensaje publicitario.	
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	4	11	El ángulo contrapicado se aplica en cuatro escenas específicas del spot. En la escena 03, se utiliza para enfocar desde un punto inferior al personaje, creando un efecto visual distintivo al desplazarse hacia la parte alta del terreno. Asimismo, en la escena 09, se aplica para	Ángulo Contrapicado (4) Visualizar de manera amplia (2) Personajes y celular (2) Enfocar desde un punto inferior (4) Desplazarse hacia la parte alta del terreno (1) Encuentro de personajes (1)



							<p>visualizar la ciudad y el encuentro de los personajes, así como para enfocar a los dos personajes con un celular y compartiendo un auricular. Además, en la escena 10 y 11, se emplea este ángulo para visualizar de manera amplia una zona específica de San Ignacio en Cajamarca y una de las calles de Iquitos – Loreto, respectivamente, integrando en la toma parte de la carretera, el vehículo y el paisaje natural. Estas elecciones de ángulo contrapicado contribuyen a la composición visual y a</p>	<p>Ciudad y encuentro de personajes (1) Zona específica de San Ignacio en Cajamarca (1) Integrando en la toma parte de la carretera, vehículo y paisaje natural (2)</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---



							la narrativa del anuncio, resaltando elementos clave de las locaciones y las interacciones entre los personajes.	
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.	0	15	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta el ángulo cenital.	0	15	-	-
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	6	9	El movimiento de cámara travelling se implementa en seis escenas del anuncio. En la escena 01, se utiliza este movimiento para desplazar la toma en dirección de la orilla hacia el mar de La Libertad. Asimismo, en las escenas 04, 05, 06, 09 y 10, se aplica para desplazar la toma de	Movimiento de cámara travelling (6) Desplazar la toma de izquierda a derecha (5) Dirección de la orilla hacia el mar (1)



							izquierda a derecha, generando un efecto visual dinámico en el spot. Estas elecciones de movimiento de cámara contribuyen a la fluidez narrativa y al dinamismo visual, resaltando distintas locaciones y escenarios presentes en el spot.	
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.	0	15	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	8	7	En las descripciones de las escenas, se destaca el uso del movimiento de cámara paneo en las escenas 02, 03, 06, 07, 08, 09, 10 y 11, totalizando ocho instancias de este elemento sintáctico.	Movimiento de cámara paneo (8) Desplazar la toma de izquierda a derecha (8) Dinámica (8)





						<p>Este recurso consiste en desplazar la toma de izquierda a derecha, y se evidencia en diversas situaciones a lo largo del spot, abarcando desde la presentación de escenarios hasta la focalización en personajes y elementos específicos. Sin embargo, en las escenas restantes no se observa el empleo de este tipo de movimiento de cámara. El paneo se convierte así en una herramienta recurrente para dinamizar la narrativa visual, guiando la atención del espectador a lo largo de diferentes planos y elementos clave en la</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--



							composición audiovisual.	
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.	0	15	-	-
Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	3	12	El patrimonio cultural material arquitectónico se destaca en tres escenas del anuncio. La escena 04 presenta la zona urbana de Chivay en Arequipa, mientras que la escena 05 muestra la zona urbana de Písaq en Cusco, ambos ejemplos de elementos arquitectónicos que forman parte del patrimonio cultural material. Asimismo, la escena 14 vuelve a presentar la zona	Patrimonio cultural material arquitectónico (3) Zona urbana de Chivay en Arequipa (2) Zona urbana de Písaq en Cusco (1)



							urbana de Chivay en Arequipa como fondo, enfatizando la importancia de estos elementos arquitectónicos en la representación cultural de diversas locaciones.	
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.	0	15	-	-
			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	3	12	El patrimonio cultural material artístico e histórico se evidencia en tres escenas del anuncio. La escena 03 destaca un traje típico de las zonas cercanas al Colca como parte de este patrimonio. Además, la escena 05 presenta tanto trajes	Patrimonio cultural material artístico e histórico (3) Traje típico de las zonas aledañas al Colca (2) Iglesia católica Santiago Apóstol en Lampa, Puno (1) Piezas de artesanía local (1)



							típicos de la zona como piezas de artesanía local, resaltando la riqueza cultural y artística. Finalmente, la escena 09 refleja el patrimonio histórico a través de la iglesia católica Santiago Apóstol en Lampa, Puno, demostrando la diversidad y riqueza del patrimonio cultural material en diversas locaciones del Perú.	
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	7	8	El patrimonio cultural material de tipo industrial se destaca en siete escenas del anuncio de Entel del año 2022. Las escenas 01 y 02 presentan patrimonio industrial relacionado con embarcaciones y	Patrimonio cultural material industrial (7) Embarcaciones y maquinarias características de la zona portuaria (3) Camioneta y jaba empleada para



						<p>maquinarias características de la zona portuaria. Además, en las escenas 07 y 08, se destaca el patrimonio industrial en relación a la camioneta y la jaba utilizadas para actividades comerciales. La escena 10 muestra el uso de motocargas en actividades comerciales y transporte urbano, mientras que la escena 11 presenta el patrimonio industrial a través del mototaxi, ambos característicos de la zona. Además, la escena 12 resalta nuevamente las embarcaciones y maquinarias de la zona portuaria. Estos</p>	<p>actividades comerciales (1) Motocarga empleada para actividades comerciales y transporte urbano (1) Mototaxi empleado para actividades comerciales y transporte urbano (1)</p>
--	--	--	--	--	--	---	---



							elementos representan la riqueza y diversidad del patrimonio cultural material industrial presente en distintas actividades y medios de transporte propios de la región.	
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	11	4	El patrimonio cultural material de tipo natural está presente en once escenas del anuncio. Las playas de Salaverry en Trujillo - La Libertad son destacadas en tres escenas, mostrando la riqueza natural de esta región costera. Además, las localidades de Chivay en Arequipa se presentan en tres ocasiones, resaltando la belleza natural y cultural del lugar. San Lucas en	Patrimonio cultural material natural (11) Playa Salaverry en Trujillo - La Libertad (3) Localidad de Chivay en Arequipa (3) Localidad de San Lucas en Colán, Piura (1) Territorio de la comunidad de Pampa Michi en Junín (2) Provincia de San Ignacio – Cajamarca (1)



							Colán, Piura, la comunidad de Pampa Michi en Junín y la provincia de San Ignacio en Cajamarca también se incluyen en diversas escenas, representando la diversidad geográfica y cultural de Perú. Estos elementos naturales forman parte integral del patrimonio cultural del país, siendo destacados en el anuncio de Entel como parte de su mensaje cultural.	
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.	3	12	El patrimonio cultural inmaterial de tipo símbolos se destaca en tres escenas del anuncio. En estas escenas, se presentan símbolos culturales específicos,	Símbolos culturales específicos (3)



							contribuyendo a la representación y preservación de elementos simbólicos que son significativos para la identidad cultural peruana. Estos símbolos forman parte de la riqueza cultural del país y son resaltados en el anuncio como elementos representativos del patrimonio inmaterial.	
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	11	4	El patrimonio cultural inmaterial de tipo valores se destaca en once escenas del anuncio. A lo largo de estas escenas, se enfatiza la importancia de los valores culturales, evidenciados a través de la promoción de la	Patrimonio cultural inmaterial, valores (11) Pesca tradicional (3) Actitud del personaje respecto a la musicalización (5) Personaje luciendo un traje típico de su región (3)





							pesca tradicional, la actitud de los personajes hacia la musicalización, la presentación de personajes con trajes típicos de su región y la manifestación de la solidaridad comunitaria. Estos elementos culturales contribuyen a la representación auténtica y diversa de la riqueza cultural peruana en el anuncio.	Solidaridad comunitaria (2)
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como creencias.	1	14	El patrimonio cultural inmaterial de tipo creencias se destaca en una escena del anuncio. En esta escena, se visualiza la iglesia Santiago Apóstol, perteneciente a la religión católica. Aunque	Religión católica (1)



							en la mayoría de las escenas no se observa el uso de elementos del patrimonio cultural inmaterial de tipo creencias, esta representación específica contribuye a la diversidad de expresiones culturales presentes en el anuncio.	
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	5	10	El patrimonio cultural inmaterial de tipo saberes se destaca en cinco escenas. Estas escenas resaltan la importancia de los saberes culturales, evidenciados a través de la pesca tradicional y la presentación de técnicas de agricultura sostenible. Además, se menciona la aplicación	Pesca tradicional (4) Técnicas de agricultura sostenible (1) Conocimientos aplicados en la comercialización de recursos naturales (1) Actitud de los personajes respecto a la musicalización (1)



							de conocimientos en la comercialización de recursos naturales y la actitud de los personajes hacia la musicalización, contribuyendo así a la representación auténtica y diversa de los saberes culturales presentes en la riqueza cultural peruana.	
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.	2	13	El patrimonio cultural inmaterial de tipo tradiciones se destaca en dos escenas del anuncio. Estas escenas resaltan la presencia de textilería tradicional, artesanía y danzas, elementos representativos de las ricas tradiciones culturales presentes en	Textilería tradicional (2) Artesanía (1) Danzas (1)



							la diversidad peruana. Estos aspectos contribuyen a la autenticidad y representación de las tradiciones culturales en el anuncio.	
--	--	--	--	--	--	--	---	--



GUÍA DE RESUMEN – IDENTIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN								
Nº de escenas	15							
Dirección de enlace del spot	<a href="https://youtu.be/o4C8h7QbcHI">https://youtu.be/o4C8h7QbcHI</a>							
Unidad Temática	Categoría	Subcategoría	Códigos	Ítems	Se observa	No se observa	Resumen de Interpretaciones	Términos Clave
Lenguaje Audiovisual	Elementos morfológicos	Elementos visuales	Abstractos	La escena del spot presenta elementos visuales abstractos.	15	0	Se destaca la cuidadosa utilización de elementos morfológicos visuales abstractos para representar la diversidad cultural y geográfica del Perú. La modificación de la temperatura de color, la disposición de elementos visuales en pantalla y el uso estratégico de texto contribuyen a la estética del clip, transmitiendo emociones como aventura, relajación y autenticidad. En	Énfasis en el Escenario (15) Correcciones de Color (15) Autenticidad con Texto de Ubicación (10) Composición Visual y Movimiento de Cámara (9) Sensaciones y Emociones Transmitidas Aventura (3) Positivismo (2) Tranquilidad (2) Relajación (2) Alegría (2)



							<p>conjunto, estos elementos visuales crean una narrativa visual cohesiva que va más allá de la promoción de la cobertura nacional de Entel, capturando la riqueza cultural y geográfica del país de una manera estéticamente atractiva y significativa. La edición cuidadosa del color, inclinando la gama a tonos cálidos en momentos específicos, potencia el impacto visual y contribuye a la atmósfera general de las escenas, creando una narrativa visual coherente y estéticamente atractiva.</p>	<p>Vestimenta Tradicional (3) Música del Spot (3) Personajes Principales (3) Actividad Económica (2) Modernidad/Innovación (2)</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	--



			Simbólicos	La escena del spot presenta elementos visuales simbólicos.	15	0	<p>Se denota una planificación en la disposición de elementos visuales, destacando la belleza natural y cultural del Perú a través de la representación de lugares emblemáticos. La inclusión de elementos culturales locales, como trajes tradicionales y artesanías, añade un componente estético que refuerza la narrativa del anuncio, transmitiendo mensajes de autenticidad, identidad cultural y hospitalidad. El uso estratégico de símbolos, como el mapa de departamentos y el</p>	<p>Énfasis en el Escenario (15) Cultura Local y Actividades Económicas (10) Presencia de Elementos Naturales y Arquitectónicos (9) Vestimenta Tradicional (3) Transporte Característico de Negocios Locales (4) Autenticidad con Identidad Cultural y Hospitalidad (2) Impacto Visual del Escenario (1) Logotipo de Entel (15)</p>
--	--	--	------------	--	----	---	--	--



							logotipo de Entel, sugiere una conexión entre la marca y la identidad nacional, a la vez que elementos de la cotidianeidad, como la reunión de pescadores artesanales y el transporte local, contribuyen a la autenticidad de las representaciones y fortalecen la conexión emocional con la audiencia.	
		Elementos sonoros	Voz	La escena del spot presenta alguna voz.	4	11	Aunque la mayoría de las escenas no incorporan este elemento sonoro, se destaca el uso estratégico de la voz en off en las escenas 11, 12, 13, y 14, donde se reproduce un mensaje	Voz en Off (4) Mensaje sobre Cobertura (3) Énfasis en la Alta Cobertura (3) Promoción de Conectividad (3)





							<p>que enfatiza la alta cobertura de Entel, destacando la conectividad en diferentes ubicaciones y subrayando la importancia de la comunicación constante en la vida cotidiana. Esta inclusión sonora refuerza el mensaje central del anuncio, aportando un componente narrativo auditivo que complementa las imágenes visuales. La locución en off, además, se utiliza para resaltar el eslogan final del anuncio en la escena 14, proporcionando un cierre impactante y</p>	<p>Importancia de la Comunicación Constante (3)</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	---



							memorable para la audiencia.	
			Música	La escena del spot presenta alguna musicalización.	14	1	La inclusión de música se presenta como una herramienta narrativa que busca generar una conexión más profunda con la audiencia. La elección de una canción muy popular dentro del género tropical peruano, con la incorporación de instrumentos propios de la música peruana como la quena, la zampoña y el charango, apunta a fortalecer el mensaje de pertenencia y orgullo nacional. La musicalización contribuye a la creación de una atmósfera emocional que potencia la identificación del	Uso de Música para Generar Implicación (14) Identificación con Canción Popular del Género Tropical Peruano (14) Contribución a Mensaje de Pertenencia y Orgullo Nacional (14) Incorporación de Instrumentos Propios de la Música Peruana (14) Mensaje de Fortalecimiento del Sentido de Pertenencia (14) Diferenciación de la Versión Original con Instrumentos Propios (14)



							<p>público con las imágenes del spot. La cuidadosa selección de la música no solo complementa visualmente las escenas, sino que también refuerza el mensaje central del anuncio, creando una experiencia audiovisual más inmersiva y memorable.</p>	
			Efectos de sonido	La escena del spot presenta algún efecto de sonido.	8	7	<p>La inclusión de efectos de sonido en distintas escenas se presenta como una estrategia para intensificar la inmersión del espectador en una experiencia auténtica y cotidiana. La utilización de sonidos ambientales, como el viento en la</p>	<p>Amplificación de la Inmersión con Efectos de Sonido (8) Evocación de Sentimientos de Cotidianeidad (3) Reflejo de Confraternidad y Orgullo por la Música Peruana (1)</p>



							<p>ciudad, los aplausos de los pescadores, la risa en la celebración cultural, y los sonidos característicos de la motocarga y el mototaxi, busca generar un mayor realismo y conexión emocional. Estos efectos sonoros contribuyen a la creación de una atmósfera que refleja la diversidad y autenticidad de las situaciones representadas en el anuncio. Además, la elección específica de sonidos locales y cotidianos pretende familiarizar al espectador con los entornos presentados, promoviendo así una</p>	<p>Transmisión de Emociones Positivas Asociadas con la Celebración Cultural (2) Reforzamiento del Mensaje de Hospitalidad (2) Familiarización del Espectador con el Entorno (1) Reconocimiento de Sonidos Característicos (3) Énfasis en Autenticidad y Cotidianeidad (4)</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---



							identificación más profunda y positiva con la marca.	
			Silencio	La escena del spot presenta silencio.	0	15	-	-
	Elementos sintácticos	Planos	General	La escena del spot presenta el plano general.	10	5	La utilización del plano general en distintas escenas refleja una estrategia consistente para resaltar las características estéticas de las zonas geográficas representadas en el anuncio. Este tipo de encuadre proporciona una visión amplia y panorámica del escenario, permitiendo al espectador apreciar la belleza de la arquitectura local, la riqueza de la flora, la	Énfasis en Características Estéticas de la Zona Geográfica del Perú (5) Contextualizar, Celebrar la Geografía y Destacar la Vida Rural (4) Enfatizar la Identidad Cultural y Transmitir Aprecio por la Arquitectura Local (1) Destacar la Riqueza de la Flora Local y el Método de Transporte (1) Enfatizar la Identidad Comercial Local (1)



							<p>vida rural y los elementos culturales presentes en cada escena.</p> <p>En particular, el plano general se utiliza para contextualizar las escenas, celebrar la geografía, destacar la vida rural, enfatizar la identidad cultural, y transmitir un aprecio por los detalles locales.</p> <p>También se observa la intención de generar interés y curiosidad en el espectador, ya sea a través de la presencia de mototaxis, la arquitectura local, o la vestimenta de los personajes.</p> <p>Es notable la coherencia en la aplicación de esta</p>	<p>Generar Curiosidad y Destacar la Identidad Comercial Local (1)</p>
--	--	--	--	--	--	--	---	---



							técnica a lo largo de las diferentes escenas, lo que contribuye a establecer una continuidad visual y a reforzar la identidad y autenticidad de cada lugar representado.	
			Americano	La escena del spot presenta el plano americano.	2	13	El uso del plano americano se caracteriza por encuadrar a los personajes desde la parte superior del cuerpo hasta las rodillas o muslos. Este tipo de encuadre permite destacar la presencia y vestimenta de los personajes, proporcionando un énfasis particular en la identidad cultural y los detalles de la vestimenta	Énfasis en Características Estéticas de la Zona Geográfica y Vestimenta (1) Destacar la Danza y los Trajes como Elementos Significativos (1) Representación de Identidad Cultural, Respeto por la Diversidad e Identificación del Espectador (1)



						<p>tradicional. A diferencia de los planos generales, los planos americanos se centran más en los personajes y sus acciones, ofreciendo una visión más detallada de la vestimenta y expresiones faciales. Estos encuadres pueden tener un impacto emocional al permitir que el espectador se conecte más estrechamente con los personajes y las expresiones culturales representadas en las escenas, subrayando la representación de la identidad cultural y fomentando la conexión emocional del espectador con la</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--





							diversidad cultural y el respeto por las tradiciones.	
			Medio	La escena del spot presenta el plano medio.	2	13	El plano medio permite un enfoque más cercano a los personajes y a las actividades que están realizando. Este encuadre permite apreciar tanto los elementos característicos de tales zonas como la actividad humana que ocurre en ese contexto. El encuadre captura tanto la geografía como la vida rural, y enfatiza la identidad comercial local. Este tipo de plano es efectivo para transmitir la autenticidad de las situaciones y para involucrar al espectador	Énfasis en Características Estéticas de Tal Zona Geográfica del Perú (1) Contextualizar, Destacar la Geografía y Enfatizar la Identidad Comercial Local (1)



							de manera más íntima con los elementos visuales de las escenas.	
			Primer	La escena del spot presenta el primer plano.	3	12	Este tipo de encuadre se caracteriza por mostrar el rostro o una parte específica del cuerpo de los personajes, permitiendo un enfoque detallado en las expresiones faciales y gestos. Este plano captura la conexión emocional de los personajes con su herencia cultural a través de la música y resalta la autenticidad de la experiencia. Este encuadre refuerza la conexión emocional del espectador con los personajes y el mensaje del anuncio.	Estrategia Efectiva para Fomentar la Conexión Cultural (2) Énfasis en Reacción y Gestos para Transmitir Conexión Emocional con la Herencia Cultural (2)



			Detalle	La escena del spot presenta el plano detalle.	3	12	<p>El Plano Detalle se utiliza estratégicamente en tres escenas para resaltar elementos clave, como el nombre de la canción hecha especialmente para el spot, las artesanías locales y acciones narrativas específicas.</p> <p>Esta elección de encuadre busca proporcionar referencias claras, fomentar la conexión cultural, promoviendo la apreciación de la singularidad de las comunidades y transmitir autenticidad, contribuyendo así al mensaje publicitario general.</p>	<p>Énfasis en Datos de la Pista Musical y Conexión Personal (2)</p> <p>Destacar la Identidad Musical del País y Transmitir un Mensaje de Autenticidad Cultural (1)</p> <p>Estrategia Efectiva para Destacar la Artesanía Única y Auténtica de la Comunidad (1)</p>
--	--	--	---------	---	---	----	---	--



		Ángulos	Normal	La escena del spot presenta el ángulo normal.	10	5	<p>El uso predominante del Ángulo Normal en varias escenas se traduce en una perspectiva neutral que permite al espectador observar los elementos de la composición en su plenitud, sin distorsiones visuales significativas.</p> <p>Esta elección se interpreta como un punto de vista frecuente, proporcionando una sensación de familiaridad, realismo y conexión fácil con el contenido visual.</p> <p>Destacar elementos específicos y mantener una jerarquía visual equitativa son posibles gracias a esta perspectiva,</p>	<p>Punto de Vista Frecuente (10)</p> <p>Sensación de Familiaridad y Realismo (2)</p>
--	--	---------	--------	---	----	---	---	--



							contribuyendo así a la representación natural y auténtica del contenido audiovisual.	
			Picado	La escena del spot presenta el ángulo picado.	2	13	El uso del Ángulo Picado en las escenas analizadas sugiere una elección deliberada de una perspectiva desde un punto elevado, otorgando al espectador una vista panorámica y completa de los escenarios. Esta elección se interpreta como una estrategia para destacar la importancia económica y geográfica de las zonas representadas, brindando protagonismo al entorno y resaltando la conexión con la naturaleza y la riqueza	Protagonismo del Escenario y Conexión con el Comercio Marítimo (1) Resalta la Integración con la Naturaleza y la Riqueza Geográfica (1)



							geográfica. La ausencia del Ángulo Picado en algunas escenas sugiere una variación en las decisiones de composición, pero cuando se utiliza, refuerza la narrativa visual al proporcionar una visión integral y destacar elementos clave.	
			Contrapicado	La escena del spot presenta el ángulo contrapicado.	4	11	La presencia del Ángulo Contrapicado en las escenas analizadas sugiere una elección consciente de una perspectiva desde un punto bajo, permitiendo al espectador observar los elementos de la composición desde una posición ascendente. En las escenas donde se	Belleza del Paisaje y Contraste Visual Impactante (2) Visualización Completa de la Iglesia y Detalles de los Personajes (1) Atención a Elementos de la Composición y Contraste Visual Estético (1)



							utiliza este ángulo, se enfatiza la belleza del paisaje, se realza el impacto visual de los escenarios y se añade un contraste estético. La ausencia de Ángulo Contrapicado en varias escenas indica una variedad en las decisiones de composición, pero cuando se emplea, destaca elementos específicos y brinda una vista más detallada y majestuosa de la arquitectura y los paisajes urbanos.	Enfoque Amplio hacia Edificaciones en Calles de Iquitos (1)
			Nadir	La escena del spot presenta el ángulo nadir.	0	15	-	-
			Cenital	La escena del spot presenta	0	15	-	-



				el ángulo cenital.				
		Movimientos de cámara	Travelling	La escena del spot presenta el movimiento de cámara travelling.	6	9	El uso del Travelling en las escenas analizadas es significativo para la narrativa visual. Se utiliza para generar una sensación de inmersión, destacando la importancia y conexión de los elementos presentados con la actividad económica y comercial del país. Además, el travelling destaca panoramas y localidades, otorgando relevancia a los escenarios presentados. Genera una experiencia visual dinámica y auténtica, añadiendo profundidad a la narrativa del anuncio. La	Inmersión (6) Narrativa Visual (3) Dinámica (6) Perspectiva Auténtica (2) Conexión (2)





							ausencia de Travelling en varias escenas sugiere una variedad en las decisiones de composición, pero cuando se emplea, contribuye significativamente a la presentación inmersiva y dinámica de la historia visual.	
			Till	La escena del spot presenta el movimiento de cámara till.	0	15	-	-
			Paneo	La escena del spot presenta el movimiento de cámara paneo.	8	7	El movimiento de cámara tipo Paneo se utiliza estratégicamente en varias escenas para enriquecer la narrativa visual. Se utiliza para destacar elementos clave, como personajes locales, el paisaje en	Conexión (3) Dinámica (8) Belleza (3) Identidad Cultural (2) Narrativa Visual (2) Contextualización (2) Autenticidad (2) Experiencia Única (2) Exploración (1)



							distintas ubicaciones emblemáticas y la conexión entre la cultura local, la naturaleza y la vida cotidiana. El paneo contribuye a una experiencia inmersiva, resaltando la belleza, autenticidad y singularidad de cada región peruana. La decisión de utilizar o no este movimiento varía, pero cuando se emplea, agrega dinamismo y profundidad a la presentación visual, destacando la diversidad y vitalidad cultural del país.	Diversidad (1)
			Zoom	La escena del spot presenta el movimiento de cámara zoom.	0	15	-	-



Representación Cultural	Patrimonio cultural	Patrimonio Cultural Material	Arquitectónico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arquitectónico.	3	12	Se infiere que la inclusión de elementos de arquitectura colonial tiene la intención de transmitir la identidad nacional, autenticidad y legado cultural. Estos elementos reflejan un contraste histórico arquitectónico y añaden atractivo cultural a la presentación visual. Las escenas resaltan la riqueza cultural, histórica y comercial de las respectivas regiones, promoviendo así el patrimonio arquitectónico local.	Transmisión de Identidad Nacional, Autenticidad y Legado (3) Reflejo del Contraste Histórico Arquitectónico y Atractivo Cultural (2) Énfasis en la Riqueza Cultural, Histórica y Comercial de la Región (1) Promoción del Patrimonio Arquitectónico Local (1)
			Arqueológico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material arqueológico.	0	15	-	-



			Artístico e Histórico	La escena del spot presenta patrimonio cultural material artístico e histórico.	3	12	La presencia de elementos como trajes tradicionales y artesanías se interpreta como elementos físicos con un valor cultural, histórico y artístico significativo. La inclusión de estos elementos en las escenas representa la identidad, autenticidad y la herencia cultural de las regiones de Arequipa y Cusco. Además, se infiere que la incorporación de elementos de arquitectura colonial en la escena 9 tiene la intención de transmitir la identidad nacional, autenticidad y el legado cultural, destacando la	Identidad, Autenticidad y Herencia Cultural (3) Valor Cultural, Histórico y Artístico Significativo (3) Riqueza Cultural, Histórica y Religiosa de la Región (1) Promoción del Patrimonio Arquitectónico Local (1) Incrementa la Identificación con los peruanos que Forman Parte de la Iglesia Católica (1)
--	--	--	-----------------------	---	---	----	--	--



							riqueza cultural, histórica y religiosa de la región	
			Industrial	La escena del spot presenta patrimonio cultural material industrial.	7	8	La presentación de métodos de transporte marítimo, elementos característicos del puerto y métodos de transporte en comunidades locales se interpreta como representaciones de la habitualidad, la vida local y la autenticidad en relación con la cultura local de los peruanos dedicados a actividades tradicionales, como la pesca. Estos elementos contribuyen a la narrativa de autenticidad, destacando la vida local y las actividades	Aspecto de Habitualidad, Vida Local y Autenticidad (7) Conexión Tangible con las Tradiciones Comerciales de la Región (4) Relevancia Económica (3) Conexión con las Tradiciones Pesqueras Locales (3) Narrativa de Autenticidad (4) Vinculación con las Actividades Cotidianas en la Comunidad (4)



							cotidianas en diversas regiones del país, reflejando una conexión tangible con las tradiciones comerciales y las actividades industriales de esas áreas. La presencia de estos elementos resalta la relevancia económica y la conexión con las tradiciones locales, proporcionando una representación cultural rica y auténtica.	
			Natural	La escena del spot presenta patrimonio cultural material natural.	11	4	La presencia de escenarios naturales propios de Perú se interpreta como una representación de autenticidad cultural. La exposición de estos patrimonios naturales en el spot comunica la	Autenticidad Cultural, Reflejo de Escenario Natural Propio del Perú (11) Comunicación de Belleza, Diversidad y Singularidad de la Naturaleza del País (11)



							belleza, diversidad y singularidad de la naturaleza del país. La inclusión de estos escenarios tiene el objetivo de transmitir la identidad nacional y ofrecer una visión auténtica y atractiva de Perú. Estos elementos naturales representan la riqueza y diversidad del patrimonio natural del país, contribuyendo a la narrativa cultural al resaltar la conexión del pueblo peruano con su entorno natural.	Transmisión de Identidad Nacional (11) Ofrecer una Visión Auténtica y Atractiva del País (11)
		Patrimonio Cultural Inmaterial	Símbolos	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como símbolos.	3	12	La presentación de símbolos culturales específicos, como el patrón textil tradicional en la vestimenta, los pasos de danza y los	Presentación de Símbolos Culturales Específicos (Patrón Textil en la Vestimenta) (3)



							modelos y técnicas de piezas artesanales, está orientada a destacar la diversidad y riqueza cultural dentro de la identidad de las comunidades del interior del país. La inclusión de estos elementos refleja la intención de promover la diversidad cultural, el orgullo por la identidad nacional y representar una experiencia cultural auténtica. La estética del traje y las artesanías vuelve más llamativa la toma y capta la atención del espectador.	Destacar la Diversidad y Riqueza Cultural (3) Promover la Diversidad Cultural y Orgullo por la Identidad Nacional (3) Representar una Experiencia Cultural Auténtica (3) Estética del Traje como Elemento Llamativo y Atractivo (3)
			Valores	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como valores.	11	4	Se infiere que, la representación de valores, destaca aspectos como el respeto por la	Representación de Valores en Relación al Respeto por la Naturaleza (6)





							naturaleza, transmitiendo un mensaje positivo sobre la armonía entre las comunidades locales y su entorno natural. Además, se denota la conexión con las raíces culturales, la sostenibilidad, la solidaridad comunitaria, y el orgullo por la herencia cultural, contribuyendo a la construcción de una narrativa cultural rica y auténtica en el spot.	Pesca Tradicional en Salaverry como Actividad Sostenible (4) Mensaje Positivo sobre la Armonía entre Comunidades Locales y su Entorno Natural (4) Lucir un Traje Típico como Símbolo de Conexión con Raíces Culturales y Autenticidad (6) Respeto y Valoración Reforzando la Identidad Cultural (5) Experiencias Simples y Auténticas como Orgullo y Conexión con la Herencia Cultural (5) Solidaridad Comunitaria como Valor Representado (2)
			Creencias	La escena del spot presenta patrimonio	1	14	La interpretación sugiere que la presencia de una	Presentación de Creencias a través de la Iglesia Católica (1)



				cultural no material como creencias.			iglesia católica en la escena indica la conexión de la población peruana con la religión católica, que es una parte significativa de las creencias culturales del país.	
			Saberes	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como saberes.	5	10	Se destaca la representación de conocimientos culturales específicos, especialmente relacionados con la pesca tradicional. La presencia de pescadores artesanales resalta la cotidianidad, autenticidad y valoración de estos saberes, transmitidos y aplicados en la práctica diaria. Elementos como la conexión profunda entre	Expresión de Cotidianidad, Autenticidad y Valoración de Saberes en la Pesca Tradicional (4) Conexión Profunda entre Población Local y Tierra a través de Saberes Tradicionales (1) Destaque de la Autenticidad de la Experiencia Local y Promoción de Tradiciones y



							la población local y la tierra refuerzan la autenticidad de la experiencia y promueven la apreciación de las tradiciones y habilidades transmitidas de generación en generación. Además, en ciertas escenas, se subraya la conexión del personaje con su herencia cultural y el disfrute de experiencias simples y auténticas.	Habilidades Transmitidas Generación tras Generación (1) Orgullo y Conexión del Personaje con su Herencia Cultural a través de la Música del Spot (1)
			Tradiciones	La escena del spot presenta patrimonio cultural no material como tradiciones.	2	13	Estas representaciones tienen la intención de transmitir la importancia de preservar y celebrar las tradiciones locales, subrayando el valor que la población otorga a su herencia cultural. La	Importancia de Preservar y Celebrar Tradiciones Culturales (2) Valoración de la Herencia Cultural y Compartirla con Personas Ajenas (1)



							inserción de elementos específicos en ciertas escenas sugiere el deseo de compartir estas tradiciones con personas ajenas, promoviendo así la apreciación y comprensión de la riqueza cultural de la comunidad local	
--	--	--	--	--	--	--	--	--