



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Narrativa audiovisual del video: Love Story, campaña  
concientización contra El Grooming – 2017 – Movistar –  
Argentina**

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

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**AUTOR:**

Ticllacuri Medina, Jose Luis ([orcid.org/0000-0003-1021-7281](https://orcid.org/0000-0003-1021-7281))

**ASESORA:**

Mg. Nomberto Luperdi, Ana Zoila ([orcid.org/0000-0002-7174-0984](https://orcid.org/0000-0002-7174-0984))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

A mi familia que siempre estuvieron para mí cuando los necesité, quienes me brindaron ese soporte emocional para seguir adelante.

## **Agradecimiento**

En primer lugar deseo agradecer a Dios que me acompañó y me sigue acompañando en cada paso que doy, también a Liliana, Karen, Richard, Catherine y Guasona, quienes aportaron de diversas formas para el desarrollo de esta investigación, y en especial a mi familia, asimismo, a ti que estás leyendo estas líneas y pones tu confianza en este documento.

## Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos.....	v
Índice de Tablas.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEORICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	12
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación</b> .....	12
<b>3.2. Participante</b> .....	14
<b>3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	14
<b>3.4. Procedimientos</b> .....	14
<b>3.5. Rigor científico</b> .....	15
<b>3.6 Método de análisis de los datos</b> .....	15
<b>3.7. Aspectos éticos</b> .....	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN.....	31
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS.....	36

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> - Matriz de Categorización .....	12
<b>Tabla 2</b> - Ficha Técnica del Video .....	13
<b>Tabla 3</b> - Ficha de Observación Primer Corte .....	18
<b>Tabla 4</b> - Ficha de Observación Segundo Corte .....	21
<b>Tabla 5</b> - Ficha de Observación Tercer Corte .....	24
<b>Tabla 6</b> - Ficha de Observación Cuarto Corte .....	27

## Resumen

La investigación cuyo título es, Narrativa Audiovisual Del Video: Love Story, Campaña concientización contra El Grooming – 2017 – Movistar - Argentina el cual tiene como objetivo Determinar las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story – Grooming – Movistar – 2017 – Argentina, es de mencionar que la metodología de investigación utilizada es descriptiva de tipo aplicada de enfoque cualitativo, cuyo diseño de investigación utilizado fue no experimental, Instrumento de recolección de datos que se utilizará será la ficha de observación y la entrevista a un especialista. Cuadros de visualización que permitirá el buen desarrollo de nuestras fichas de observación.

Las fichas de observación que fueron utilizadas como instrumento para la realización de esta investigación señalaron que en los cortes analizados del spot están presentes todos los elementos de la narrativa audiovisual, por lo expuesto se concluye. que los elementos de la narrativa audiovisual reforzaron el mensaje del spot publicitario a través de los elementos visuales que se configuraron entre sí; en los sonoros la música jugó un papel importante en la creación de la atmosfera del video y en el morfológico al final de la historia los personajes mostraron sus verdaderas intenciones, reforzando así el mensaje del Grooming.

**Palabras clave:** Narrativa, visual, sonora, morfológica, grooming.

## **Abstract**

The research whose title is, Narrativa Audiovisual Del Video: Love Story, Awareness Campaign Against Grooming - 2017 - Movistar - Argentina which aims to determine the characteristics of the audiovisual narrative, video: Love Story - Grooming - Grooming - Movistar - 2017 - Argentina, it is to mention that the research methodology used is descriptive of applied type of qualitative approach, whose research design used was non-experimental, Data collection instrument to be used will be the observation sheet and the interview to a specialist. Visualization charts that will allow the proper development of our observation cards.

The observation cards that were used as an instrument for the realization of this research pointed out that in the analyzed cuts of the spot all the elements of the audiovisual narrative are present, therefore it is concluded. that the elements of the audiovisual narrative reinforced the message of the advertising spot through the visual elements that were configured among themselves; in the sonorous ones the music played an important role in the creation of the atmosphere of the video and in the morphological one at the end of the story the characters showed their true intentions, thus reinforcing the message of Grooming.

**Keywords:** Narrative, visual, sound, morphological, grooming.

## I. INTRODUCCIÓN

El avance de las tecnologías de la comunicación influyó en el lenguaje audiovisual digital, en el cual los diversos géneros y formatos se mezclan, las plataformas digitales como internet permite a los usuarios interactuar a través de las redes sociales, en muchos de los casos sin un control adecuado, y dentro de las cuales una de las más importante es el YouTube, debido a que a través de ella se pueden compartir, editar y publicar varios videos de contenido diverso, los cuales están orientados no solo a divertirnos sino a educarnos. (Caneravi, 2022)

La ONU (2019), en la investigación realizada a estudiantes de diversos países, sobre el acoso cibernético, concluyó que de cada 3 estudiantes uno había sido víctima de acoso cibernético, donde la característica más resaltantes es faltar a la escuela, dicha investigación contó con la ayuda del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia-UNICEF, la mayoría de los encuestados coincidieron Facebook, Instagram, Snapchat y Twitter son las redes más comunes para este tipo de acoso y sobre quienes deberían de acabar con este tipo de actos de obtuvo que el 32% indicó que los Gobiernos, el 31% señaló que ellos mismos y solo el 29% que las empresas de internet tenían esa responsabilidad.

Dentro del marco legal en el Perú, el grooming se define como un “delito de acoso sexual por medio de la utilización de medios informáticos, visto en el artículo 5 de la Ley N.º 30096, que castiga con pena privativa de libertad a las personas que buscan un contacto con menores de edad para conseguir material pornográfico a través de los medios digitales, al igual que el capítulo III, sobre delitos informáticos contra la identidad y libertad sexual, establece las sanciones por proposiciones a niños, niñas y adolescentes con fines sexuales a través de los medios tecnológicos, la pena privativa de libertad no menor a cuatro años y mayor de ocho, conforme a al código penal peruano.

El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP (2020), en su plataforma denominada no al acoso virtual ; informa, sobre acoso es en redes

sociales a través del Facebook, whatsapp e Instagram, que representando el 70.25%, 41.5% y 21.75% respectivamente, de las denuncias registradas de víctimas entre niños y adolescentes, correspondiente al periodo comprendido del 2018 al 2021; diversas instituciones tanto públicas como privadas trabajan de la mano para elaborar campañas sociales que ayuden a concientizar el riesgo que existe cuando nuestros niños y jóvenes hagan un mal uso de las redes sociales los cuales están expuestos al ciberacoso (grooming).

Una de las principales razones por las que es importante analizar la presente temática, es para resaltar lo importante que es conocer cada elemento que conforma la narrativa audiovisual, debido a que te permite describir y aplicar cada elemento y estética del producto audiovisual, logrando en conjunto el objetivo del mensaje que se quiere transmitir.

Se analizará la narrativa audiovisual del video de concientización contra el Grooming Elegí cuidarte con el video LOVE STORY, producida por movistar, emitida el 13 de setiembre de Fundación Telefónica (Argentina), donde Almendra Ogdon, y Movistar con la agencia Young y Rubicam, deciden evidenciar esta problemática con la idea creativa para su lanzamiento en dicho país, con el fin de promover el uso adecuado de las tecnologías en los diversos ámbitos, también buscó, prevenir el acoso sexual cibernético.

La investigación tiene una justificación práctica debido a que servirá de soporte con la finalidad de ahondar en la importancia del uso de los elementos de la narrativa audiovisual. En la justificación teórica es poder evidenciar el uso correcto de los componentes de la narrativa audiovisual que se transmiten en la construcción de una historia que ayude a evidenciar un problema social, incentivando a los nuevos investigadores. En la justificación metodológica se utilizó enfoque cualitativo ya que el estudio se basa en análisis de diversas situaciones, diseño no experimental.

Asimismo, en la justificación social busca crear conciencia del buen uso de las redes sociales y el control que se debe tener de ello, por último, tiene una justificación académica debido a que se consultaron diversas fuentes

bibliográficas sobre el análisis de la variable, permitiendo de esta manera obtener el título profesional en Ciencias de la Comunicación.

El Problema general fue ¿Cuáles son las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina?, problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina, en los elementos visuales? ¿Cuáles son las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina, en los elementos sonoros? ¿Cuáles son las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina, en los elementos morfológicos?

Dentro de los criterios de selección, se eligió la narrativa audiovisual del video Love Story – Grooming; considerando que el proceso de ciberacoso sexual o grooming, posibilita el abuso infantil siendo una amenaza para los jóvenes de todo el mundo. El estudio se centra en la campaña publicitaria, elaborado y producida por Movistar, presentada en la Fundación Telefónica, el 13 de setiembre de 2017, en sus redes sociales YouTube, para Argentina, alcanzando en la actualidad más de 2 millones de visualizaciones.

El Objetivo general fue: Determinar las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina? – Movistar – 2017 – Argentina, Objetivos específicos: Describir las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina en los elementos visuales, Identificar las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story – Grooming en los elementos sonoros, describir las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story, campaña concientización contra el grooming – 2017 – Movistar - Argentina en los elementos morfológicos.

## II. MARCO TEÓRICO

Para los antecedentes internacionales se tiene a Allisiardi, (2019), autor cuyo objetivo fue el profundizar el rol que llegaría a asumir la comunicación audiovisual social en la prevención y sensibilización del cyberbullying y bullying en Argentina. La metodología utilizada fue análisis estructural y discursivo de campañas publicitarias con objetivo social vinculado a la problemática de acoso. Se concluyó, reconociendo parcialmente la problemática sin mayores profundizaciones en la dinámica, reflejado en un tratamiento centrado de jóvenes excluyentes de la variable género y diversidad, la cual aportará, en el análisis comunicacional, de las diversas campañas publicitarias en temas sociales.

Por otro lado, en la investigación realizada por Sales (2021), el objetivo general fue conocer el uso que dan las instituciones europeas a las nuevas narrativas audiovisuales en el ámbito publicitario cuando se está en una situación de crisis. La metodología aplicada fue de enfoque cualitativo, a través del análisis de la narrativa audiovisual en diversos spots publicitarios. El autor determinó que el uso de estas narrativas audiovisuales en el ámbito publicitario es beneficiosas para lograr los objetivos de las instituciones, debido a que los usuarios identifican de una mejor manera el mensaje que se quiere dar a conocer. Este estudio aportará mayor relevancia al uso de las nuevas narrativas audiovisuales en el mensaje que se muestra frente a una crisis social.

Asimismo, Cabrera (2019), realiza una investigación cuyo objetivo fue analizar la narrativa audiovisual de la web series, sobre modelos colombianas. La investigación presentó una metodología de corte cuantitativo. El autor concluyó que existen diversos aspectos a tener en consideración con el fin de darle continuidad o ampliar el alcance de la utilización de los componentes de la narrativa audiovisual en los diversos formatos de las webseries en análisis. La investigación ayudará a reconocer la importancia en el cambio de la narrativa tradicional a una narrativa audiovisual donde las plataformas digitales, tienen mayor alcance en los nuevos usuarios.

De igual manera, Lema (2021), en su trabajo de investigación cuyo objetivo general fue evidenciar como se utiliza la publicidad los diversos imaginarios sobre el turismo en la construcción de la estructura narrativa de los spots publicitarios. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, aplicó como técnica de recolección de datos la observación de spots, concluyendo el autor que los contenidos audiovisuales de las campañas de Ecuador y Perú cumplieron con llegar a su público objetivo. Este estudio ayudará a evidenciar la importancia del uso de los elementos de la narrativa audiovisual en los spot publicitarios persuasivos, identificando su alcance a un público objetivo adecuado.

Como último antecedente internacional, se tiene al autor Aguirre (2017), en su investigación sobre el diseño de la narrativa audiovisual, siendo su objetivo general el otorgar conocimiento y desarrollo comunitario de apropiación social mediante el uso de tecnologías de información. La metodología empleada fue de tipo etnográfica, recolectando información a través de entrevista semiestructuradas. El autor concluye que se aportó la ganancia de conceptos e ideas en un análisis con relación a las narrativas audiovisuales y un fortalecimiento de la memoria histórica contada a través de relatos de la época y haciendo una inclinación con la voz de las víctimas. Este estudio aportará un mayor análisis de los elementos de la narrativa para construir una historia sobre hechos relevantes.

A nivel nacional, se consideró a Morales (2020), quien determinó como objetivo general en su investigación identificar el lenguaje de la narrativa audiovisual, a través de análisis de 20 escenas, utilizando como instrumento de recolección la ficha de observación, obtuvo como resultado que el mensaje de las escenas analizadas en los diferentes lenguajes como visuales, sonoros y textuales fueron eficientes y eficaces, concluyendo que los elementos que forman parte de la narrativa audiovisual en el presente análisis cumplen con el objetivo de estudio. La investigación es relevante debido a que contribuirá a describir de manera detallada la importancia del uso del lenguaje de los elementos visuales, sonoros y textuales en los elementos de la narrativa audiovisual.

Agregando a lo anterior, Loa y Rosales (2020), en su investigación cuyo objetivo fue analizar como favorece los elementos de la narrativa audiovisual en la película 1917. Utilizó una metodología de enfoque cualitativo y diseño descriptivo, cuyo instrumento aplicado para el análisis fue la ficha de observación y las entrevistas, los participantes fueron los expertos que aportaron en la investigación. Concluyendo que la narrativa audiovisual favoreció a un nivel técnico y representativo; pero careció de estructura y desarrollo en el libreto y guion literario de la producción. La investigación ayudará a definir como el uso de los elementos de la narrativa audiovisual a nivel técnico contribuyen a mejorar el mensaje

En esa misma línea, Valeriano, Carrillo y Trabadelo, (2021), el objetivo general del autor fue analizar la narrativa audiovisual en diversas plataformas móviles. La metodología empleada fue de corte descriptivo. Se concluyó que los puntos claves de la narrativa audiovisual, son la descripción y la contextualización de las moviserias vs webseries, asimismo, no se pudo definir de modo particular las narrativas audiovisuales móviles, las investigaciones precedentes tienen su objeto de estudio que pueden potenciar diversos aspectos como el tiempo y forma en el cual los países basan sus narrativas. La investigación ayudará a interiorizar la importancia del uso de los elementos morfológicos de la narrativa audiovisual para la construcción del mensaje en plataformas digitales.

Igualmente, Pascual (2019), tuvo como objetivo general analizar de qué manera se presentan la narrativa audiovisual publicitaria, constituida con la estructura narrativa, la estructura dramática, la estructura informativa y la estructura persuasiva, la técnica de observación aplicada fue instrumento, ficha de observación. La metodología de investigación fue de un enfoque cualitativo. Por lo cual concluyó que el trabajo presenta una firme narrativa audiovisual publicitaria, sostenida en la estructura narrativa según su historia, donde los personajes, el espacio y el tiempo fueron correctamente establecidos. El estudio analizado aportará de manera representativa en la importancia de la estructura narrativa en los sport publicitarios de persuasión social.

Finalmente, Mayta (2021), en su artículo de investigación tuvo como objetivo general, definir los elementos influyentes de la narrativa audiovisual de la serie en mención, basado en los comentarios de artículos científicos expuestos con características relevantes que debe contener en un producto audiovisual, utilizando la metodología de revisión tradicional de la literatura, los artículos analizados fueron 80. Se concluye que una productora audiovisual, debe considerar la calidad, el estilo con la capacidad de emocionar al espectador, otorgándole importancia al personaje, la música y la catarsis para generar el producto fílmico. El estudio contribuye a entender de manera detallada como los elementos sonoros y morfológicos influyen a través de un producto audiovisual en las emociones del espectador.

## **2.1 Teorías de investigación**

Para Aguinaga (2001), sostiene que la naturaleza del periodismo está basada en el miedo a lo desconocido, con lo que busca el conocimiento, para lo cual puede traspasar sus propios límites, permitiéndose superar todas las barreras, y la narrativa le permite transmitir información a otros miembros de la comunidad, que estén buscando seguridad y estabilidad en la comunicación.

La llamada teoría del periodismo es diferente a la teoría de la comunicación y la teoría de la información, debido a que ella cuenta con tres características principales; la primera es la importancia que tiene el periodismo, la segunda relacionada a los diferentes métodos para determinarla y a su vez seleccionar los casos y los diversos criterios de valoración que se dan a los elementos involucrados en la selección, para lo cual la transformación de la información es importante en esta teoría y debido a que su base está vinculada al estado de modificaciones de la realidad, satisfacción de la demanda y al Periodismo como actitud apriorística. (Aguinaga, 2001).

La narrativa audiovisual, como teoría general de los textos narrativos, estos compuestos por la sustancia expresiva de imágenes y sonidos, que se convierte en un campo de investigación privilegiado para comprender la función trascendental de los relatos en los contextos comunicativos complejos y en constante cambio de la actualidad (García y Rajas, 2011).

Para García (2003), la narrativa audiovisual se convierte en un término común, abarcando sus especies “radiofónica, videográfica, televisiva, infográfica, narrativa fílmica, etc. enviando un sistema semiótico en particular, que obliga a imponer consideraciones específicas para un correcto análisis y posterior construcción de textos narrativos, como para Ortiz (2018), la narrativa audiovisual, tiene una interpretación vinculada con la Narratología, concretándola como una metódica y sistemática ordenada, del intelecto permitiendo revelar, interpretar y detallar el sistema, desarrollando los mecanismos de la imagen visual y acústica como narratividad.

Focalizando el elemento narrativa audiovisual, como núcleo del proyecto, se enlaza una cantidad de áreas de forma interdisciplinar como (realización, guion y multimedia, sobre todo tecnología audiovisual) logrando como consecuencia una plataforma online con diversos recursos audiovisuales que contenga podcast, análisis textuales, blogs, videos, wikis etc., para posterior a ello extenderlo en plataformas de video como Vimeo, YouTube y en las redes sociales como Twitter, Facebook, etc. (Rajas y Gértrudix, 2016).

*Los elementos visuales*, a lo largo del proceso de narración visual (elementos visuales), se posicionan diferentes personajes y cuando los descubres o los analizas individualmente, tienen diferentes significados al agregarlos a una historia o miniatura – historia (foto o video), asignarles nuevos significados y complementarlos en orden cronológico histórico. Entre los elementos visuales se consideró valioso la investigación: planos, ángulos, movimientos de cámara y colores (Bach, 2007).

*Los Planos* son conocido como unidad mínima visual vinculada a la distancia próxima o lejana de donde se encuentran los objetos dentro del campo visual. Para Aumont y Michel Marie, (2006), las imágenes de las películas se imprimen y proyectan sobre una superficie plana. En la medida en que esta imagen representa un campo, el plano de la imagen es paralelo a un número infinito de otros planos imaginarios que intersecan *profundidad* a lo largo del eje de la lente.

*El ángulo*, según Bedoya, (2011), menciona que en el momento que se quiere registrar la realidad, este nombre se le da a la posición y altura del objeto posicionado en ese momento. Se expresa por la altura de la conexión, dependiendo de donde la cámara capta a las personas y objetos a filmar. Mientras que la distancia y la altura se definen en paralelo, los ángulos están directamente relacionados con el plano a través del marco dado.

Para Block, (2008), el *movimiento de cámara*, estos se perciben a través de la colocación de la cámara en un soporte fijo y no con el desplazamiento, no a través del movimiento de la misma, y mediante un eje este pueda mover en diferentes direcciones (alejándose o acercándose) y de esta manera crear movimientos al personaje u objeto del cual se quiera obtener algún movimiento, desarrollándose diversas secuencias expresivas. Según el movimiento de cámara en el principal componente que atrae la atención, los cuales otorgan cualidades a las dinámicas que se quiere captar.

Según Block, (2008), el *Color*, se define como un componente visual muy poderoso, el cual a su vez no se comprende en su totalidad, en diversos estudios hasta se pueden llegar a un error al tratar de definirlo.

*La narrativa sonora o elementos sonoros* se complementan según lo mencionado por García (2011), A la narrativa visual (elementos visuales) en el film para darle precisión, a través de la música, la cual es un recurso que matiza y completa las diversas narraciones que se presentan, se debe tener criterio al ser transmitido en la música o sonido, logrando que las escenas sean más intensas. Dentro de los componentes de la Narrativa Sonora se toma en cuenta los siguientes: Recursos narrativos del sonido, sonido ambiental, música, voz y silencio

Los Recursos narrativos del *sonido*, se muestran cuando los diversos sonidos son incluidos en las escenas, los cuales. según Gustems, (2012), son los siguientes: Fuera de campo (cuando a través del sonido te permite identificar las escenas aunque estas se encuentren fuera de encuadre); Voz en *off* (voz

de fondo que se escucha en la escena y no pertenece a ningún personaje), los Sonidos *on the air* (sonidos eléctricos presentes en las escenas como el teléfono, la radio, etc); Leitmotiv (es la identificación del personaje a través de un sonido característico); El sonido interno (sonidos característicos del ser humano); Las Transiciones sonoras (articulan y dan ritmo al relato, estas pueden ser según el autor el corte, fundido, anticipación sonora, el enmascaramiento).

*Sonido ambiental*, para Gustems son sonidos externos, que están relacionados al contexto de lo que se quiere transmitir en las escenas (2012). La *Música*, según Bedoya, (2011), son los diversos sonidos que acompañan a lo largo de las escenas de acción, estos pueden mostrar diversos sentimientos como la euforia, melancolía, la tristeza, etc., debido a los múltiples acentos en las melodías, permitiendo al espectador ubicarse fácilmente en el contexto de la escena.

Asimismo, Bedoya, (2011), menciona que la *Voz*, como manifestación sonora, es un componente que acompaña a los diversos personajes en las escenas, presenta múltiples características como la entonación, ritmo, modulación y acento, en algunas ocasiones esta es asumida por el narrador, vinculado a esta, está la palabra como un sistema de comunicación por importante, así como también el código de la vida social. *Silencio*, es un tipo de expresión de falta de voz, ruidos, música, etc., el cual es temporal, pero también presenta diversas densidades causando en el espectador cuando este es prolongado sentimientos de desolación, tristeza y/o muerte.

Los *elementos morfológicos*, según Ortiz (2018), son elementos simples para la comunicación audiovisual, la cual le dan una estructura en la narrativa, los elementos morfológicos, son parte de la narratología el cual propone un modelo (estructura) que describe los elementos constantes y concretos que componen un tipo de narrativa, para lo cual se deberá analizar el espacio, tiempo y personajes.

Para Villalobos, (2017), el *espacio*, se define como el universo mediante el cual el espectador compartirá a través de sus emociones diferentes vivencias: Convencional (delimitación del espacio para determinadas acciones); Discursivo (factor que involucra al espacio en la forma del contenido); temporal (mediante el cual una dimensión del espacio es la duración); sintético (donde el espacio se convierte en elemento organizador de la narración).

*El Tiempo*, según Villalobos, (2017), se convierte en una forma de la narrativa, el cual es voluble, el mismo presenta diversas características como: *Tiempo Condensado* (evidencia el desarrollo de la continuidad de las escenas); *Tiempo fiel* (grabación de las escenas en un solo plano); *Tiempo Abolido* (muestra de los diferentes periodos de tiempo en un mismo personaje); *Tiempo Trastocado* (Flash forward y flashback). *Personaje*, (planos y redondos) conduce y actúa en una historia, es la parte importante de las escenas debido a que toda gira en torno a él.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación es de nivel descriptiva y de tipo Aplicada por que se analiza la teoría basada en casos concretos. Según Hernández (2014), La investigación cumple el propósito de realizar conocimientos y teorías, basadas a solucionar problemas prácticos.

Esta investigación es de corte transversal, desarrollado bajo enfoque cualitativo, cuyo estudio se basa en análisis de diversas situaciones, y para Hernández & Fernández & Baptista, (2006), la investigación se realiza delimitando el problema del cual se realiza un marco teórico, por otro lado, el modelo de recolección de datos se construye a través del estudio de las situaciones que se desarrollan en el mismo concepto donde se desenvuelven. Permitiendo interpretar fenómenos de la realidad estudiando a las personas.

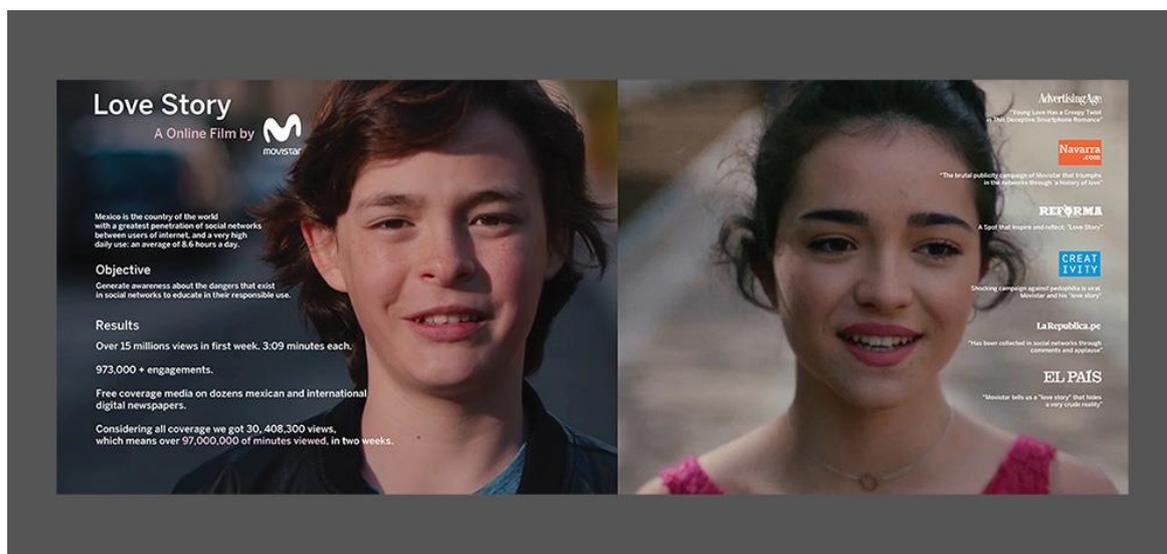
El diseño de investigación utilizado es no experimental. Para Hernández & Mendoza este tipo de diseño no se manipulan datos de una manera deliberada en una variable, los datos solo son analizados tal como se desarrollaron en su contexto habitual (2018).

**Tabla 1** - Matriz de Categorización

CATEGORIA	SUB CATEGORIA	ITEM
NARRATIVA AUDIOVISUAL	Elementos Visuales	Plano
		Angulo
		Movimiento de cámara
		Color
	Elementos sonoros	Recursos narrativos del sonido
		Sonido ambiental
		Música
		Voz
		Silencio
	Elementos morfológicos	Espacio
		Tiempo
		Personaje

Fuente: Elaboración propia

## Ilustración 1 - Escenario de estudio Love Story



Fuente: Movistar - Fundación Telefónica

En la figura se muestra la plana publicitaria del spot Love Story Movistar, en el momento en el que Alejandro y Mia están próximos a encontrarse sin advertir que no eran las personas que pensaban.

**Tabla 2** - Ficha Técnica del Video

Título	Campaña de concientización contra el Grooming - video "Love Story" Movistar – Argentina.
Empresa	Movistar - Fundación Telefónica
Productora	Agencia: Young y Rubicam México
Responsables	- Director General creativo: Karla Santa Anna. - Director creativo: Rodrigo Casas
País	Argentina
Año	2017
Duración	3 min.
Mercado	Adolescentes, jóvenes.
Sinopsis:	El video narra una historia de amor entre dos jóvenes adolescentes, que se conocen y enamoran a través del internet, hasta llegar al punto de tener un encuentro personal con un desenlace muy impactante.

Fuente:

Elaboración propia

### **3.2. Participante**

Se analizó el video *Love Story – Grooming*, emitido el 13 de setiembre del año 2017, #elegícuidarte, creada y presentada por Movistar, Fundación Telefónica, en Argentina, puesta en la red social de YouTube y tiene una duración total de 3 min, en ella se visualizará la historia de dos escolares desde los 13 a 16 años, situados bajo un contexto de enamoramiento a través de las redes sociales con un desenlace inesperado.

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

Análisis del contenido, la revisión narrativa audiovisual será para la recolección de datos, la cual es de gran utilidad porque se basa en un análisis e interpretación de fuentes documentales, identificando los códigos del emisor, su contenido y contexto en el cual se desarrolla. (Guix, 2008).

Instrumento de recolección de datos a utilizar será la ficha de observación, utilizando tesis, libros, artículos. Cuadros de visualización que permitirá el buen desarrollo de nuestras fichas de observación y la entrevista la cual será dirigida a un especialista que dará sustento y soporte a lo observado en la guía.

### **3.4. Procedimientos**

Se observó y grabó las características del video *Love Story – Grooming*, elaborado y producido por movistar, Fundación Telefónica, publicado el 13 de setiembre de 2017, en sus redes sociales YouTube, alcanzando en la actualidad más de 2 millones de visualizaciones, la cual consistirá en verificar si esta es adecuada y se correlaciona con los elementos visuales, sonoros y morfológicos para la construcción del personaje en las escenas del storytelling.

### **3.5. Rigor científico**

Se puede estimar, que el instrumento tiene validez de contenido, ya que responde a las categorías de análisis que han sido elegidas a partir de la teoría sobre el tema de investigación. Sin embargo, la ficha de observación, que se aplicará para el desarrollo de este trabajo de investigación, fue sometida a la validación y consideración de tres expertos en el campo de las Ciencias de la Comunicación, con el fin de que el instrumento se encuentre apto para su aplicación en la unidad de análisis.

### **3.6 Método de análisis de los datos**

Se extrajeron los datos observados del contenido del video, a través de las fichas de observación, siendo estos las dimensiones, de los elementos visuales, elementos sonoros y morfológicos con lo cual se podrá identificar de manera correcta la presencia de los elementos de la variable de estudio haciendo el correcto análisis materia de la investigación.

Se analizaron los principales elementos de la narrativa audiovisual, con la finalidad que estuvieran presentes en todos los cortes identificados, se establecieron cuatro cortes, debido a que el spot publicitario presenta una serie de escenas de manera secuencial, y los cortes ayudaron a establecer los momentos importantes del análisis de esta presente investigación, siendo ellos los siguientes:

- Primer corte: Establecido desde el 0" al 24" – La solicitud de amistad que recibe Alejandro en redes sociales
- Segundo corte: Establecido desde el 25" al 58" – Alejandra y Mía comparten información a través de las redes sociales.
- Tercer corte: Establecido desde el 59" al 1'57" – Mía y Alejandro deciden encontrarse.
- Cuarto Corte: Establecido 1'58" al 2'58" – Encuentro de Mía y Alejandro.

### **3.7. Aspectos éticos**

Para el presente trabajo de investigación, se tomó en cuenta todos los aspectos éticos que servirán para guiar las acciones y a su vez la toma de decisiones de las mismas, y a la recolección de datos con un análisis de fuentes confiables, la cual se rige a normas morales, fundamentada en la subjetividad del investigador y cabe señalar que, en la presente investigación, se respeta los derechos y autoría de los propietarios intelectuales, los cuales están descritos en el código de ética en la Universidad Cesar Vallejo.

#### IV. RESULTADO

**Primer Corte 0” – 24”:** Se observa la solicitud de amistad que recibe el adolescente en redes sociales cuando toma desayuno en la cocina de su casa y decide saludarla

Los elementos de la narrativa audiovisual que se presentan en este corte son: plano general en la cocina de la casa de Alejandro cuando toma desayuno, plano detalle cuando se ve a Alejandro recibir un mensaje de solicitud de amistad de Mia en redes sociales, primerísimo primer plano observado cuando Alejandro contempla la foto de Mia en su solicitud de amistad, el ángulo normal es predominante en las acciones del desayuno, expresión de Alejandro al observar la solicitud de amistad y en los exteriores donde Mia recibe el mensaje, el ángulo picado se ve representado en el detalle cuando se muestra los celulares.

En los movimientos de cámara predomina el paneo horizontal muy sutil al visualizar los detalles de la escena del celular de Alejandro y cámara inmóvil cuando el bus pasa por el paradero, el color en las escenas inicia siendo cálido por la luz de la cocina, asimismo, existen pequeños desenfoques al mostrar los detalles de la escena y pasa hacer frío en los exteriores como el paradero.

De acuerdo con los elementos de la narrativa sonora se presentan los siguientes: el recurso narrativo del sonido utilizado es el *on the air*, al momento que suena la alerta del mensaje entrante al celular de Alejandro y Mia, las escenas son determinadas a través de una música de fondo, acompañado de un sonido ambiental cuando Mia está en el paradero

Con relación a los elementos morfológicos de la narrativa audiovisual existen: el espacio convencional delimitado por los ambientes como la cocina y el paradero, el tiempo es condensado debido al mismo patrón con el que transcurre las escenas diarias y los personajes son planos al mostrarse inicialmente sensibles e ingenuos.



Fuente: Movistar - Fundación Telefónica

**Tabla 3** - Ficha de Observación Primer Corte

SPOT PUBLICITARIO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACION CONTRA EL GROOMING – 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA										
GENERO : Narrativo Publicitario										
DIRECTOR : Karla Santa Anna										
ESCENA : Primer Corte 0" hasta 24"										
DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA : Se observa la solicitud de amistad que recibe el adolescente en redes sociales cuando toma desayuno en la cocina de su casa y decide saludarla										
UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ITEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN			
Narrativa Audiovis ual	Elementos Visuales	Plano	Gran plano general			x				
			Plano General			x	Alejandro desayunando en su cocina			
			Plano Conjunto				x			
			Plano entero				x			
			Plano americano					x		
			Plano medio					x		
			Primer Plano					x		
			Gran primer plano						x	
			Primerísimo primer plano					x	Alejandro contempla de foto de su solicitud de amistad	
			Plano detalle					x	Mensaje de solicitud de amistad de Mia	
			Normal					x	En la mayoría de las escenas del corte (desayuno, expresión y exteriores)	
			Picado		Ángulo			x	x	Cuando se muestra el detalle del celular de Alejandro
			Cenital							x
			Contrapicado							x
Nadir							x			
Aberrante							x			

			x	Muy sutil al visualizar la solicitud de amistad en el celular
		Paneo	Paneo Horizontal	
			Paneo Vertical	x
			Paneo Circular	x
	Movimiento de cámara	Traveling	Traveling de acercamiento	x
			Traveling de alejamiento	x
			Traveling lateral	x
			Traveling vertical	x
			Traveling circular	x
			Zoom	Zoom in
			Zoom out	x
		Cámara inmóvil	x	Cuando el bus pasa por el paradero
	Color	Cálidos	x	Por la luz de los focos de la cocina de la casa de Alejandro
		fríos	x	Cuando Mia está en el paradero
		Desenfoque	x	Para mostrar el detalle de las acciones de Alejandro
		Fuera de campo	x	
		Voz en off	x	
	Recursos Narrativos del sonido	Sonido "on the air"	x	En la alerta del mensaje del celular de Mia y Alejandro
		Leitmotiv	x	
		Sonido interno	x	
		Corte	x	
Elementos Sonoros	Transiciones sonoras	Fundido	x	
		Anticipación sonora enmascaramiento	x	
		Sonido ambiental	x	El ruido del tránsito de vehículos en el paradero donde se encuentra Mia
	Música	x	Describe la escena de manera sonora	
	Voz	x		
		Silencio	x	
Elementos morfológicos	Espacio	Convencional	x	Delimitado por la cocina como

		ambiente interior y paradero exterior
	Temporal	x
	Discursivo	x
	Sintético	x
Tiempo	Tiempo Condensado	x El tiempo usado sigue un mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia
	Tiempo abolido	x
	Tiempo fiel	x
	Tiempo trastocado	x
Personaje	Personaje plano	x Alejandro y Mia se muestran inicialmente sensibles e ingenuos
	Personaje redondo	x

Fuente : Elaboración propia

**Segundo Corte 25” – 58”:** Alejandro y Mia comparten información a través de las redes sociales

Los elementos de la narrativa audiovisual que se presentan en este corte son: Como elementos visuales, los planos generales, al iniciar las imágenes de Alejandro y Mia en sus respectivos espacios de habitación, planos enteros, al chatear recostados en su cama de ambos personajes y planos americanos al momento del selfie tomado por Alejandro y Mia, el ángulo es normal en la mayoría de escenas de corte y ángulo picado en la acción del chat con Alejandro y mía recostados en su cama, asimismo existe un zoom in muy ligero cuando Alejandro está en su sala y coje el celular de la mesa de centro, con una luz cálida, por los focos tenues de la sala y como elementos sonoros presentados en este corte son: El sonido On the air, haciendo referencia al sonido del chat y selfie de los personajes, asimismo una transición sonora de anticipación, por existir continuidad con la música del primer corte, que describe la escena de manera sonora.

Dentro de los espacios morfológicos observado, tenemos un espacio convencional, delimitado por la habitación de Mia y la sala de Alejandro, con un

tiempo condensado el cual es usado en el mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia, cerrando el corte con la escena del personaje plano, de Alejandro y Mia al mostrarse inicialmente sensibles e ingenuos durante la trama de la historia.



Fuente: Movistar - Fundación Telefónica

**Tabla 4 - Ficha de Observación Segundo Corte**

SPOT PUBLICITARIO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACION CONTRA EL GROOMING – 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA							
GENERO : Narrativo Publicitario							
DIRECTOR : Karla Santa Anna.							
ESCENA : Segundo Corte 25" – 58"							
DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA : Alejandro y Mia comparten información a través de las redes sociales							
UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ITEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN
			Gran plano general			x	
			Plano General		x		Cuando inician las imágenes de Mia y Alejandro en sus respectivos espacios
			Plano Conjunto			x	
Narrativa Audiovisual	Elementos Visuales	Plano	Plano entero		x		Cuando Mia se encuentra chateando en su habitación y Alejandro en su sala
			Plano americano		x		Cuando Alejandro se toma una selfie
			Plano medio			x	
			Primer Plano			x	
			Gran primer plano			x	
			primerísimo primer plano			x	

		Plano detalle	x	
Ángulo		Normal	x	En la mayoría de las escenas del corte
		Picado	x	Cuando Alejandro chatea con Mia en su sala
		Cenital	x	
		Contrapicado	x	
		Nadir	x	
		Aberrante	x	
	Movimiento de cámara	Paneo	Paneo Horizontal	x
Paneo Vertical			x	
Paneo Circular			x	
Traveling		Traveling de acercamiento	x	
		Traveling de alejamiento	x	
		Traveling lateral	x	
		Traveling vertical	x	
		Traveling circular	x	
Zoom		Zoom in	x	Cuando Alejandro está en su sala y coje el celular de la mesa de centro
			Zoom out	x
		Cámara inmóvil	x	
Color	Cálidos	x	Por la luz tenue de los focos de la sala de Alejandro y el cuarto de Mia	
		fríos	x	
	Desenfoque	x		
Elementos Sonoros	Recursos Narrativos del sonido	Fuera de campo	x	
		Voz en off	x	
	Sonido "on the air"	x	Presente en el chat de Alejandro y Mia, y cuando se toman los selfies	
		Leitmotiv	x	
	Sonido interno	x		
	Corte	x		
	Fundido	x		
	Transiciones sonoras	Anticipación sonora enmascaramiento	x	Porque existe continuidad de la música del primer corte
			x	
		Sonido ambiental	x	

		Música	x	Describe la escena de manera sonora
		Voz	x	
		Silencio	x	
Elementos Morfológicos	Espacio	Convencional	x	Delimitada por la habitación de Mia y Sala de Alejandro
		Temporal	x	
		Discursivo	x	
		Sintético	x	
	Tiempo	Tiempo Condensado	x	El tiempo sigue un mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia
		Tiempo abolido	x	
		Tiempo fiel	x	
		Tiempo trastocado	x	
	Personaje	Personaje plano	x	Porque Alejandro y Mia se muestran inicialmente sensibles e ingenuos
		Personaje redondo	x	

Fuente: Elaboración propia

**Tercero Corte 59” – 1'57"** Mia y Alejandro deciden encontrarse y cada uno identifica su vestimenta para el encuentro

Para este corte los elementos presentados fueron, elementos visuales como: plano general al enfocar la situación de Mia preguntándole por chat a Alejandro si se pueden encontrar, un primer plano en la respuesta de Alejandro para el encuentro y un plano detalle predominante en el enfoque de celular de Alejandro al responder, dentro de ello los ángulos predominantes fueron los normales representados en todas las escenas del corte, se evidenció un desenfoque en los fondos de las escenas tanto el parque exterior donde se encontraba Mia, el salón de clase donde estaba Alejandro y enfoques en los detalles del celular presentados por ambos personajes durante todo el corte.

En los elementos sonoros presentados en el corte, se puede evidenciar los recursos narrativos del sonido como On the air, al realizar el texteo de Alejandro y Mia, con una transición sonora de anticipación sonora, al existir continuidad de la música del segundo corte, con una música de fondo que describe toda la escena de manera

sonora, con un espacio convencional delimitado por el espacio exterior de Mia y salón de clases de Alejandro, un tiempo condensado al usarse el mismo patrón de continuidad con el transcurrir diario de Alejandro y Mia, reflejados en un personaje plano para este corte, por mostrarse sensibles e ingenuos ante el encuentro y elección de la vestimenta de Alejandro y Mia.



Fuente: Movistar - Fundación Telefónica

**Tabla 5** - Ficha de Observación Tercer Corte

SPOT PUBLICITARIO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACION CONTRA EL GROOMING – 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA									
GENERO : Narrativo Publicitario									
DIRECTOR : Karla Santa Anna.									
ESCENA : Tercero Corte 5” – 1'57”									
DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA : Mia y Alejandro deciden encontrarse y cada uno identifica su vestimenta para el encuentro									
UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ITEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN		
Narrativa Audiovisual	Elementos Visuales	Plano	Gran plano general			x			
			Plano General				x		
			Plano Conjunto					x	
			Plano entero						x
			Plano americano						x
			Plano medio					x	Cuando Mia le pregunta a Alejandro si pueden conocerse

			Quando Alejandro le responde a Mia para el encuentro	
		Primer Plano	x	
		Gran primer plano	x	
		primerísimo primer plano	x	
		Plano detalle	x	
			Quando se muestra el celular de Alejandro	
			Predomina en todas las escenas del corte	
Ángulo		Normal	x	
		Picado	x	
		Cenital	x	
		Contrapicado	x	
		Nadir	x	
		Aberrante	x	
Movimiento de cámara	Paneo	Paneo Horizontal	x	
		Paneo Vertical	x	
		Paneo Circular	x	
	Traveling	Traveling de acercamiento	x	
		Traveling de alejamiento	x	
		Traveling lateral	x	
		Traveling vertical	x	
		Traveling circular	x	
	Zoom	Zoom in	x	
		Zoom out	x	
		Cámara inmóvil	x	
Color		Cálidos	x	
		fríos	x	
		Desenfoque	x	
			Para mostrar el detalle de las acciones de Alejandro y Mia	
Elementos Sonoros	Recursos Narrativos del sonido	Fuera de campo	x	
		Voz en off	x	
		Sonido "on the air"	x	
		Leitmotiv	x	
		Sonido interno	x	
		Transiciones sonoras	Corte	x
			Fundido	x

			Porque existe continuidad de la música del segundo corte
		Anticipación sonora	x
		enmascaramiento	x
		Sonido ambiental	x
		Música	x
		Voz	x
		Silencio	x
			Delimitada por el espacio exterior de Mia y salón de clases de Alejandro
	Espacio	Convencional	x
		Temporal	x
		Discursivo	x
		Sintético	x
			El tiempo usado sigue un mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia
	Tiempo	Tiempo Condensado	x
		Tiempo abolido	x
		Tiempo fiel	x
		Tiempo trastocado	x
			Porque Alejandro y Mia se muestran inicialmente sensibles e ingenuos
	Personaje	Personaje plano	x
		Personaje redondo	x

Fuente : Elaboración propia

#### **Cuarto Corte 1'58" – 2'58"** El encuentro de Mia y Alejandro

Para la narrativa audiovisual los elementos visuales que presentó esta escena fueron: el plano general y plano conjunto representados cuando se encuentran Alejandro y Mia en los exteriores del parque, plano medio cuando Alejandro y Mia caminan hacia el encuentro y plano detalle cuando se muestra el celular en las manos de cada personaje, un ángulo normal predominante durante todo el corte. El movimiento de cámara es un paneo horizontal, ligero traveling de acercamiento en el cruce de miradas de ambos personajes, el color es frío por el clima en el parque al momento del encuentro entre los personajes y

desenfoco porque muestra el detalle de las expresiones utilizadas entre los personajes.

En los elementos sonoros presentados en el corte, se puede evidenciar los recursos narrativos del sonido con una transición sonora de anticipación sonora, al existir continuidad de la música del tercer corte, sonido ambiental representado por los árboles en movimiento, con una música que describe todo el corte

En los elementos morfológicos se encontraron, el espacio convencional delimitado por el espacio exterior de los personajes en el parque, tiempo condensado al usar un mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia y el personaje redondo identificado por Alejandro y Mia cuando muestran contradicciones, emociones y conflictos internos al encuentro físico de sus verdaderos personajes.



Fuente: Movistar - Fundación Telefónica

#### **Tabla 6 - Ficha de Observación Cuarto Corte**

---

SPOT PUBLICITARIO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACION CONTRA EL GROOMING  
– 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA

---

GÉNERO : Narrativo Publicitario

---

DIRECTOR : Karla Santa Anna.

---

ESCENA :Cuarto Corte 1'58" - 3'

DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA

UNIDAD TEMÁTICA	SUBUNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ITEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN			
Narrativa Audiovisual	Elementos Visuales	Plano		Gran plano general	x		El encuentro de Alejandro y Mia en el parque			
				Plano General		x				
				Plano Conjunto	x		El encuentro de Alejandro y Mia en el parque			
				Plano entero		x				
				Plano americano		x				
				Plano medio	x		Presentado en las escenas del caminar de Alejandro y Mia al encuentro			
				Primer Plano		x				
				Gran primer plano		x				
				primerísimo primer plano		x				
				Plano detalle	x		Reflejado en los celulares al encuentro de los personajes			
		Ángulo				Normal	x		Predomina en la mayoría de las escenas	
						Picado		x		
						Cenital		x		
						Contrapicado		x		
						Nadir		x		
						Aberrante		x		
		Movimiento de cámara			Paneo	Paneo Horizontal	x		En el cruce de miradas de Alejandro y Mia	
						Paneo Vertical		x		
						Paneo Circular		x		
					Traveling				Traveling de acercamiento	x
Traveling de alejamiento									x	
Traveling lateral									x	
Traveling vertical									x	

		Traveling circular	x	
	Zoom	Zoom in	x	
		Zoom out	x	
		Cámara inmóvil	x	
		Cálidos	x	
	Color	fríos	x	Presentado por el clima del parque en el encuentro de los personajes
		Desenfoque	x	Muestra las expresiones y detalles de Alejandro y Mia
Elementos Sonoros	Recursos Narrativos del sonido	Fuera de campo	x	
		Voz en off	x	
		Sonido "on the air"	x	
		Leitmotiv	x	
		Sonido interno	x	
	Transiciones sonoras	Corte	x	
		Fundido	x	
		Anticipación sonora enmascaramiento	x	Porque existe continuidad de la música del primer corte
		Sonido ambiental	x	Ligero sonido de los pájaros, pisadas y árboles en movimiento
		Música	x	Describe la escena de manera sonora
		Voz	x	
		Silencio	x	
Elementos Morfológicos	Espacio	Convencional	x	Delimitada por el espacio exterior de Mia y Alejandro en el parque
		Temporal	x	
		Discursivo	x	
		Sintético	x	
	Tiempo	Tiempo Condensado	x	El tiempo usado sigue un mismo patrón con el transcurrir diario de Alejandro y Mia
		Tiempo abolido	x	
		Tiempo fiel	x	
Tiempo trastocado		x		
Personaje		Personaje plano	x	

---

x

Alejandro y Mia muestran contradicciones, emociones y conflictos internos al encuentro

---

Personaje redondo

Fuente : Elaboración propia

## V. DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación es: Determinar las características de la narrativa audiovisual, video: Love Story – Grooming – Movistar – 2017 – Argentina; a partir de los resultados obtenidos en los instrumentos aplicados, se obtiene que estos son congruentes con lo que menciona García y Rojas (2011), que la narrativa audiovisual, está compuesta por la expresión de imágenes y sonidos con características específicas para la construcción de una historia con un mensaje adecuado.

Con respecto al objetivo específico 1, la guía de observación aplicada demuestra que los planos utilizados han sido generales y de conjunto durante los encuentros y las expresiones; y de detalle en las acciones de los personajes en la trama; predomina un ángulo normal, el movimiento fue un ligero paneo horizontal con un sutil traveling de acercamiento, lo cual está sustentado por Bach (2007), quien indica que la narrativa audiovisual, está compuesta por diversos elementos y cada elemento tiene una característica que, puesta en una historia, da un significado relevante y un sentido al contenido de la misma.

Con respecto al objetivo específico 2, los resultados obtenidos en esta investigación, la música, describe las escenas de manera sonora y el sonido ambiental, presenta los acontecimientos de manera natural. En la entrevista realizada a la Lic. Ana Jaramillo, que la música presenta una melodía tranquila que genera ilusión y esperanza durante el tramo de la historia, según lo menciona el autor García, (2011). La música es un recurso que matiza y completa las diversas narraciones de una historia.

Con respecto al objetivo específico 3, los resultados obtenidos de la guía de la observación en esta investigación, se pudo observar que, los personajes de Alejandro y Mia, eran personajes planos al inicio de la historia, porque se mostraban sensibles e ingenuos, y al final se convierten en personajes redondos, porque al final de la historia cambian mostrando sus verdaderas intenciones asimismo las escenas se desarrollan en un Tiempo Condensado

porque las escenas se dan de manera secuencial mostrando un mismo patrón, sustentado por Ortiz (2018), quien menciona que son elementos constantes y concretos que componen un tipo de narrativa.

## VI. CONCLUSIONES

- Los elementos de la narrativa audiovisual en la presente investigación reforzaron el mensaje que se quería brindar a través de la presencia de los elementos visuales, sonoros y morfológicos, lo cual sirvieron de base para contar la historia, la imagen el sonido y las características propias de los personajes que se presentaron a lo largo de la trama, la mezcla de los detalles con la música de fondo jugaron un papel muy importante para el mensaje que se quería dar a conocer, en el desenlace de la historia se evidenció las verdaderas intenciones de los personajes en el momento que estos se logran ver de manera real, demostrando el acoso que existe en las redes sociales.
- Los elementos visuales se describen a lo largo de los 04 cortes siendo los de mayor relevancia los siguientes: el plano general presente en las locaciones y situaciones de los personajes y plano detalle en las acciones y características de los mismos los cuales predominan a lo largo de los cortes. El ángulo normal durante todo el video. El movimiento de cámara presente en un sutil paneo horizontal y un ligero y zoom in y finalmente el color iniciando con colores cálidos y en el desenlace la presencia del color frío. El desenfoco de fondo para priorizar las acciones presentadas por los personajes. Por el uso frecuente de la presencia de esos elementos visuales se reforzó el mensaje del grooming.
- Los elementos sonoros se describen a lo largo de los 04 cortes, siendo los de mayor relevancia los siguientes: El sonido on the air se da en los sonidos característicos del uso de las redes sociales (texteo, mensaje, etc). La anticipación sonora presente en la continuidad que existe de un corte a otro y con la música de Flora Cash creando una atmosfera de tranquilidad, inocencia y confianza a lo largo de la trama hasta la incertidumbre del encuentro. Por el uso frecuente de la presencia de estos elementos sonoros se reforzó el mensaje del grooming.

- Los elementos morfológicos se describen a lo largo de los 04 cortes, siendo los de mayor relevancia los siguientes: El espacio convencional porque delimitaba los espacios exteriores e interiores de Mia y Alejandro durante toda la historia. Los personajes al inicio eran planos debido a que evidenciaba que eran sensibles e ingenuos cambiando al final de la trama a personajes redondos porque mostraban contradicciones de emociones y conflictos internos al mostrar su verdadera personalidad. Por el uso frecuente de la presencia de estos elementos morfológicos se reforzó el mensaje del grooming.

## VII. RECOMENDACIONES

- Es importante que los elementos de la narrativa audiovisual estén presentes y vinculados entre si dentro del desarrollo de otras investigaciones en diferentes ciencias para mostrar el concepto de lo que se quiere decir, reforzándolo de manera clara, concreta y objetiva, con el uso adecuado de estas herramientas en la construcción de la historia, con la finalidad de que el mensaje exprese la información necesaria y que el espectador lo entienda de manera inmediata.
- Se recomienda promover las buenas prácticas del uso de los elementos visuales de la narrativa para el desarrollo y construcción de una historia reforzando la idea principal a través de spot publicitarios intuitivos, dinámicos y prácticos para los desarrolladores de contenidos sociales con la finalidad de sensibilizar y educar al espectador, para que sean conscientes que existe esta problemática social del grooming y sepan cómo actuar frente a ello.
- Se recomienda que, debido al uso constante de las diferentes plataformas digitales, las investigaciones de carácter comunicacional deben enfatizar el análisis de los elementos sonoros aplicados en los diversos spots publicitarios con la finalidad de generar mejores propuestas de esta metodología de análisis para todos los que las quieran aplicar y salir del marco de lo convencional.
- Para posteriores investigaciones se recomienda que se tome en cuenta la forma de contar la historia, no solo dando importancia a la estructura sino al fondo donde el uso adecuado de los elementos morfológicos de la narrativa audiovisual con la finalidad a que ayude a un mejor entendimiento de la historia logrando transmitir al espectador la intencionalidad de lo que se quiere contar.

## REFERENCIAS

- Aguinaga, E. (2001), Hacia una teoría del periodismo, Estudios sobre el mensaje periodístico 2001, n.º 7: 241-255.
- Aguirre, A. (2017) *Diseño de narrativa audiovisual para la divulgación de resultados de la investigación narrativa del periodo de la violencia entre los años 50 y 70 en zonas rurales del valle del cauca: Tuluá (corregimiento barragán) y Sevilla (corregimiento alegrías)* (Pasantía de investigación para optar al título de Comunicadora Social - Periodista) universidad autónoma de occidente facultad de comunicación social - santiago de cali <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10007/T07670.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Allisiardi, A. (2019) *Bullying y cyberbullying en argentina: el rol de la comunicación en su prevención. Guía con orientaciones para campañas de publicidad social.* (máster en comunicación con fines sociales: estrategias y campañas) Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/37294/TFM-N.95.pdf;jsessionid=7A6D4D321D4AAB383B03CB34FB6E7ACA?sequence=1>
- Aumont, J. Marie M. (2006). Diccionario teórico y crítico del cine. Buenos Aires, Argentina: La Marca
- Bedoya, R. -L. (2011). Ojos bien abiertos. Lima, Perú: Universidad de Lima
- Bach, H. (2007). *Composing a Visual Narrative Inquiry.* London: SAGE.
- Block, B. (2008). Narrativa visual. Barcelona: Omega.
- Cabrera D.C. (2019). *Análisis de la narrativa audiovisual de la webseries "Las Misses Colombianas"*. Tesis para optar el título de Comunicadora Social – Periodística. <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7091/38857.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caneravi, T. (2022). *Plataformas digitales y lenguaje audiovisual: La cuestión del poder en la construcción de representaciones Intersecciones en Comunicación*, 2 (2). En Memoria Académica. [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.15318/pr.15318.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.15318/pr.15318.pdf)

García F. y Rajas M. (2011). Narrativas Audiovisuales: El Relato. Icono14 editorial. Primera Edición. Pag.11.

Recuperado: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/30809/1/eBook-en-PDF-Narrativas-audiovisuales-el-relato.pdf>

García, J. (2003). Narrativa Audiovisual. Madrid: Cátedra.

Recuperado: [https://kupdf.net/download/narrativa-audiovisual-jesus-garcia-ijimenez-en-orden\\_5a260381e2b6f5af13fa4519\\_pdf](https://kupdf.net/download/narrativa-audiovisual-jesus-garcia-ijimenez-en-orden_5a260381e2b6f5af13fa4519_pdf)

Gustems, J. (2012). Música y sonido en los audiovisuales. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Guix, J. (2008) Artículo: El análisis de contenidos: ¿qué nos están diciendo? Unidad de Medicina Preventiva y Salud Pública. Universitat Rovira i Virgili. Agència de Salut Pública de Barcelona – España, recuperado de: <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-calidad-asistencial-256-pdf-S1134282X08704640>

Hernández, R. (2014) Metodología de la investigación, sexta edición – booksmedicos.org, recuperado de: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, L. (2006). Metodología de la Investigación (4ta Edic). DF, México. McGraw Hill.

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5, 714 p.

Lema, N. (2021) *Imaginario sociales, herramienta de la publicidad para la construcción de spots publicitarios: spots “Recordarás Perú” (2012) y “All you need is Ecuador” (2014)*. Tesis para obtener el título profesional de: Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional Universidad Central del Ecuador <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/24576/1/UCE-FACSO-LEMA%20NELSON.pdf>

Loa, W. Rosales, M. (2020) *Análisis de la Narrativa Audiovisual de la Película 1917 (Tesis para obtener el título profesional de: licenciados en ciencias de la comunicación)* Universidad Cesar Vallejo [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58641/Loa\\_LWA-Rosales\\_MMN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58641/Loa_LWA-Rosales_MMN-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Mayta, G. (2021) *Los elementos influyentes en la narrativa audiovisual contemporánea: caso serie Breaking bad* (Artículo que describe y explica los principales elementos de la narrativa audiovisual) recuperado de: <https://revistas.ucal.edu.pe/index.php/rca/article/view/39/10>

Ministerio de La Mujer y Poblaciones Vulnerables (2020). Resumen estadístico de alertas contra el acoso virtual. Observatorio Nacional de la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar – DPVLV. <http://www.noalacosovirtual.pe/reporte-alerta-acoso/Reporte-estadistico-Acoso-Virtual-2020.pdf>

Morales, R. (2020) *Narrativa audiovisual en la Película Asu Mare 3 (Tesis para obtener el título profesional de: Licenciada en Ciencias de la Comunicación)* Universidad Cesar Vallejo [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63381/Morales\\_GRL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63381/Morales_GRL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ortiz, M. (2018) *Narrativa Audiovisual Aplicada a la Publicidad*. ISBN 978-84-09-04939-4. Recuperado: <http://hdl.handle.net/10045/79707>

Pascual, M. (2019) *Análisis de la narrativa audiovisual publicitaria en el spot "Ciudadanos del Mañana" de la marca Mi banco - Lima 2019* - universidad Cesar Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/48277>

Presidencia del Consejo de Ministros (2013, 21 de octubre) *Ley de Delitos Informáticos – Ley N° 30096*. Diario Oficial el Peruano N° 12627. <https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/VisorPDF>

Rajas M. y Gétrudix M. (2016) *Narrativa Audiovisual : Producción de videos colaborativos para MOOC*. Opción, Año 32, Especial No.12 (2016): 349-374. Recuperado: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-NarrativaAudiovisual-5852310.pdf>

Sales, M. (2021) *Narrativa audiovisual en publicidad: gobiernos europeos durante la covid-19*. Trabajo de Fin de Grado (Universitas Miguel Hernandez de

España) Recuperado: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/26753/1/TFG-Sales%20L%C3%B3pez%20Mar%C3%ADa.pdf>

ONU (2019), Uno de cada tres jóvenes ha sido víctima de acoso cibernético, cultura y educación, recuperado de: <https://news.un.org/es/story/2019/09/1461612#:~:text=UNICEF%20pide%20medidas%20para%20acabar,la%20escuela%20por%20esa%20raz%C3%B3n>

Valeriano, M., Carrillo, M., Trabadela, J. (2021) *Tendencias en el estado del arte de las narrativas audiovisuales móviles en el siglo XXI: revisión sistemática de la literatura* (Artículo científico sobre la investigación de las narrativas audiovisuales móviles como productos de ficción) recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=577168156002>

Villalobos Escobedo, J. M. (s.f. de s.f. de 2017). Análisis de la Narrativa Visual del Anime Sailor Moon, 2017. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1050/villalobos\\_ej.pdf?sequence=1 &isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1050/villalobos_ej.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



ANEXO 2

Guía de Observación

SPOT  
PUBLICITARIO:

---

GÉNERO :

---

DIRECTOR :

---

ESCENA:

---

DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA

---

UNIDAD TEMÁTICA	SUB UNIDAD TEMÁTICA	INDICADORES	CLASIFICACIÓN	ITEM	SI	NO	DESCRIPCIÓN		
NARRATIVA AUDIOVISUAL	ELEMENTOS VISUALES	Plano	Gran plano general						
			Plano General						
			Plano Conjunto						
			Plano entero						
			Plano americano						
			Plano medio						
			Primer Plano						
			Gran primer plano						
			Primerísimo primer plano						
		Plano detalle							
		Ángulo	Normal						
			Picado						
			Cenital						
			Contrapicado						
			Nadir						
			Aberrante						
		Movimiento de cámara	Paneo	Paneo Horizontal					
				Paneo Vertical					
				Paneo Circular					
			Traveling	Traveling de acercamiento					
				Traveling de alejamiento					
				Traveling lateral					
				Traveling vertical					
				Traveling circular					
			Zoom	Zoom in					
				Zoom out					
			Cámara inmóvil						
Color	Cálidos								

		fríos	
		Desenfoque	
		Fuera de campo	
	Recursos Narrativos del sonido	Voz en off	
		Sonido "on the air"	
		Leitmotiv	
		Sonido interno	
ELEMENTOS SONOROS	Transiciones sonoras	Corte	
		Fundido	
		Anticipación sonora	
			enmascaramiento
			Sonido ambiental
			Música
			Voz
		Silencio	
ELEMENTOS MORFOLOGICOS	Espacio	Convencional	
		Temporal	
		Discursivo	
		Sintético	
	Tiempo	Tiempo Condensado	
		Tiempo abolido	
		Tiempo fiel	
		Tiempo trastocado	
	Personaje	Personaje plano	
		Personaje redondo	

# ANEXO 3



ESCUELA DE POSTGRADO

## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: NARRATIVA AUDIOVISUAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		X		X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona la variable de investigación?	X		X		X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		X		X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable de estudio?	X		X		X		
5	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		X			X	
6	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		X		X		
7	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que se contestado y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		X			X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Tiene suficiencia pero habría que mejorar algunas preguntas

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ ]      Aplicable después de corregir [x ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Lazcano Díaz Miguel Ángel

DNI: 09301791

Especialidad del validador: Maestro en Relaciones Públicas

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

9 de Mayo del 2023

Mgtr. Miguel Ángel Lazcano Díaz

# ANEXO 4



## CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: NARRATIVA AUDIOVISUAL

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?							
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona la variable de investigación?	x		x		x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		x		x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable de estudio?	x		x		x		
5	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		x		x		
6	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		x		x		
7	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que se contestado y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:      Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Oliveros Margall Enrique

DNI: 10314215

Especialidad del validador: Comunicador Audiovisual

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....

## ANEXO 5



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: NARRATIVA AUDIOVISUAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		X		X		-
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona la variable de investigación?	X		X		X		-
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		X		X		-
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la variable de estudio?	X		X		X		-
5	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		X		X		-
6	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		X		X		-
7	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que se contestado y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		X		X		-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable [ X ]           Aplicable después de corregir [ ]           No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: García Gutiérrez, Denis Rubén

DNI: 72084242

Especialidad del validador: Producción audiovisual / Dirección e investigación cinematográfica (RENCA\*).

\*Registro Nacional de la Cinematografía y el Audiovisual - DAFO - Ministerio de Cultura del Perú

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

28 de mayo del 2023

Mgtr. Denis Rubén García Gutiérrez

## ANEXO 6

### ENTREVISTA

**Título:** Guía de entrevista sobre la narrativa audiovisual del video Love story – grooming – Movistar.

**Año:** 2017

**Entrevistado:** Lic. Ana Valeria Jaramillo López - ULIMA

**Objetivo:** Conocer las principales características de la narrativa audiovisual presentes en el video Love Story Grooming - Movistar

### PREGUNTAS PARA EL ENTREVISTADO

- 1- ¿Cuáles son los videos publicitados más resaltantes que conoce sobre el acoso sexual cibernético?

No he vuelto a ver un video que toque este tema, creo que el mensaje está súper claro es un mensaje bastante fuerte bastante potente y creo que logra muy bien su cometido.

- 2- ¿Los spots publicitados en las redes sociales tienen mayor alcance que en otros medios por qué?

Sí, estamos en un momento en el cual las redes sociales funcionan como el mejor medio de publicidad porque todas las personas estamos muy inmersas en ellas todo el día estamos en el teléfono revisando las redes sociales, hay estas plataformas digitales como Netflix, HBO Max entre otras.

Desde mi experiencia toda la publicidad básicamente la consumo en redes sociales, Instagram, en YouTube a veces Facebook con que ya casi no utilizo, pero generalmente es por redes, la pandemia también aceleró ese proceso y creo que ahora es así, mientras más le metes en la publicidad en redes sociales más alcance va a tener.

- 3- ¿Qué elementos visuales considera usted, relevante en el desarrollo del video love story – movistar?

Visualmente está bastante interesante que se muestre la vía paralela de ambos niños, la utilización de planos de cámara adecuados, hay un plot twist que, así como se nota de manera narrativa también la vemos, visualmente.

Enriquece mucho porque te da una perspectiva vulnerable y una perspectiva inocente que puede tener un menor de edad y luego te la rompe completamente al mostrarte la realidad.

- 4- ¿La música empleada durante el desarrollo de la trama, es importante para el mensaje que quiere dar a conocer el video love story – movistar?

Totalmente de acuerdo, porque nos muestra una situación bastante vulnerable e inocente. Y eso también se transmite con la música, los sonidos al principio son en una melodía muy tranquila que te puede hacer pensar en la adolescencia, en un contacto romántico que genere esa ilusión de esperanza al conocer a una persona y todo lo que conlleva eso.

Al escuchar los pajaritos como sonido ambiental, son adecuados, después ya no hay música y muestra lo que sucede, como la fría realidad lamentablemente.

- 5- ¿La evolución de los personajes presentados, fueron adecuados para que se entienda el mensaje en el video love story?

Sí, totalmente, empezamos con dos adolescentes como nerviosos por el primer contacto y luego se ve cómo van tomando un giro la trama, hasta que llegan a querer verse. Se siente claramente estos nervios por parte del espectador, y luego vemos a los dos hombres en la realidad, no era que un niño estaba viendo tele y una chica estaba en su cama aburrida, sino eran señores haciendo su vida de adulto.

Esta evolución también te hace entender que algo que parece tan inocente finalmente da pie a personas que están lamentablemente enfermas y pueden hacer daño a otros.

- 6- ¿Qué aportes técnicos con relación a la narrativa audiovisual considera que pudiera haberse utilizado para mejorar el mensaje que nos proporciona el video love story – movistar?

Como narrativa, faltó un poco más con la interacción entre los dos personajes, darle un hincapié y arriesgarse un poco más en eso como para que te des cuenta que realmente tú estás confiando algo tan íntimo tuyo con alguien que no sabes quién es, un poco también con el juego de planos utilizados para darle mayor dinamismo a la historia, por el lado sonoro, la música bien jugada que acompaña toda la historia y ayuda a entenderla.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**  
**ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS**

LIMA, 06 de Julio del 2023

Siendo las 21:00 horas del 06/07/2023, el jurado evaluador se reunió para presenciar el acto de sustentación de Tesis titulada: "NARRATIVA AUDIOVISUAL DEL VIDEO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACIÓN CONTRA EL GROOMING – 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA", presentado por el autor TICLLACURI MEDINA JOSE LUIS egresado de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Concluido el acto de exposición y defensa de Tesis, el jurado luego de la deliberación sobre la sustentación, dictaminó:

<b>Autor</b>	<b>Dictamen</b>
JOSE LUIS TICLLACURI MEDINA	(13)Aprobado

Se firma la presente para dejar constancia de lo mencionado

Firmado electrónicamente por:  
SZAVALETANA el 22 Jul 2023 17:26:44

---

SARAI OLIVA ZAVALETA NARVAJO  
**PRESIDENTE**

Firmado electrónicamente por:  
FLOPEZGUE el 20 Jul 2023 20:10:38

---

FRANK WILFREDO LOPEZ  
GUERRERO  
**SECRETARIO**

Firmado electrónicamente por:  
ANOMBERTOL el 20 Jul 2023 20:11:00

---

ANA ZOILA NOMBERTO LUPERDI  
**VOCAL(ASESOR)**

Código documento Trilce: TRI - 0568346

\* Para Pre y posgrado los rangos de dictamen se establecen en el Reglamento de trabajos conducentes a grados y títulos



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autorización de Publicación en Repositorio Institucional**

Yo, TICLLACURI MEDINA JOSE LUIS identificado con N° de Documento N° 45316059 (respectivamente), estudiante de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES y de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, autorizo ( X ), no autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi Tesis: "NARRATIVA AUDIOVISUAL DEL VIDEO: LOVE STORY, CAMPAÑA CONCIENTIZACIÓN CONTRA EL GROOMING – 2017 – MOVISTAR - ARGENTINA".

En el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo, según está estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de NO autorización:

--

SAN JUAN DE LURIGANCHO, 26 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Autor</b>	<b>Firma</b>
TICLLACURI MEDINA JOSE LUIS <b>DNI:</b> 45316059 <b>ORCID:</b> 0000-0003-1021-7281	Firmado electrónicamente por: JLTICLLACURIT el 26- 07-2023 13:15:23

Código documento Trilce: INV - 1549907