



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Análisis de la narrativa audiovisual del spot Perú te quiero Daniel
Peredo. Lima. 2021”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORES:

Fernández Osorio, Silvio Jair (ORCID: [0000-0003-1189-8859](https://orcid.org/0000-0003-1189-8859))

Pumachagua Portocarrero, Carlos (ORCID: [0000-0002-6714-0003](https://orcid.org/0000-0002-6714-0003))

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA — PERÚ

2021

Dedicatoria

A la razón principal de nuestros logros, nuestros padres que sin ellos nada de esto sería posible, a mi abuela María y a mi abuelo Mario quienes hubiesen querido ver este logro hecho realidad y a cada una de las personas quienes nos apoyaron en este proceso largo que duró la investigación de nuestro tema.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestras amistades quienes nos apoyaron tanto en el ámbito laboral y estudiantil, a nuestro asesor metodológico Javier Argote, al Licenciado Gherson Contreras y aquellas personas que nos alentaron para lograr el objetivo, al Lic. Christian López Mejía por su tiempo y dedicación, en especial a mi compañero de tesis con quien llevo una grandiosa y larga amistad desde tiempos de colegio y que el destino nos volvió a juntar en esta última etapa universitaria.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	9
3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	11
3.3 Escenario de estudio	12
3.4 Participante	12
3.5 Técnica e instrumento de recolección de datos	13
3.6. Procedimiento	13
3.7. Rigor científico	14
3.8. Método de análisis de datos	16
3.9. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	18
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES.....	65
REFERENCIAS.....	67
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Datos de los validadores	14
Tabla 2: Coeficiente V de Aiken	15

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito analizar la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero, Daniel Peredo”, Lima, 2021. La teoría que se empleó para explicar la realidad problemática fue la teoría del Estructuralismo de Ferdinand de Saussure, el cual tiene como fin el de componer y descomponer la estructura del contenido audiovisual y su relación con las cuatro categorías estudiadas que fueron la estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y la estructura persuasiva. La metodología empleada fue el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico y como diseño se eligió al estudio de caso. La conclusión a la que llegó este estudio fue que el spot Perú te quiero Daniel Peredo, presentó en su narrativa audiovisual a la estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Esto se cumplió, en ciertas categorías, puesto que, en la estructura narrativa, la característica que más resaltó fue la emotividad; en la estructura dramática las características que más destacaron fueron la motivación y la incitación; en la estructura persuasiva las características que más destacaron fueron la escenificación y la nostalgia; sin embargo, en la estructura informativa no se destacó ninguna cualidad, puesto que hubo ausencia de transmisión de contenido.

Palabras clave: Narrativa Audiovisual, estructura narrativa, estructura dramática, estructura persuasiva.

Abstract

The purpose of this research was to analyze the audiovisual narrative of the spot "Peru I love you, Daniel Peredo", Lima, 2021. The theory that was used to explain the problematic reality was Ferdinand de Saussure's theory of Structuralism, which aims to that of composing and decomposing the structure of audiovisual content and its relationship with the four categories studied, which were narrative structure, dramatic structure, informative structure and persuasive structure. The methodology used was the qualitative approach, hermeneutic level, and the case study was chosen as the design. The conclusion reached by this study was that the spot Peru I love you Daniel Peredo, presented in its audiovisual narrative the narrative structure, dramatic structure, informative structure and persuasive structure. This was fulfilled, in certain categories, since, in the narrative structure, the characteristic that stood out the most was emotionality; In the dramatic structure, the characteristics that stood out the most were motivation and incitement; In the persuasive structure, the characteristics that stood out the most were staging and nostalgia; However, no quality was highlighted in the informative structure, since there was an absence of content transmission.

Keywords: Audiovisual Narrative, narrative structure, dramatic structure, persuasive structure.

I. INTRODUCCIÓN

La historia de los primeros productos audiovisuales, tienen su origen en la Francia del siglo XIX, época en la que los hermanos Lumiere mostraban sus primeras obras en movimiento, los cuales marcaron un antecedente en el mundo de los medios audiovisuales. Su primera presentación consistió en la proyección de un elemento cinematográfico que tuvo su lugar en el “Salón Indien” ubicado en la capital del país. Los Lumiere proyectaron para un aforo máximo de 35 personas quienes fueron testigos de sus primeros aportes en el mundo de lo audiovisual. Una de sus tantas obras fue la famosa grabación de un grupo de personas que ingresaban y salían de la estación del tren Lyon. Esta proyección de imágenes por segundo solo tenía como objetivo graficar una porción de la realidad y del tiempo de aquella época en la que podemos ver cómo era la vida cotidiana de aquellas personas, y eso causó un gran asombro a los ojos de los espectadores, a tal punto de que esto comenzó a circular como una noticia de gran impacto, de que aquel aporte audiovisual fue patentado con el nombre de cinematógrafo.

Años más tarde, Georges Méliès realizó un nuevo aporte con su obra a la cual tituló “Le Voyage dans la Lune”, que por su traducción significa “El viaje a la luna”, emitido en 1902, la cual fue otro precedente en la historia del séptimo arte, puesto que dicho cortometraje fue nominado como la pieza pionera caracterizada por el uso de efectos especiales y porque jugó un rol importante comparado con otras producciones que se hicieron después. La relevancia de esta joya audiovisual, fue capaz de demostrar ante los ojos de los espectadores la capacidad que tenían los autores de dichas producciones para crear historias en movimiento. De esta obra, se originó más adelante otro famoso film basado en obras importantes de Julio Verne, como la famosa obra “De la tierra a la luna”. La herencia que dejó Georges Méliès, marcó un gran avance en la industria audiovisual de los nuevos tiempos, ya que hoy en día el uso de efectos especiales, disfraces y ambientaciones que los cineastas de esta época han mejorado bastante los antecedentes que sus ancestros del siglo XIX dejaron al nivel visual y auditivo. Ejemplo de ello tenemos al famoso largometraje internacional llamado “Mago de Oz” de Víctor Fleamming

en el año 1939, sin dejar de lado a la famosa producción de Star Wars del productor George Lucas emitido en 1977. Estos fueron algunos de los más importantes antecedentes en la historia a nivel internacional.

A nivel nacional, la llegada de las primeras producciones audiovisuales, se remontan al año 1897, gracias al aporte extranjero de Thomas Alva Edison, llamado vitascopio. Una de las famosas producciones audiovisuales que se desarrollaron en nuestro país se realizó en el jardín Estrasburgo de la plaza mayor de Lima, donde uno de los espectadores de dicho acontecimiento de la época fue el entonces presidente Nicolás de Piérola en compañía de sus ministros de gobierno. Años después, a finales de 1929, se fundaría el famoso cine Colón ubicado en la plaza mayor de Lima, las primeras películas con sonido. Tiempo después se daría en nuestros tiempos la oportunidad de que nuevos creativos en nuestro contexto social, elaboren no solo producciones de carácter extenso, sino también a producciones cortas como en lo que hoy vemos en la pantalla chica y que conocemos como spots audiovisuales.

En estos tiempos de pandemia, los peruanos reciben más que antes, diversos tipos de mensajes concientizadores en dichas producciones, con el propósito de que estos tomen reparo de la coyuntura que se está viviendo debido al virus SARS Cov-2. Uno de esos spots es aquella producción que salió en diciembre del año 2020, en la campaña “Perú te quiero Daniel Peredo”, producción audiovisual que dura un minuto con treinta y seis segundos. Dicho spot se basa en brindar un mensaje de concientización social acerca del coronavirus a los peruanos con la participación digitalizada de Daniel Peredo, haciendo que esto sea posible gracias a la tecnología “Deepfake”, donde el fallecido comentarista hace gala de sus mejores frases, las mismas que son recordadas por toda la afición peruana, facilitando que el mensaje pueda ser captado de manera clara y concisa, ya que los peruanos familiarizan sus frases con momentos emotivos, puesto que ayudaron a un país sin esperanzas a creer en la fe y que todos juntos bajo un mismo pensamiento, podamos llegar a un objetivo, sin importar lo difícil que pueda ser, al igual que en estos tiempos difíciles de la coyuntura actual debemos hacerle frente a la adversidad.

Con todo lo ya mencionado, la presente investigación el spot audiovisual “Perú te quiero Daniel Peredo”, enfocó la manera en que se presentó la narrativa audiovisual en dicho spot. Ante esto, nos planteamos el siguiente problema general: ¿De qué manera se presentó la narrativa audiovisual en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021? Asimismo, nos planteamos, los siguientes problemas específicos: ¿De qué manera se presentó la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?, ¿De qué manera se presentó la estructura dramática en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?, ¿De qué manera se presentó la estructura informativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021? Y ¿De qué manera se presentó la estructura persuasiva en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?.

A nivel metodológico esta investigación se justificó empleando el enfoque cualitativo de nivel hermenéutico, puesto que el análisis se realizó desde la perspectiva de los autores del presente proyecto. A nivel práctico, este estudio se justificó, porque aportó a la rama audiovisual, un análisis en torno a un spot cargado de una estructura narrativa bastante interesante para el nuevo contexto en el cual vivimos por la pandemia de la covid-19, sin dejar de lado la forma en la que presentaron el discurso que se puede apreciar en el mismo.

Para ello nos planteamos el presente objetivo general: Analizar la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Asimismo, nos planteamos como objetivos específicos: Analizar la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021, analizar la estructura dramática en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021, analizar la estructura informativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021 y analizar la estructura persuasiva en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021.

Como supuesto general, nos planteamos lo siguiente: El spot Perú te quiero Daniel Peredo, presentó en su narrativa audiovisual a la estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Como supuestos específicos, nos planteamos lo siguiente: El spot Perú te quiero Daniel Peredo, presentó en su estructura narrativa al espacio, tiempo, personaje, planos, iluminación y sonido; el spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura

dramática a la trama narrativa, trama descriptiva, trama argumentativa y trama conversacional; el spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura informativa a la transmisión de contenido y finalmente el spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura persuasiva a las base informativa denotativa, base informativa connotativa y a los arquetipos narrativos persuasivos.

II. MARCO TEÓRICO

El presente proyecto de investigación tuvo como bases teóricas a estudios que anteriormente se han realizado en razón de la Narrativa audiovisual desde enfoques diferentes y en contexto diferentes según los objetivos e intereses de otros autores.

A continuación, los antecedentes internacionales: Ramírez (2014) en su estudio titulado “Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web Dejavú”, tuvo como finalidad realizar un análisis de la narrativa audiovisual utilizada en la producción colombiana Dejavú. Este estudio se justificó en la teoría de las clasificaciones de los relatos. La metodología que se empleó fue el enfoque cualitativo de diseño estudio de casos. Se concluyó Que se empleó un procedimiento paralelo con el propósito de evidenciar la continuidad de planos sin un patrón deductivo o inductivo en las escenas. Finalmente, el género ficcional en Dejavú es muy particular por consumir una función fabuladora, mediante los hechos acontecimientos que le suceden al protagonista, se narra situaciones no muy frecuentes en la realidad, por lo tanto, posibilita imaginar la existencia de un mundo alterno, que busca deleitar por medio de la acción, suspenso y por medio de la ficción. Con respecto al formato ficcional, predomina la necesidad de fijar pautas de continuas repeticiones, por tal motivo los argumentos y escenarios, faculta que la audiencia identifique con sencillez componentes de la narrativa de la producción. En tanto al molde del discurso serial, la serie se relata en varios capítulos que se presentan en una trama que en cada episodio no logra concluir.

Carmona, R. (2017) en su investigación titulada “Estrategias narrativas en la publicidad audiovisual de las ONGD. Estudio de caso de Manos unidas”, tuvo como finalidad descubrir las principales estrategias narrativas en las producciones

audiovisuales de Manos Unidas. Este estudio se justificó en la teoría de la narratología. La metodología que se empleó fue el enfoque cualitativo de nivel hermenéutico y tuvo como diseño de investigación el estudio de casos. Se concluyó que la publicidad audiovisual presentada en Manos Unidas se distingue por la gran cantidad de combinaciones imágenes visuales, con una presencia relevante de la fotografía y también con gran presencia de planos fijos, con un montaje rítmico, característico de la publicidad, sin efectos destacables. Por otro lado, la banda sonora no influye tanto en la impresión de realismo, ya que no presenta efectos concretos de paisaje sonoro relevante, salvo los habituales, sino una música no diegética, que fortalecen el valor de las emociones, al igual que una locución que sí es más reconocible como género publicitario. Efectivamente, el estudio de las formas o de la banda de imagen y sonido es un complemento indispensable del análisis narratológico, ya que detalla la puesta en serie final.

Ulldemolins (2020), en su investigación titulada “Análisis de la narrativa audiovisual de la miniserie Chernóbil” tuvo como objetivo principal analizar de manera minuciosa la miniserie Chernóbil, basando el análisis en el estudio de la narrativa, con la finalidad de identificar las tramas y subtramas con la que están conformadas y las técnicas que se han empleado en esta ficción. Se concluyó que la miniserie Chernóbil cuenta con una de las mejores narraciones audiovisuales de la historia. La investigación nos ha nutrido con respuestas que reafirman que el creador optó por una narración intensa, con un ritmo un poco pausado y pesado. Las tramas y subtramas extraídas de la miniserie nos dejan claro que intentaron abarcar todos los puntos de vista posibles, lo cual fue conseguido por medio de sus personajes sobre los cuales recayó el peso narrativo, creando un lazo sentimental, real y profundo con el espectador.

A continuación, presentamos los antecedentes nacionales que justifican el análisis de la narrativa audiovisual en base al caso del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”. Sebastiani (2018) en su investigación titulada “Análisis comparativo de la narrativa audiovisual en las películas peruanas ‘La última tarde’ y ‘La hora final’, Lima 2018”, tuvieron como finalidad analizar la narrativa audiovisual en las películas peruanas ‘La última tarde y ‘La hora final’, Lima, 2018. Este estudio se justificó en la teoría

del Estructuralismo, el cual sirvió para justificar a las dos categorías que sustentan a dicho ámbito temático: Estructura narrativa y el discurso audiovisual. La metodología que empleó fue el enfoque cualitativo, de nivel hermenéutico, y como diseño de investigación al estudio de casos, puesto que el autor hizo una interpretación de ambas películas en base a la narrativa audiovisual. Se concluyó que se pudo confirmar la presencia de los elementos de la narrativa audiovisual en las películas peruanas “La última tarde” y “La hora final”, lo cual se pudo demostrar mediante la ficha de observación, la cual se aplicó a todas las escenas de estos dos largometrajes, ambas presentan características semejantes y diferentes entre cada filme.

Karbaum (2016) en su estudio titulado Campaña “Atletas Olímpicos del Perú”. Narrativa audiovisual en la publicidad social”, tuvo como finalidad formular una nueva línea de investigación basada en la publicidad social y su adaptación en la realización de spots audiovisuales dirigidos a la propagación de temas que son de interés común en los seres humanos y sus colectividades. En el ámbito exploratorio, la técnica que se empleó es la entrevista a los realizadores del spot social “Atletas olímpicos del Perú”. Se concluyó que las categorías lenguaje audiovisual y el contenido de la historia de los spots logran convertirse en poderosos instrumentos de creatividad y conceptualización dentro de la producción de contenidos publicitarios, de aquí se enfoca toda la logística para la creación de piezas publicitarias, cuyo objetivo es generar cambios en las actitudes del público objetivo a nivel cognitivo, emocional y actitudinal.

Pascual, M (2019) en su investigación titulada Análisis de la narrativa audiovisual publicitaria en el spot “Ciudadanos del Mañana” de la marca Mibanco, el objetivo general de este trabajo ha sido analizar cómo se presenta la narrativa audiovisual publicitaria en el spot “Ciudadanos del Mañana” de la marca Mibanco. La investigación tiene un enfoque cualitativo de nivel hermenéutico, porque se busca identificar, describir e interpretar las estructuras de la narrativa audiovisual publicitaria. Se concluyó que la investigación presentó una sólida narrativa audiovisual, esto se sostiene en la estructura narrativa según su historia, donde los personajes, el tiempo y el espacio son establecidos adecuadamente. Por otro lado,

la estructura narrativa según su discurso, donde la cámara narrativa, la tipografía, el sonido narrativo y la edición ayudan a ejercer cierto dominio en la estructura del mensaje del spot.

Una vez sustentado el ámbito temático, de acuerdo a los antecedentes que sirvieron de bases teóricas, se procedió a sustentarla realidad problemática en base a la teoría del Estructuralismo de Ferdinand de Saussure, ya que por medio de la presente podremos justificar el análisis de la narrativa audiovisual, el cual tiene como fin el de componer y descomponer la estructura del contenido audiovisual y su relación con las cuatro categorías que son la estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y la estructura persuasiva.

Para Llorente (2007) el estructuralismo se encarga de analizar desde el punto de vista de la observación, la manera en la que está organizado un conjunto de categorías que conforman un mismo cuerpo, el cual es la narrativa audiovisual. Entendemos pues que el autor justifica que la narrativa audiovisual, está organizado por un grupo de elementos, los cuales llamaremos categorías en esta investigación, mismos que están justificados tanto en la matriz de categorización como en el marco conceptual presentado a continuación.

Según Moreno (2003) el concepto de narrativa audiovisual nace a principios de los años 30 en Estados Unidos con el surgimiento del cine sonoro y las primeras experiencias de transmisiones en televisión, siendo estas pioneras experiencias cinematográficas y televisivas, la combinación de sustancias expresivas visuales y sonoras en un mismo discurso, esta fusión sólo era posible con el consorcio de la creación directa del sonido para acompañar a la reproducción mecánica de la imagen previamente filmada. Por tanto, lo audiovisual sería fundamental para abordar las narraciones publicitarias. En publicidad, la narrativa audiovisual pretende dar cuenta de los procesos heurísticos, morfológicos, analíticos y de lectura de la narratividad persuasiva en sus diversas formas audiovisuales, orientada a una exposición, promoción, venta o concientización de ideas. Moreno indica que la narrativa audiovisual como disciplina sugiere un corpus de saberes teórico- prácticos que ayuda a los creadores a la realización de análisis y en la

construcción de relatos publicitarios que, además, sean capaces de brindar una razón científica de sus decisiones analíticas y poéticas teniendo en consideración al público en general que se preocupa por conocer algo que le afecta diaria y directamente.

De acuerdo con Mario y Manuel (2016) la narrativa audiovisual ubicada como epicentro de un proyecto, enlaza una serie de áreas como el guion, realización, tecnología audiovisual y multimedia, para obtener como resultado una plataforma online que incluya videos, podcast, blogs, análisis textuales y otras series de medios audiovisuales para viralizar en redes sociales como Facebook, Twitter, entre otras, del mismo modo en páginas de video tales como YouTube y Vimeo. Estos materiales servirán de repositorio base de datos para conocer y aplicar contenidos teóricos- prácticos fundamentales de las distintas narrativas cinematográficas, televisivas, publicitarias o hipermedia. Contenidos aplicados en la elaboración del spot publicitario “Perú te quiero Daniel Peredo”, donde la principal característica de dicho spot es la narrativa audiovisual que enriquece el material mostrado para ser difundidos en plataformas de videos y redes sociales para la concientización social que según la coyuntura se está viviendo por el covid-19.

Por otro lado, Moreno (2003) explica que la estructura narrativa es la base del relato y sobre la que giran el resto de estructuras. Suele confundirse con la dramática, pero la estructura narrativa está siempre presente en publicidad. En ocasiones guiará exclusivamente la informativo-persuasiva, por otro lado, en los relatos ficcionales incorporará la dramática. Y es que personajes, espacio, tiempo y acciones materializados con elementos expresivos audiovisuales y tipográficos constituyen las sustancias imprescindibles para armar los anuncios audiovisuales. A su vez Moreno (2003) afirma que la estructura dramática se incorpora en las acciones de la estructura narrativa. Estudiarla por separado clarifica el modelo y resalta la importancia de esta estructura que se manifiesta cuando el anuncio opta por el camino de la ficción narrativa. Debemos recordar lo importante que es distinguir entre la trama y la subtrama, fijándonos profundamente en sus interacciones y funciones que realizan cada una de ellas en el relato persuasivo. En el caso de la estructura informativa, Moreno (2003) declara que esta estructura sostiene la información que se desea transmitir del producto o del servicio. Esta

información puede difundirse de forma directa o indirecta, denotativa o connotativamente. Si se hace directamente, prevalece esta estructura sobre el resto y se articula sobre la estructura narrativa. Cuando se hace indirectamente, se antepone sobre la estructura dramática o sobre la persuasiva prevaleciendo lo connotativo frente a lo denotativo. Finalmente, Moreno (2003) menciona que la estructura persuasiva acoge un sin número de variantes y matices, y redefine constantemente esa seducción que instruye al receptor hacia la adquisición o que, al menos, lo coloque en la encrucijada de la selección para que tenga en consideración un producto que, sin publicidad, poco diría, a menos que su precio sea muy bajo que incita a probarlo.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

Este estudio presentó un enfoque cualitativo dado que: Según Hernández, *et al.* (2010) dicen que este enfoque se basa en comprender para hacer una interpretación a profundidad acerca de las anomalías, analizándolos desde la perspectiva de los investigadores.

Gómez (2006) afirma que: Por lo general, el enfoque cualitativo se utiliza en primera instancia para descubrir y depurar preguntas en la investigación. A su vez Maanen (1983) nos dice que el método cualitativo muchas veces es visto como un término que cubre diversas técnicas y métodos con un gran valor interpretativo que busca describir, analizar, decodificar, traducir y sintetizar el significado, de los hechos que se intentan sugerir de manera natural.

Por otro lado, para Corbbeta (2003), el enfoque cualitativo no influye en el proceso natural de los hechos, es pocas palabras no manipula la realidad.

Según Izcara (2014), la investigación cualitativa es conocida como un ejemplo único que encierra todas las aproximaciones metodológicas no cuantitativas.

Existe una gran diferencia entre el estudio de enfoque cuantitativo y cualitativo, siendo en el enfoque cuantitativo donde se recopilan datos que luego son medidos y procesados por un método estadístico de los cuales obtendremos resultados numéricos, por otro lado, en el estudio de enfoque cualitativo, los datos son recogidos y luego analizados por el investigador para luego obtener un resultado basado en su interpretación.

Este estudio presentó un nivel hermenéutico, ya que en la presente investigación se realizó una interpretación del caso desde la visión del investigador, analizando al sujeto de estudio del presente del caso.

Arráez, Calles y Moreno (2006) aseguran que, a la hermenéutica se le conoce como una disciplina de interpretación de textos, para entender el todo, comprender la parte y el elemento, lo ideal es que el texto u objeto interpretado y la persona a interpretar pertenezcan a la misma área.

Por otro lado, Vegas (2020) afirma que la hermenéutica es considerada como el arte de interpretar los textos escritos, por lo cual podemos decir que ha estado presente desde los inicios de la civilización.

Así mismo Demon y Gerardus (2013) nos dicen, Desde los tiempos de los griegos la hermenéutica ha sido considerada una disciplina que ayuda para el entendimiento y explicación de los textos de cualquier índole.

Citando a Vargas (2011) enseña que el modelo hermenéutico se caracteriza por componer particular y continuamente a un escenario estudiado como un todo, cada una de las partes compone un significado que le da interpretación a dicho todo.

Basándonos con lo que nos dice el autor, comprendemos que la hermenéutica es la apreciación que se obtiene de un contexto y en base a dicha apreciación lograremos analizar y posteriormente comparar al sujeto de estudio de la presente investigación.

El presente estudio se realizó con un tipo de investigación básica puesto que sustentamos nuestra investigación en base al marco teórico con el objetivo de incrementar los conocimientos científicos.

Según Román, Montenegro y Tapia (2006) dicen que su propósito esencial es describir una situación, para luego interpretarla en base a los conceptos trazados en el estudio que se realiza.

El diseño de investigación que se utilizó en el presente trabajo de investigación fue el estudio de casos, con la finalidad de abarcar detalladamente sus particularidades.

Yin (1994) asegura, que el método de estudio de caso es un diseño cuyo propósito es encontrar una realidad problemática que el investigador detecta desde su especialidad y considera que es imprescindible realizar un análisis acerca de dicho contexto y así entender cómo es que se presenta dicha situación.

Como señala Stake (2007) el estudio de casos es la indagación de singularidad y la complejidad de un caso particular, para llegar a entender su actividad en situaciones importantes.

Castro (1997) lo define como un procedimiento general, con la finalidad de organizar datos importantes que servirían para determinada investigación.

De igual manera, Chetty (1996) nos dice, desde años atrás el estudio de caso es considerado ideal para respaldar los resultados en una investigación cualitativa de acuerdo a las bases teóricas en la que se fundamenta una situación que el investigador ha detectado que está presente en el contexto en el que vive.

3.2 Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

El presente proyecto tuvo como categoría a la narrativa audiovisual, según Navarro (2006) la narrativa audiovisual es, por ejemplo, una forma específica de modo

literario, que se distingue del modo lírico y modo dramático; también se entiende como una forma concreta de escritura, definida por oposición a la descripción.

Está clasificado en cuatro sub categorías: Estructura Narrativa, Estructura Dramática, Estructura Informativa y Estructura Persuasiva. Dichas categorías están sustentadas por el autor Isidro Moreno en su texto “Narrativa Audiovisual Publicitaria” y planteadas en la matriz de categorización de esta investigación (Ver anexo 3).

3.3 Escenario de estudio

Este spot se desarrolló en el mes de diciembre del año 2020, en el cual ya habían pasado nueve meses desde que empezó la pandemia de la Covid-19 en nuestro país, donde los índices de contagios y de muertos se había incrementado, debido a que las personas, lamentablemente en su mayoría, no estaban cumpliendo con las normas de bioseguridad que había ordenado el Estado. Por tal razón, los creadores de la agencia Zavalita Brand Building, decidieron elaborar un spot abordando dicho contexto, empleando como emisor a la figura del entonces fallecido Daniel Peredo, el cual en cada escena describe mediante sus célebres frases, las pésimas actitudes y decisiones que muchos compatriotas han adoptado durante dicho año y hace una amonestación a los lamentables resultados que presentó el país, durante ese fin de año con las pérdidas humanas a causa de los múltiples contagios.

3.4 Participante

El participante del presente estudio es el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, el cual se realizó en el año 2020 a cargo de la productora Zavalita Brand Building, bajo la dirección de Ricardo Maldonado, el cual cuenta con un total de veinte escenas con una breve duración de 1 minuto y 36 segundos. Dicho spot se caracterizó por llamar la atención desde el momento en el que se escuchó la voz del ya fallecido Daniel Peredo, además del contenido presentado en cada escena donde se aprecia otro elemento importante como es el escenario, en este caso, se habla del estadio nacional y también por el realismo que presentó el spot desde el momento en el que se presencié la figura del narrador.

3.5 Técnica e instrumento de recolección de datos

La técnica que se utilizó para este desarrollo de investigación fue la observación, como menciona Sampieri, *et al.* (2010) en la investigación cualitativa es necesario estar capacitado para observar y es completamente diferente a solo mirar, es un asunto de grado. La "observación investigativa" no conoce límites en el sentido de mirar, implica todos los sentidos. Del mismo modo, Castellanos (2017) explica que esta técnica trata de revisar los comportamientos de los fenómenos, casos, hechos, personas, acciones, objetos, situaciones, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. De acuerdo con Sierra y Bravo (2010), lo definen como: "la exploración y estudio realizado por el investigador, a través del empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de atracción social, tal como son o tienen lugar espontáneamente".

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue la guía de observación, de igual importancia Sampieri, *et al.* (2010) la diferencia entre la observación cualitativa y cuantitativa es que en la primera de ellas no utilizamos modelos de apuntes. Lo que se sabe es que debemos anotar todo lo que nos parezca importante sin importar el formato, ya que puede ser en una hoja simple donde anotemos y tomaremos nota describiendo las observaciones.

3.6. Procedimiento

Para la realización de este proyecto, se hizo una revisión bibliográfica acerca de cómo se ha trabajado el ámbito temático de la narrativa audiovisual a nivel nacional como a nivel extranjero. Para ello se decidió analizar un spot en el cual se pudo percibir la presencia de ciertos elementos, los cuales pudieron ser definidos en base a un autor, el cual categorizó a la narrativa audiovisual de acuerdo a cuatro estructuras, las cuales están sustentadas en el marco conceptual de esta investigación y llevan relación con la teoría del estructuralismo. Luego se pasó a diseñar el instrumento de recolección de datos en base a la matriz de categorización de este estudio, para que sea validado por un grupo de expertos en

la rama audiovisual. Una vez que se obtuvo la aprobación de estos magísteres, se procedió a aplicar dicha herramienta, se recolectó los datos e interpretó cada ítem y luego realizó la graficación del análisis de los objetivos planteados en este estudio.

3.7. Rigor científico

En esta investigación se desarrolló el rigor científico bajo los lineamientos de la exigencia de la metodología científica. Para ello, se requirió la validación de tres expertos de la carrera de ciencias de la comunicación.

Tabla 1:

Datos de los validadores

Grado académico	Nombre del experto	Universidad en la que labora
Magíster en comunicaciones	Bernal Torero, Cris Aneatte	Universidad César Vallejo
Magíster en comunicaciones	Vargas Arias, Mariano Octavio, especialista en el área audiovisual y publicitaria.	Universidad César Vallejo
Magíster en comunicaciones	Sayan Casquino, Yasmin Magna, especialista en producción audiovisual.	UPC/ Católica

Fuente: SUNEDU

COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{S}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Sl= valor asignado por el juez

N= número de jueces

C= números de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

Nuestro estudio obedeció a los principios de auditabilidad y transferibilidad. Para Weigand (2019) el principio de auditabilidad consiste en interpretar lo que los investigadores observan de acuerdo al caso que está presente en el contexto en el que se ubica. Los investigadores analizaron el spot “Perú te quiero, Daniel Peredo” en un total de 20 escenas, las cuales fueron detalladas en 20 guías de observación, las mismas que se procesaron en una guía de resumen, con el propósito de aproximarse a los objetivos trazados en la investigación. Así mismo Schloemer (2019) define que la transferibilidad es el principio que demanda a los investigadores a interpretar cada elemento presente en el caso que analiza, de acuerdo a los conceptos trazados en sus bases teóricas. Durante la etapa de recolección de datos, se interpretó cada ítem presentado en el instrumento de acuerdo a los elementos que el spot presentaba en su estructura.

Hernández, *et al.* (2018) Afirma que: La validez se vincula con el nivel en que un instrumento evidencia un dominio determinado de contenido de lo que se mide, en otras palabras, para comprender si la estructura de los ítems o interrogantes es la indicada, el instrumento es evaluado por expertos, quienes comparan los aspectos de validez (contenido, criterio y constructo) en una tabla que servirá para evaluar y generar las observaciones en caso lo amerite.

Tabla 2:
Coeficiente V de Aiken

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN					
Preguntas	Enfoque cualitativo			Suma	V
	Bernal Torero, Aneatte	Vargas Arias, Mariano Octavio	Sayan Casquino, Yasmin Magna		
ÍTEM 1	1	1	1	3	100%
ÍTEM 2	1	1	1	3	100%
ÍTEM 3	1	1	1	3	100%
ÍTEM 4	1	1	1	3	100%
ÍTEM 5	1	1	1	3	100%
ÍTEM 6	1	1	1	3	100%
ÍTEM 7	1	1	1	3	100%
ÍTEM 8	1	1	1	3	100%
ÍTEM 9	0	0	0	0	0%
ÍTEM 10	1	1	1	3	100%
ÍTEM 11	1	1	1	3	100%
Validación a nivel de 3 expertos					91%

Fuente: Elaboración propia.

La calificación del instrumento en base al criterio de los 3 expertos arrojó un total de 91% en el coeficiente V de Aiken, lo cual es altamente valorado y aprobado para aplicarse en nuestro estudio.

3.8. Método de análisis de datos

Para el presente proyecto de investigación se empleó la triangulación, donde primero se elaboró una guía de observación, la cual se emplea para recolectar los datos del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, luego se interpretó dichos datos por cada escena, en el cual fueron un total de 20 guías de observación. Finalmente, se empleó el mapeo, para luego graficar los datos empleando el método cualitativo de los esquemas semánticos, para así plantear las cualidades que el spot presentó en base a su narrativa audiovisual y a las categorías presentadas en este estudio.

3.9. Aspectos éticos

La presente investigación tuvo en cuenta el conocimiento de cada base teórica, por lo cual empleó las citas en APA, normativa que es utilizada por nuestra escuela académica profesional con beneficencia, sin maleficencia, autonomía y justicia. Según Siurana (2017) nos precisa estos cuatros principios éticos como: Beneficencia: Es el principio que respeta a los autores y su propiedad, por medio de la mención de citas en la sustentación de un estudio. Sin maleficencia: Es no dañar la obra originalidad de terceros. Autonomía: Principio justificado en la dignidad de los derechos de autor. Justicia: El galardón o penalidad que un investigador amerita o recibe en base a sus actitudes.

Así mismo, este proyecto contó con la validación de tres expertos en el área de la publicidad, quienes validaron el instrumento del presente estudio (Ver anexo 6). Y finalmente para contribuir con la originalidad del presente estudio, se presenta el reporte de Turnitin (Ver anexo 7).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados que se obtuvieron a nivel del objetivo principal y objetivos específicos que según la perspectiva de los investigadores interpretaron de acuerdo con el spot “Perú te quiero, Daniel Peredo”, el cual fue transmitido en diciembre del 2020 y en su momento se transmitió por un tiempo considerable en las redes sociales, por la influencia y la habilidad que los creadores emplearon para que mediante su producción audiovisual pudieran traer a la vida a una figura que en su momento fue reconocida en el mundo del periodismo deportivo.

Guía resumen de observación					
Spot		Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena		Tiempo de duración			
Sub categorías	Indicadores	Sub Indicadores		Descripción	Interpretación
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural Según Rojas (2016) son	El presente spot tuvo un total de 20 escenas, de las cuales en 16 escenas presentó representación	Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo representación natural, la cualidad que más resaltó fue la realidad . Según la RAE (2001), la realidad es la existencia de algo que está presente en el mundo real.

			espacios reales que ya se nos presentan contruidos, desde un paisaje a una calle, desde el interior de un palacio al pasillo de una casa.	natural y en 4 escenas no se presentó dicho ítem.	En el spot hubo presencia de elementos naturales que transmitieron la realidad como el estadio nacional y la ciudad de Lima.
			Natural Intervenido Según Rojas (2016) son transformaci	El presente spot tuvo un total de 8 escenas donde presentó representación natural intervenido y en 12 escenas no se presentó dicho ítem.	Podemos inferir que de las 8 escenas donde hubo representación natural, la cualidad que más resaltó fue el montaje de video . Según la RAE (2020), en el mundo audiovisual es la imagen conseguida por medio de efectos especiales en la etapa de decoración de una escena.

			<p>ones que pueden recurrir a métodos tradicionales o a la utilización de las nuevas tecnologías.</p>		
			<p>Artificial Rojas (2016) afirma que son espacios que desean transmitir</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 1 escena donde presentó espacio artificial y 19 escenas donde no se presentó el dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que en esta única escena donde se presentó la representación artificial la cualidad que resaltó fue la superposición de texto. Según la RAE (2020), en el mundo audiovisual es colocar un texto encima de algo.</p>

			<p>una sensación de realidad, y los que buscan romper con los parámetros del mundo real y que el espectador los perciba de esa manera, que se podrían denominar espacios imaginarios.</p>		
				<p>El presente spot tuvo un total de 16 escenas donde</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo explicitación parcial la cualidad que más</p>

		Explicitación	<p>Parcial</p> <p>Gertrúdis (2016) nos dice que el receptor percibe el espacio de la escena.</p>	<p>presentó Explicación Parcial y 4 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>resalto fue el espacio real. Según la RAE (2021), En audiovisual se define al espacio real como una locación existente para grabar una escena.</p> <p>En el spot hubo presencia de locaciones que permitieron percibir la locación real, estadio nacional y la ciudad de Lima.</p>
			<p>Completa</p> <p>Gertrúdis (2016) nos explica que el receptor se imagina un escenario</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 10 escenas donde presentó Explicación Completa y 10 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 10 escenas donde hubo explicitación completa la cualidad que más resaltó fue la imaginación. Según la RAE (2021) es la invención o creación de algo que podemos visualizar.</p> <p>En el spot hubo presencia de espacio con explicitación completa que nos llevó a imaginar gratos momentos vividos en el estadio nacional.</p>

			que no se muestra en el contexto.		
		Percepción Sensorial	<p>Visual</p> <p>Según Gómez (2006) explica que la capacidad para interpretar la información que la luz del espectro visible hace llegar hasta nuestros ojos.</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Visual en sus 20 escenas</p>	<p>Inferimos que las 20 escenas donde se presentó lo visual, la cualidad que resaltó fue la percepción.</p> <p>Según RAE (2001), la percepción es el conocimiento que se tiene de la escena al lograr visualizarla.</p> <p>En el spot hubo presencia de escenas visuales que transmiten con claridad todo el contenido.</p>

			<p>Sonora</p> <p>Según Gómez (2006) nos dice que es el resultado de procesos psicológicos que tienen lugar en el sistema auditivo central y que permiten interpretar los sonidos recibidos.</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Sonora en sus 20 escenas</p>	<p>Podemos inferir que de las 20 escenas donde se presentó espacio con percepción sensorial, la cualidad que más resaltó fue la interpretación. Según la RAE (2021) interpretar es encontrarle sentido a lo que percibimos. En el spot hubo presencia de percepción sensorial ya que el receptor logra entender con nitidez el mensaje.</p>

			<p>Fragmentación</p> <p>Según Gómez (2006) nos hace interpretar nuestras percepciones en forma múltiple y variable de acuerdo a nuestro estado de ánimo, al momento</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Fragmentación en 17 escenas y 2 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 17 escenas donde hubo espacio con explicitación fragmentada la cualidad que más resaltó fue la emotividad. Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo. En el spot hubo presencia de espacios fragmentados que generaron cambios en el estado de ánimo del espectador.</p>

			<p>vital, al lugar, la compañía, a nuestra historia y nuestra experiencia.</p>	
			<p>Espacio continuo</p> <p>Según Gómez (2006) afirma que es la capacidad para</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Espacio Continuo en 11 escenas y 9 escenas no presentaron dicho ítem.</p>
				<p>Podemos inferir que de las 11 escenas donde hubo espacio continuo la cualidad que más resaltó fue la sincronización de la escena.</p> <p>Según la Rae (2021) La sincronización es coincidir en tiempo y espacio en una escena. En el spot hubo presencia de espacio continuo que transmitieron un cálculo preciso entre la narración, escenario y puesta en escena.</p>

			seleccionar y analizar información permitiendo tomar decisiones correctas en cuanto al cálculo del espacio y el tiempo.		
	Tiempo	Localización	Pasado Moreno (2003) explica que el pasado es el tiempo	El spot no presentó localización en Tiempo Pasado.	

			<p>que ya sucedió y que, en una línea cronológica, ha quedado atrás. Se conoce como pasado tanto a dicho tiempo como a aquello que aconteció en el periodo en cuestión.</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>Presente</p> <p>Moreno (2003) explica que un concepto tiene múltiples usos y acepciones. Se trata de un adjetivo que permite hacer referencia al tiempo que transcurre en el momento actual o a</p>	<p>El presente spot presentó Localización en Tiempo Presente en sus 20 escenas.</p>	<p>Podemos inferir que de las 20 escenas donde el tiempo estuvo en presente la cualidad que más resaltó fue la narración en la escena. Según la Rae (2021) narración son los acontecimientos que componen un argumento. En el spot hubo presencia de tiempo presente donde se transmitió el mensaje concientizador por la covid-19 narrado por Daniel Peredo.</p>
--	--	--	---	---	---

			<p>aquel en el que se halla una persona cuando cuenta algo.</p>		
			<p>Futuro</p> <p>Moreno (2003) el tiempo verbal que indica que la acción sucederá.</p>	<p>El spot no presentó localización en Tiempo Futuro.</p>	

		Duración	<p>Pura</p> <p>Moreno (2003) explica que es de duración pura cuando no deja de constituir una excepción en publicidad, el relato publicitario tiende a ser elíptico y esas elipsis se llevan a</p>	<p>El presente spot presentó Tiempo Duración Pura en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 2 escenas donde hubo tiempo duración pura la cualidad que más resaltó fue la imaginación. Según la RAE (2021) es la invención o creación de algo que podemos visualizar.</p> <p>En el spot hubo presencia de duración pura en escenas que te llevaban a contextualizar más allá de lo mostrado.</p>
--	--	-----------------	---	--	---

			los mayores extremos del campo audiovisual.		
			<p>Impura</p> <p>Moreno (2003) nos dice que es cuando la secuencia desarrolla una acción narrativa en la realidad.</p>	<p>El presente spot presentó Tiempo Duración Impura en 18 escenas y 2 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 18 escenas donde hubo tiempo de duración impura la cualidad que más resaltó fue lo sucinto de la escena. Según la RAE (2021) Sucinto es transmitir de forma clara y eficaz. En el spot hubo presencia de duración impura en escenas que mostraban el contexto con claridad.</p>

		Naturaleza	Referencial Carmona (2017) define como el tiempo que transcurre del presente al pasado en cierta medida establecida.	El spot no presentó Tiempo Naturaleza Referencial.	
--	--	-------------------	--	--	--

			<p>Ficcional</p> <p>Carmona (2017) define como el tiempo que transcurre del presente en una alternativa del modelo de mundo real en que aquel tiempo es (o ha sido) producido, creado,</p>	<p>El spot no presentó Tiempo Naturaleza Ficcional.</p>	
--	--	--	---	---	--

			construido y/o recibido.		
	Personaje	La escena presenta personaje	<p>Principal</p> <p>Moreno (2003) explica que los personajes principales son aquellos en los que se centra la trama de la historia, ya que conducen y dominan el</p>	<p>El presente spot presentó Personaje Principal en 15 escenas y 5 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 15 escenas donde hubo personaje principal la cualidad que más resaltó fue el dominio de escena. Según la RAE (2021) el dominio de escena es el desarrollo seguro y natural ante cámaras.</p> <p>En el spot hubo presencia de personaje principal en escenas que mostraban a Daniel Peredo.</p>

			<p>relato. Estos se dividen en protagonistas y antagonistas.</p>		
			<p>Secundario</p> <p>Moreno (2003) dice que son aquellos que aparecen con frecuencia o</p>	<p>El spot no presentó Personaje Secundario.</p>	

			<p>incluso de manera recurrente. Y sus apariciones tienen que ver con el tema de la trama.</p>		
	Planos	Planos en su estructura narrativa.	<p>Plano General</p> <p>Narváez (2019) Presenta un paisaje o ambiente de amplias</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano General en 12 escenas y 8 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 12 escenas donde hubo Plano general en la estructura narrativa la cualidad que más resaltó fue la percepción de la escena. Según RAE (2001), la percepción es el conocimiento que se tiene de la escena al lograr visualizarla.</p> <p>En el spot hubo presencia plano general en escenas donde se podía apreciar a la ciudad de lima, el estadio nacional y Daniel Peredo.</p>

			dimensiones.		
			<p>Plano Entero</p> <p>Narváez (2019) dice que el encuadre donde la cabeza y los pies del individuo definen los límites superiores e inferiores.</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Entero en 1 escena y 19 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de 1 escena donde hubo Plano entero la cualidad que resaltó fue la emotividad de la escena.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de plano entero en una escena donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.</p>

			<p>Plano Americano</p> <p>Narváez (2019) explica que, también conocido como tres cuartos, tiene como límite superior de la cabeza un poco más y las rodillas como límite inferior (siempre tomando</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Americano en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de 2 escenas donde hubo Plano americano la cualidad que resaltó fue persuasión de la escena.</p> <p>Según la RAE (2021) la persuasión es la habilidad para convencer.</p> <p>En el spot hubo presencia de americano en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo con un micrófono en lo más alto del estadio nacional.</p>
--	--	--	---	---	---

			como referencia la silueta de un humano).		
			<p>Plano Medio</p> <p>Narváez (2019) dice que encuadra al humano desde la cintura.</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Medio en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 2 escenas donde hubo Plano medio la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de plano medio en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.</p>
			<p>Plano Medio Corto</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Medio Corto en 3</p>	<p>Podemos inferir que de las 3 escenas donde hubo Plano medio corto la cualidad que resaltó fue la sensibilidad.</p>

			<p>Narváez (2019) explica que el encuadre del humano va desde la cabeza hasta la mitad del torso.</p>	<p>escenas y 17 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Según la RAE (2021) la sensibilidad es percibir emociones a través de los sentidos.</p> <p>En el spot hubo presencia de plano medio en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo transmitiendo un mensaje.</p>
			<p>Primer Plano</p> <p>Narváez (2019) nos dice que es el encuadre del rostro y</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Primero Plano en 1 escena y 19 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que 1 escena donde hubo primer plano la cualidad que resaltó fue la motivación.</p> <p>Según la RAE (2021) motivación es el motivo o impulso que anima a un individuo a cumplir un objetivo.</p> <p>En el spot hubo presencia de primer plano en una escena donde se puede apreciar a Daniel</p>

			los hombros del humano.		Peredo con su micrófono dando un mensaje de aliento.
			<p>Primer Primerísimo Plano</p> <p>Narvárez (2019) dice que abarca desde la frente hasta el mentón del humano.</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Primer Primerísimo Plano.</p>	
			<p>Plano Detalle</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Detalle.</p>	

			<p>Narváez (2019) dice que es aquel que se enfoca en una parte específica del cuerpo u objeto.</p>		
			<p>Plano Cenital</p> <p>Narváez (2019) dice que es la captura de la imagen desde arriba hacia abajo.</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Cenital.</p>	

			<p>Plano Picado</p> <p>Narváez (2019) dice que es una posición oblicua de la cámara con un ángulo de aproximadamente 45 grados.</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Picado.</p>	
			<p>Plano Contrapicado</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Contrapicado.</p>	

			<p>Narváez (2019) dice que el encuadre se hace hacia arriba.</p>		
			<p>Plano Frontal</p> <p>Narváez (2019) dice que es el plano vertical de ángulo recto que divide el cuerpo humano en</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Frontal.</p>	

			posición anatómica en secciones ventral y dorsal.		
Iluminación	Iluminación.	Luz Principal	Narváez (2019) dice que es la luz que domina la escena.	El presente spot presentó en su Iluminación a la Luz Principal en sus 20 escenas.	Podemos inferir que de las 20 escenas donde hubo luz principal la cualidad que resaltó fue la claridad Según la RAE (2021) la claridad es la iluminación que permite apreciar con total nitidez. En el spot hubo presencia de luz principal en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima y paisajes.
		Luz de Relleno		El presente spot presentó en su Iluminación a la Luz de Relleno en 8 escenas y	Podemos inferir que de las 8 escenas donde hubo luz de relleno la cualidad que resaltó fue la nitidez.

			<p>Narváez (2019) explica que es una luz complementaria, procedente de un reflector, lámpara o flash.</p>	<p>12 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Según la RAE (2021) la nitidez es la apreciación con claridad.</p> <p>En el spot hubo presencia de luz de relleno en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.</p>
			<p>Contraluz</p> <p>Narváez (2019) dice</p>	<p>El presente spot no presentó en su Iluminación a la Contraluz.</p>	

			que es el encuadre apunta directamente hacia la luz.		
	Sonido	Sonido	<p>Voz</p> <p>Román (2006) dice que es el sonido sonoro que más atención percibe.</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido a la Voz en 16 escenas y 4 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo voz en sonido la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de voz en sonido en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima, y paisajes.</p>

			<p>Sonido Ambiental</p> <p>Román (2006) dice que el sonido está presente en una escena.</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido al Sonido Ambiental en 17 escenas y 3 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 17 escenas donde hubo sonido ambiental la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de sonido ambiental en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima y paisajes naturales.</p>
			<p>Ruido</p> <p>Román (2006) explica que es un tipo de sonido no deseado, denota un ambiente agresivo.</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido al Ruido en 4 escenas y 16 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 4 escenas donde hubo ruido en sonido la cualidad que resaltó fue la intriga.</p> <p>Según la RAE (2021) la intriga es el plan oculto que despierta interés en el individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de ruido en sonido en escenas donde se puede apreciar la ciudad de lima, parte del estadio nacional y unos zapatos.</p>

Estructura dramática	Trama	Trama	Trama Narrativa	El presente spot no presentó Trama Narrativa en su Estructura Dramática	
			Moreno (2003) explica que informa acontecimientos a través de una secuencia cronológica.	El presente spot presentó Trama Descriptiva en su Estructura Dramática en 9 escenas y 11 escenas no presentaron dicho ítem.	Podemos inferir que de las 9 escenas donde hubo trama descriptiva la cualidad que resaltó fue la motivación . Según la RAE (2021) motivación es el motivo o impulso que anima a un individuo a cumplir un objetivo.

			Trama Descriptiva Moreno (2003) explica que el tipo de estructura narrativa por la cual se presenta la información del texto por medio de las cualidades, característic as y detalles de las cosas, personas o hechos.		
--	--	--	---	--	--

			<p>Trama Argumentativa</p> <p>Moreno (2003) nos indica que el fin de este tipo de trama es la de persuadir y convencer al público de un tema específico.</p>	<p>El presente spot presentó Trama Argumentativa en su Estructura Dramática en 15 escenas y 5 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 15 escenas donde hubo trama argumentativa, la cualidad que más resaltó fue la incitación. Según la RAE (2021) incitar significa impulsar al individuo a realizar una acción.</p> <p>En el spot hubo presencia de trama argumentativa en escenas donde se podía apreciar a la ciudad de lima, el estadio nacional y Daniel Peredo impulsando el comportamiento del espectador.</p>
			<p>Trama Conversacional</p>	<p>El presente spot no presentó Trama Conversacional en su Estructura Dramática</p>	

			<p>Moreno (2003) explica que esta trama permite el diálogo entre el emisor y el receptor.</p>		
<p>Estructura informativa</p>	<p>Transmisión de contenido</p>	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de</p>	<p>El presente spot no presentó Transmisión de contenido en su Estructura Informativa.</p>		

		comunicación punto a punto o punto a multipunto.		
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.	El presente spot no presentó Base Informativa Denotativa en su Estructura Persuasiva.	

	<p>Base informativa connotativa</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>El presente spot presentó Base Informativa Connotativa en su Estructura Persuasiva en 13 escenas y 7 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 13 escenas donde hubo base informativa connotativa, la cualidad que más resaltó fue la escenificación. Según la RAE (2021) escenificar significa el desenvolvimiento del personaje al momento de transmitir un anuncio en el escenario. En el spot hubo presencia de base informativa connotativa de escenas donde se aprecia a Daniel Peredo brindando un discurso motivacional.</p>
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo</p>	<p>El presente spot presentó Arquetipos Narrativos Persuasivos en su Estructura Persuasiva en 16 escenas y 4 escenas no presentaron dicho ítem</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo arquetipo narrativo persuasivo, la cualidad que más resaltó fue la nostalgia. Según la RAE (2021) nostalgia significa es un sentimiento mezclado con tristeza y placer al recordar momentos del pasado.</p>

		persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.		En el spot hubo presencia de arquetipos narrativos persuasivos en escenas donde se podía apreciar a Daniel Peredo haciendo gala de sus mejores frases y utilizándolas para concientizar a la población.
--	--	---	--	---

Con respecto a la narrativa audiovisual, esta nos ayudó a alcanzar el resultado de nivel del objetivo general: Analizar la narrativa audiovisual en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Con respecto a este objetivo, las cualidades que más destacaron fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga, incitación, escenificación y la nostalgia.

Con respecto a la estructura narrativa, esta nos ayudó a alcanzar el resultado a nivel del primer objetivo específico: Analizar la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Con respecto a este objetivo, las cualidades que se destacaron fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sin cronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga.

Con respecto a la estructura dramática, está nos ayudó a alcanzar el resultado a nivel del segundo objetivo específico: Analizar la estructura dramática en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Con respecto a este objetivo, las cualidades que se destacaron fueron: Motivación e incitación.

Con respecto a la estructura informativa esta nos ayudó a alcanzar el resultado a nivel del tercer objetivo específico: Analizar la estructura informativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Con respecto a este objetivo, no presentó ninguna cualidad.

Con respecto a la estructura persuasiva esta nos ayudó a alcanzar el resultado a nivel del cuarto objetivo específico: Analizar la estructura persuasiva en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021. Con respecto a este objetivo, las cualidades que se destacaron fueron: La escenificación y la nostalgia.

Una vez alcanzados los resultados de acuerdo a los objetivos de nuestra investigación, se procedió a comparar los datos más importantes de nuestro estudio, con los datos de los antecedentes nacionales y extranjeros, que sirvieron de bases teóricas a nuestro estudio. En nuestra investigación, se tuvo como objetivo principal, analizar la narrativa audiovisual en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, filmado en Lima en el 2020, en base a la estructura narrativa, estructura

dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Dichas categorías fueron fundamentadas en base a Moreno (2003), el cual la define como aquel proceso que está conformado por la estructura narrativa, dramática, informativa y persuasiva, las cuales hacen que un producto audiovisual que se trabaja en la publicidad, esté dirigido bajo una mirada profesional, inteligente y crítica, y no por ello desapasionada. Esto se discrepa con Carmona (2017), el cual se fundamentó en García (1993), quien define que la narrativa audiovisual se debe estudiar como una disciplina en la cual se analiza el aspecto morfológico, taxonómico, poético y pragmático. A nivel de resultados, nuestro estudio obtuvo como alcance general que las cualidades presentadas en la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero, Daniel Peredo” fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga, incitación, escenificación y la nostalgia. Esto se discrepa con Carmona (2017), quien obtuvo como resultado en su estudio que el contenido seleccionado en el spot “Manos unidas” presenta algunos elementos textuales cargados de emociones, los cuales fueron las cualidades que ayudaron a generar fondos para la ONG.

Por otro lado, Ramírez (2014) en su estudio tuvo como propósito analizar la narrativa audiovisual utilizada en la producción colombiana Dejavú en base a la estructura narrativa, tiempo fílmico, narrativa de la imagen, narrativa del sonido, montaje audiovisual, género ficcional, formato ficcional y análisis del personaje. Esto tiene semejanza con nuestra investigación, la cual tuvo como objetivo específico, analizar la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, filmado en Lima en el 2020, en el cual también se estudió la estructura narrativa, pero a diferencia de sus otras categorías se estudió a la estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Con respecto al primer objetivo específico, en nuestro estudio se analizó la estructura narrativa en base a Moreno (2003), quien explica que la estructura narrativa es la base del relato y sobre la que giran el resto de estructuras. Suele confundirse con la dramática, pero la estructura narrativa está siempre presente en publicidad. En ocasiones guiará exclusivamente la informativo-persuasiva, por otro lado, en los relatos ficcionales incorporará la

dramática. Y es que personajes, espacio, tiempo y acciones materializados con elementos expresivos audiovisuales y tipográficos constituyen las sustancias imprescindibles para armar los anuncios audiovisuales. A diferencia de Ramírez (2014) este analizó dicha categoría en base a García (2018) quien define que la estructura narrativa se encarga de interpretar la estructura externa como intema que tiene toda producción audiovisual desde el momento en el que inicia, se desarrolla y finaliza en un tiempo determinado. Este antecedente trabajó el enfoque cualitativo y como diseño al estudio de casos. En nuestro estudio se trabajó el mismo enfoque y el mismo diseño, ya que nuestra investigación se centró en el spot Perú te quiero, Daniel Peredo. A nivel del resultado general, nuestra investigación interpretó que las cualidades que más destacaron fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga, incitación, escenificación y la nostalgia. A diferencia de Ramírez (2014), con relación a la narrativa audiovisual de la producción colombiana Dejavú, alega a las particularidades de una serie web clásica, determinada por Hernández García y Morales Morante, en la cual el grado de respuesta con la audiencia resulta ser mínimo pues no tiene interacción con el contenido, ni determinar a su antojo una de las tramas; tampoco hace uso de las múltiples plataformas de Internet, redes sociales o de la narrativa transmedia. A su vez atribuye a un carácter televisivo en cuanto a su narración, pues el régimen audiovisual es sencillo y no resulta ser innovador en cuanto a su trama y finalmente, el suspenso juega un papel fundamentalmente en la estructura episódica. Con respecto al primer objetivo específico planteado en nuestro estudio tuvimos como propósito analizar la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2020 y como resultado, las cualidades que se destacaron fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga. A comparación de Ramírez (2014), con respecto a la estructura narrativa concluyó que la serie web Dejavú se distingue por poseer tres grandes hechos que marcan y deslinda la estructura externa, la cual compone tres grupos de capítulos para

poder desplegar de manera completa el hecho o momento narrado. El primer grupo lo comprenden los capítulos 1x01 El don, 1x02 En riesgo y 1x03 La decisión, el segundo grupo está conformado por los capítulos 1x04 Atrapados y 1x05 Una maldición; y el último conjunto lo conforman los capítulos: 1x06 Perseguidos, 1x07 El engaño, 1x08 Héroes, 1x09 La verdad, 1x10 La revelación, 1x11 El sacrificio y 1x12 Final.

Sebastiani (2018) en su investigación tuvo como finalidad analizar la narrativa audiovisual en las películas peruanas 'La última tarde y 'La hora final', Lima, 2018, en base a la estructura narrativa y al discurso audiovisual. A comparación de nuestro estudio, tuvimos como propósito analizar la narrativa audiovisual del spot "Perú te quiero Daniel Peredo", en base a la estructura narrativa, pero a diferencia de sus otras sub categorías se estudió a la estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Con respecto a la teoría, Sebastiani (2018) fundamentó su realidad problemática en la teoría del estructuralismo de Ferdinand de Saussure, el cual explica que la lingüística se puede utilizar en distintas ciencias y en el caso de la narrativa audiovisual, el autor sostiene que se puede reconocer que existe un lazo entre el emisor y el receptor con el código que se utiliza en un contexto específico. En nuestro estudio, se empleó la misma teoría la cual justificó el planteamiento de la realidad problemática y las categorías analizadas en la investigación. Con respecto al resultado general, nuestra investigación concluyó que las cualidades que destacaron en la narrativa audiovisual del spot estudiado fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga, incitación, escenificación y la nostalgia. A diferencia de Sebastiani (2018), este concluyó que se pudo identificar que la narrativa audiovisual identifica componentes de la narrativa audiovisual en las películas peruanas "La última tarde" y "La hora final", lo cual se pudo demostrar por medio de la ficha de observación que se utilizó en la totalidad de las escenas de los dos largometrajes (La última tarde con 29 escenas y La hora final con 108 escenas) que los dos trabajos audiovisuales incluyen singularidades similares y diferentes entre cada uno. Esto gracias al uso de los elementos que conforman a la estructura

narrativa y el discurso audiovisual (tiempo, espacio, personajes, historia, narrador y relato) que se presentaron en diversas formas en ambas películas, pero que pudieron contar las historias correctamente para el entendimiento del espectador, es fundamental resaltar que los dos productos audiovisuales incluyeron un contexto semejante que podía relacionarse con la coyuntura que se vivió en el Perú en la época del conflicto armado interno. Además, todos los elementos se presentaron de manera correcta para el armado de una narración en la que cada elemento compone parte de un todo que puede complementarse para la exposición de las diversas historias.

Pascual (2019) en su investigación tuvo como finalidad analizar la narrativa audiovisual publicitaria del spot “ciudadanos del mañana” de la marca Mibanco, en base a estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Este estudio es similar al trabajado en esta investigación, puesto que se analizó la misma categoría y subcategorías, con la diferencia que el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, abarcó una temática de concientización alusiva a la coyuntura actual que estamos viviendo. Este antecedente, se fundamentó en la teoría del estructuralismo de Ferdinand de Saussure, el cual explica que la narrativa audiovisual tiene una estrecha vinculación entre el mensaje del mismo y la comprensión que tiene el receptor con la misma. En nuestra investigación empleamos la misma teoría, puesto que está ayudó a justificar la presencia de la narrativa audiovisual y de las sub categorías que la conforman y que fueron apropiadas para analizar la realidad problemática, la cual fue el spot de “Perú te quiero, Daniel Peredo”. A nivel de resultado general Pascual (2019), concluyó que la narrativa audiovisual presentada en el spot “ciudadanos del mañana” de la marca Mibanco, destacó en su estructura narrativa según su contenido donde el espacio, el tiempo y los personajes son perfectamente establecidos. A diferencia del resultado general alcanzado en nuestro estudio, concluimos que, las cualidades que más destacaron en el spot “Perú te quiero, Daniel Peredo” fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga, incitación, escenificación y la nostalgia. A nivel de la estructura narrativa,

Pascual (2019) concluyó que el spot “ciudadanos del mañana” de la marca Mibanco, destacó por su expresión en el discurso, la tipografía, donde la cámara narrativa, la edición, el sonido narrativo que permitieron ejercer control en la formación del mensaje del spot. A diferencia del resultado alcanzado en nuestro estudio con respecto a la estructura narrativa obtuvimos que las cualidades que se destacaron fueron: Realidad, montaje de video, superposición de texto, espacio real, imaginación, percepción, interpretación, emotividad, sincronización de la escena, narración, precisión en escena, dominio de escena, persuasión, sensibilidad, motivación, claridad, nitidez, intriga. A nivel de la estructura dramática, Pascual (2019), concluyó que el spot “ciudadanos del mañana” de la marca Mibanco destacó por el suspenso que trabajó para llamar la atención de los receptores. A diferencia del resultado que obtuvimos con respecto a esta sub categoría, las cualidades que más se destacaron fueron: Motivación e incitación. A nivel de la estructura informativa, Pascual (2019) concluyó que spot tuvo una transmisión de contenidos denotativos en un grado menor, este tipo de contenido permitió comunicar con toda claridad el mensaje, que fue empleado en la parte final del spot para transmitir información. Por otro lado, el spot “Ciudadanos del Mañana”, contó con una transmisión de contenidos connotativos en un grado mayor, esto se debió al uso de un lenguaje de forma figurada o simbólica. En nuestro estudio, no detectamos la presencia de ningún elemento con alusión a la estructura informativa debido a que esta categoría se trabaja en aquellas producciones de carácter comercial, es decir en aquellas donde se ofrecen un producto o servicio y por esa razón en el caso analizado no se presentó aquello, debido a que el spot no fue realizado para dichos fines. Con respecto a la estructura persuasiva, Pascual (2019) concluyó que el spot “ciudadanos del mañana” de la marca Mibanco, presentó un arquetipo de problema y solución, el arquetipo de analogía, el arquetipo de símbolo visual, el arquetipo de vida cotidiana y el arquetipo de música. En contraposición con nuestro estudio, con respecto a esta sub categoría obtuvimos que, las cualidades que se destacaron fueron: La escenificación y la nostalgia.

V. CONCLUSIONES

1. A nivel del supuesto general, nos planteamos que el spot Perú te quiero Daniel Peredo, presentó en su narrativa audiovisual a la estructura narrativa, estructura dramática, estructura informativa y estructura persuasiva. Esto se cumplió, en ciertas sub categorías, puesto que, en la estructura narrativa, la característica que más resaltaron fue la emotividad; en la estructura dramática las características que más destacaron fueron la motivación y la incitación; en la estructura persuasiva las características que más destacaron fueron la escenificación y la nostalgia; sin embargo, en la estructura informativa no se destacó ninguna cualidad, puesto que hubo ausencia de transmisión de contenido.
2. A nivel del primer supuesto específico nos planteamos que el spot Perú te quiero Daniel Peredo, presentó en su estructura narrativa al espacio, tiempo, personaje, planos, iluminación y sonido. Esto se cumplió, puesto que en el espacio, las características que más destacaron fueron la imaginación y la emotividad, en el tiempo las características que más destacaron fueron la narración en la escena y la precisión; en el personaje la característica que más destacó fue su dominio de escena; en los planos las características que más destacaron fueron la percepción de la escena y la sensibilidad; en la iluminación las características que más destacaron fueron la claridad y nitidez y en cuanto al sonido las características que más destacaron fueron la emotividad y la intriga.
3. A nivel del segundo supuesto específico nos planteamos que el spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura dramática a la trama narrativa, trama descriptiva, trama argumentativa y trama conversacional. Esto se cumplió, puesto que, en la trama narrativa, las características que más destacaron fueron la motivación e incitación; en la trama descriptiva la característica que más destacó fue la motivación y en la trama argumentativa la característica que más destacó fue la incitación. Con respecto a las tramas narrativa y conversacional hubo ausencia de ellas durante todo el spot.

4. A nivel del tercer supuesto específico, nos planteamos que el spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura informativa a la transmisión de contenido, sin embargo; esta estructura no estuvo presente en ninguna escena del spot analizado, porque dicha estructura sólo se emplea cuando se desea ofrecer un producto o un servicio al público; sin embargo, este no fue el caso, pues la temática del spot fue con fines de concientización social.
5. A nivel del cuarto supuesto específico del spot Perú te quiero Daniel Peredo presentó en su estructura persuasiva a la base informativa denotativa, base informativa connotativa y a los arquetipos narrativos persuasivos. Esto se cumplió, puesto que, en la base informativa connotativa, la característica que más resaltó fue la escenificación mientras que en los arquetipos narrativos persuasivos, la característica que más resaltó fue la nostalgia mientras que en la base informativa denotativa hubo ausencia de esta sub categoría durante todo el spot.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los creadores de producción audiovisual, que al momento de realizar un spot con temática sociales mantengan un equilibrio en la estructura narrativa, como también en la dramática y la persuasiva, para que la imaginación permanezca y esta lleve a los receptores a tomar conciencia por cada minuto que el mensaje quiera transmitir de acuerdo a la coyuntura que se está abordando y así motivar al cambio de actitudes mediante una figura que sea conocida en el contexto de los receptores.
2. Se recomienda a la escuela académica profesional de ciencias de la comunicación, proponer en el futuro a elaborar investigaciones de enfoque cuantitativo, para conocer con detalles la percepción que un público puede tener acerca de una producción audiovisual con respecto a los planos y tipos de iluminación y demás elementos que dan vida a una historia y cómo es que esta les transmite un mensaje en la mente de los receptores.
3. Se recomienda a la escuela académica profesional de ciencias de la comunicación que en el futuro se realice una investigación a nivel fenomenológico, para que mediante un grupo de entrevistas se pueda hacer una interpretación desde el punto de vista de los productores audiovisuales acerca de las tramas que emplean en una producción audiovisual de carácter social y las razones que los motivaron a elaborar dicho producto.
4. Se recomienda a los productores a mantener el estilo de trabajo de cada estructura presentada en la narrativa audiovisual del spot analizado, porque consideramos que su mensaje informó el propósito principal que fue concientizar a las personas acerca de sus negativas actitudes ante la actual coyuntura.
5. Se recomienda a la escuela académica profesional de ciencias de la comunicación a enseñar a sus aprendices en el área audiovisual a cómo hacer uso de las nuevas tecnologías que se emplean en post producción como por

ejemplo la tecnología Deepfake, de modo que los cortometrajes que deseen producir en el futuro, sea más profesional y marque la diferencia con producciones pasadas.

REFERENCIAS

- Arráez, Calles y Moreno (2006). Sapiens. Revista Universitaria de Investigación. Redalyc.org. Recuperado el 28 de junio de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>
- Castellanos, V. T. las E. (2017, marzo 2). *Técnica de Observación*. <https://lcmetodologiainvestigacion.wordpress.com/2017/03/02/tecnica-de-observacion/>
- Castro, E. (1997) (s/f). El método estudio de caso y su significado en la investigación educativa. Rediech.org. <https://www.rediech.org/joomla30/images/k2/libro-2019-arzola-11.pdf>
- Demon, A. y Gerardus, L. (2013). La investigación hermenéutica en ciencias sociales. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/pdf/4418/441846100002.pdf>
- Enfoques cuantitativo y cualitativo - Metodología de la Investigación. (s/f). Google.com. <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/enfoques-cuantitativo-y-cualitativo>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas. <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXPe4U7aMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Distrito Federal, México: McGRAW-Hill / Interamericana Editores.
- Karbaum Padilla, G. y Universidad de San Martín de Porres, Perú. (2016). Campaña “Atletas Olímpicos del Perú”. Narrativa audiovisual en la publicidad social. *Correspondencias y análisis*, (6), 101–120.
- Llorente, M. L. (2007). *Por una rehabilitación del estructuralismo*. Signa, (16), 419-440. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/por-una-rehabilitación-del-estructuralismo/docview/1326738065/se-2?accountid=37408>
- Moreno, I. (2003). *Narrativa audiovisual publicitaria*. Barcelona: Paidós. https://www.academia.edu/1598072/Narrativa_Audiovisual_Publicitaria_2003

—

- Pascual, MA (2019). *Análisis de la narrativa audiovisual publicitaria en el spot “Ciudadanos del Mañana” de la marca Mibanco - Lima 2019*. Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48277>
- Ramírez, E. (2014). *“Análisis de la narrativa audiovisual de la serie web Dejavú”*. Universidad pontificia bolivariana Bucaramanga, 2014. Colombia. <https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1f92V9qld0LZEZ6MliEJQqsYXXd9Tb9rg>
- Rojas, M. y Gétrudiz, M. (2016). *Narrativa audiovisual: producción de vídeos colaborativos para MOOC*. España: Biblioteca Digital Repositorio Académico Universidad Rey Juan Carlos. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048903017.pdf>
- Marfil-Carmona, R. *Estrategias narrativas en la publicidad audiovisual de las ONGD: Estudio de caso de Manos Unidas*. Granada: Universidad de Granada, 2017. [<http://hdl.handle.net/10481/48462>]
- Narváez Sarabia, EN (2019). *Análisis de la narrativa audiovisual de la película Life of Pi*. Universitat Politècnica de Valencia. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/128851/Narv%c3%a1ez%20-%20An%c3%a1lisis%20de%20la%20narrativa%20audiovisual%20de%20la%20pel%c3%adcula%20LIFE%20OF%20PI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Researchgate.net. Recuperado el 28 de junio de 2021, de https://www.researchgate.net/profile/Simon-lzcarra-Palacios/publication/271504124_MANUAL_DE_INVESTIGACION_CUALITATIVA/links/58949ab192851c54574b9fe7/MANUAL-DE-INVESTIGACION-CUALITATIVA.pdf
- Román, Montenegro y Tapia (2006). *La Investigación como cultura en la carrera de Licenciatura de Sistemas de Información (LSI)*, como apoyo a los proyectos de titulación. *Dominio de las Ciencias*, 3 (2), 535–544. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/342/0>
- Schloemer, T. (2019) Criteria for evaluating transferability of health interventions: a systematic review and thematic synthesis. https://implementationscience.biomedcentral.com/articles/10.1186/s13012-018-0751-8?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter

- Sebastiani Heredia, HMJ (2018). *Análisis comparativo de la narrativa audiovisual en las películas peruanas 'La última tarde' y 'La hora final'*, Lima 2018. Universidad César Vallejo.
- Sierra, L. y Bravo, L. (2010). *La observación*. UNAM: Textos de apoyo didáctico. http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Ulldemolins Fibla, C. (2020). *Análisis de la narrativa audiovisual de la miniserie Chernobyl*. Universitat Politècnica de Valencia. <http://hdl.handle.net/10251/152536>
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (s/f). La investigación cualitativa. Recuperado el 28 de junio de 2021, de Edu.mx website: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Sánchez, J. (2006). *Narrativa audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC. https://www.torrossa.com/digital/toc/2012/2517970_TOC.pdf
- Stake, R. (1993). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Investigacion-con-estudios-de-caso.pdf>
- Siurana, J. (2017). *Los principios de la bioética y el surgimiento de una bioética intercultural*. España: Universidad de Valencia. <https://www.redalyc.org/pdf/2911/291122193005.pdf>
- Vargas, X. (2011). *¿Cómo hacer investigación cualitativa?* México: Etxeta. <http://www.paginaspersonales.unam.mx/files/981/94805617-Xavier-Vargas-B-COMO-HACER-INVESTIGA.pdf>
- Vegas-Motta, E. J. (s/f). *Hermenéutica: un concepto, múltiples visiones*. Hermeneutics: a concept, multiple visions. Edu.ve. http://servicio.bc.uc.edu.ve/multidisciplinarias/estudios_culturales/num25/art10.pdf
- Weigand, H. (2019). *Auditability as a Design Problem*. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/8808092>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de categorización apriorística del ámbito temático

Categoría	Definición conceptual	Definición operacional	Sub Categorías	Indicadores
Narrativa Audiovisual	Según Moreno. (2003). "La Narrativa Audiovisual Publicitaria aspira a dar cuenta de los procesos heurísticos, morfológicos, taxonómicos, analíticos y de la lectura de la narrativa persuasiva en sus distintas manifestaciones audiovisuales. Las estructuras que conforman la narrativa audiovisual son la estructura: Narrativa, Dramática, Informativa y Persuasiva. Comprendiendo mejor estas estructuras y sus mecanismos es posible acercarse a la publicidad con una mirada profesional, inteligente y	El ámbito temático del presente proyecto de investigación será interpretado en base a dos categorías, las cuales tienen las subcategorías apropiadas para elaborar una guía de observación en base al spot que se analizará en este estudio.	Estructura Narrativa	Espacio Tiempo Personaje Planos Iluminación Sonido
			Estructura Dramática	Trama
			Estructura Informativa	Transmisión de Contenido

	crítica, y no por ello desapasionada. (p.19-29)		Estructura Persuasiva	Base Informativa Denotativa Base informativa Connotativa Arquetipos Narrativos Persuasivos
--	--	--	--------------------------	--

Anexo 2: Matriz de consistencia teórica

Título de la investigación	Análisis de la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2020.					
Autores	Fernández Osorio, Silvio Jair / Pumachagua Portocarrero, Carlos					
Planteamiento del problema de investigación	Objetivos de la investigación	Categoría	Sub Categorías	Indicadores	Metodología	Instrumento
Problema general	Objetivo general				Enfoque de investigación	Guía de observación
¿De qué manera se presentó la narrativa audiovisual en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?	Analizar la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021.	Narrativa Audiovisual			Cualitativo	
Problemas específicos	Objetivos específicos				Nivel de investigación	

¿De qué manera se presentó la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?	Analizar la estructura narrativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021.		Estructura Narrativa	<ul style="list-style-type: none"> ● Espacio ● Tiempo ● Personaje ● Planos ● Iluminación ● Sonido 	Hermenéutico	
					Tipo de investigación	
¿De qué manera se presentó la estructura dramática en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?	Analizar la estructura dramática en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021		Estructura Dramática	<ul style="list-style-type: none"> ● Trama 	Básica	
					Diseño de investigación	

<p>¿De qué manera se presentó la estructura informativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?</p>	<p>Analizar la estructura informativa en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021</p>		<p>Estructura Informativa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Transmisión de Contenido 		
<p>¿De qué manera se presentó la estructura persuasiva en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021?</p>	<p>Analizar la estructura persuasiva en el spot “Perú te quiero Daniel Peredo”, Lima, 2021</p>		<p>Estructura Persuasiva</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Base Informativa Denotativa ● Base Informativa Connotativa ● Arquetipos Narrativos Persuasivos 	<p>Estudio de caso</p>	

Anexo 3: Guía de observación

Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena				
Sub categorías	Indicadores	Sub indicadores		Descripción
<p align="center">Estructura Narrativa</p>	<p align="center">Espacio</p>	<p align="center">Representación</p> <p align="center">Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.</p>	<p>Natural</p> <p>Son espacios reales que ya se nos presentan contruidos, desde un paisaje a una calle, desde el interior de un palacio al pasillo de una casa.</p>	
			<p>Natural Intervenido</p> <p>Son transformaciones que pueden recurrir a métodos tradicionales o a la utilización de las nuevas tecnologías.</p>	

			Artificial Son espacios que desean transmitir una sensación de realidad, y los que buscan romper con los parámetros del mundo real y que el espectador los perciba de esa manera, que se podrían denominar espacios imaginarios	
		Explicitación Moreno (2003) dice que si el momento está explicado con claridad.	Parcial Cuando el receptor lo percibe.	

			<p>Completa</p> <p>El que no se ve, pero se imagina, el fuera de campo.</p>	
		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Visual</p> <p>Capacidad para interpretar la información que la luz del espectro visible hace llegar hasta nuestros ojos.</p>	
			<p>Sonora</p> <p>Es el resultado de procesos psicológicos que tienen lugar en el sistema auditivo central y que permiten</p>	

			interpretar los sonidos recibidos.	
			Fragmentación Nos hace interpretar nuestras percepciones en forma múltiple y variable de acuerdo a nuestro estado de ánimo, al momento vital, al lugar, la compañía, a nuestra historia y nuestra experiencia.	
			Espacio continuo	

			La capacidad para seleccionar y analizar información permitiendo tomar decisiones correctas en cuanto al cálculo del espacio y el tiempo	
	Tiempo		Pasado El pasado es el tiempo que ya sucedió y que, en una línea cronológica, ha quedado atrás. Se conoce como pasado tanto a dicho tiempo como a aquello que aconteció en el periodo en cuestión.	

		Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Presente Es un concepto con múltiples usos y acepciones. Se trata de un adjetivo que permite hacer referencia al tiempo que transcurre en el momento actual o a aquel en el que se halla una persona cuando cuenta algo.	
			Futuro Es el tiempo verbal que indica que la acción sucederá.	

		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Pura</p> <p>Cuando el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis.</p>	
			<p>Impura</p> <p>Cuando es mayor o menor que lo narrado</p>	
		<p>Naturaleza</p>	<p>Referencial</p>	

		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicada.</p>	<p>Se define como el tiempo que transcurre del presente al pasado en cierta medida establecida.</p>	
			<p>Ficcional</p> <p>Se define como el tiempo que transcurre del presente en una alternativa del modelo de mundo real en que aquel tiempo es (o ha sido) producido, creado, construido y/o recibido.</p>	
	<p>Personaje</p>	<p>La escena presenta personaje.</p>	<p>Principal</p>	

		<p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	<p>Los personajes principales son aquellos en los que se centra la trama de la historia, ya que conducen y dominan el relato. Estos se dividen en protagonistas y antagonistas.</p>	
			<p style="text-align: center;">Secundario</p> <p>Son aquellos que aparecen con frecuencia o incluso de manera recurrente. Y sus apariciones tienen que ver con el tema de la trama.</p>	
	Planos		Plano General	

		<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>	<p>Presenta un paisaje o ambiente de amplias dimensiones.</p>	
			<p>Plano Entero</p> <p>Encuadre donde la cabeza y los pies del individuo definen los límites superiores e inferiores.</p>	
			<p>Plano Americano</p> <p>También conocido como tres cuartos, tiene como límite superior de la cabeza un poco más y las rodillas como límite inferior</p>	

			(siempre tomando como referencia la silueta de un humano).	
			Plano Medio Encuadra al humano desde la cintura.	
			Plano Medio Corto Encuadre del humano desde la cabeza hasta la mitad del torso.	
			Primer Plano	

			Encuadre del rostro y los hombros del humano.	
			Primer Primerísimo Plano Abarca desde la frente hasta el mentón del humano.	
			Plano Detalle Aquel que se enfoca en una parte específica del cuerpo u objeto.	
			Plano Cenital	

			Captura la imagen desde arriba hacia abajo.	
			Plano Picado Es una posición oblicua de la cámara con un ángulo de aproximadamente 45 grados.	
			Plano Contrapicado El encuadre se hace hacia arriba.	
			Plano Frontal	

			Plano vertical de ángulo recto que divide el cuerpo humano en posición anatómica en secciones ventral y dorsal.	
	Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla,	Luz Principal Luz que domina la escena.	
			Luz de Relleno Es una luz complementaria, procedente de un reflector, lámpara o flash.	

		subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.	<p>Contraluz</p> <p>El encuadre apunta directamente hacia la luz.</p>	
	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un</p>	<p>Voz</p> <p>Sonido sonoro que más atención percibe.</p>	
			<p>Sonido Ambiental</p> <p>Sonido presente en una escena.</p>	

		<p>cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	<p>Ruido</p> <p>Sonido no deseado</p>	
<p>Estructura dramática</p>	<p>Trama</p>	<p>Trama</p> <p>Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	<p>Trama Narrativa</p> <p>Informa acontecimientos a través de una secuencia cronológica.</p>	
			<p>Trama Descriptiva</p> <p>Tipo de estructura narrativa por la cual se presenta la información del texto por</p>	

			<p>medio de las cualidades, características y detalles de las cosas, personas o hechos.</p> <p>Trama Argumentativa</p> <p>El fin es persuadir y convencer al público de un tema específico.</p> <p>Trama Conversacional</p> <p>Permite el diálogo entre el emisor y receptor.</p>	
	<p>Transmisión de contenido</p>	<p>La escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales</p>		

Estructura informativa		es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.	
	Base informativa connotativa		

		La escena presenta base informativa con notativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	
	Arquetipos Narrativos Persuasivos	La escena presenta arquetipos narrativos persuasivos en su estructura persuasiva con relación al contenido del mismo donde indique problema o solución del mensaje.	

Anexo 4: Tabla de evaluación de expertos (1)



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: BERNAL TORERO, CRIS ANEATTE DIANA

Título y/o Grado:

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

Universidad/Lugar donde labora: UCV

Fecha: 23/09/2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Análisis de la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”,
Lima, 2020”

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona al ámbito temático?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías del estudio?	x		
5	¿La redacción de los ítems tiene sentido coherente?	x		
6	¿Cada ítem del instrumento, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de recolección de datos, los datos son objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de recolección de datos, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de recolección de datos es accesible para el sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento es claro, preciso, y sencillo para que de esta manera se obtengan los datos requeridos?	x		
TOTAL				

Firma del experto:

CRIS ANEATTE DIANA BERNAL TORERO

Nombres y Apellidos

Anexo 4: Tabla de evaluación de expertos (2)



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: VARGAS ARIAS MARIANO OCTAVIO

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

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

Universidad/Lugar donde labora: UCV

Fecha: 24/09/2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Análisis de la narrativa audiovisual del spot "Perú te quiero Daniel Peredo",
Lima, 2020"

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona al ámbito temático?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías del estudio?	X		
5	¿La redacción de los ítems tiene sentido coherente?	X		
6	¿Cada ítem del instrumento, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de recolección de datos, los datos son objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de recolección de datos, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de recolección de datos es accesible para el sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento es claro, preciso, y sencillo para que de esta manera se obtengan los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:.....

Firma del experto:

Grado: Maestro en docencia universitaria

D.N.I: 45088071

Anexo 4: Tabla de evaluación de expertos (3)



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Yasmin Sujaní Roquinos

Título y/o Grado:

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

Universidad/Lugar donde labora: UPC / Católica

Fecha: 20/09/2021

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Análisis de la narrativa audiovisual del spot “Perú te quiero Daniel Peredo”,
Lima, 2020”

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se menciona al ámbito temático?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las categorías del estudio?	x		
5	¿La redacción de los ítems tiene sentido coherente?	x		
6	¿Cada ítem del instrumento, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de recolección de datos, los datos son objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de recolección de datos, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de recolección de datos es accesible para el sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento es claro, preciso, y sencillo para que de esta manera se obtengan los datos requeridos?	x		
TOTAL				

Firma del experto:



Nombres y Apellidos
Yasmin Sujaní

Anexo 5: Guías de Observación

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 1		Tiempo de duración	0:00 al 0:02
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	La escena presenta un cielo gris, la bandera peruana y una superficie roja.
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	La escena presenta un cielo gris, la bandera peruana en movimiento, una superficie roja y parte de una tribuna.
		Explicitación	Completa	
		Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Visual	La escena presenta con claridad visual la ciudad, y parte de una tribuna formando la idea del lugar.

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Sonora</p>	<p>Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano, sonido ambiental de la ciudad y el canto de un ave.</p>
			<p>Fragmentación</p>	<p>La escena presenta parte de una torre y la bandera peruana.</p>
			<p>Espacio continuo</p>	
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado</p>	
			<p>Presente</p>	<p>Se aprecia en la escena a una torre roja, parte de una tribuna y la bandera peruana flameando.</p>
			<p>Futuro</p>	
		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario</p>	<p>Pura</p>	

		<p>puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena un fondo real constituido por una torre roja, parte de una tribuna y la bandera peruana flameando.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	
			Secundario	
	Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión</p>	Plano General	La escena presenta la torre del estadio, parte de una tribuna y de fondo inmuebles de una ciudad.
			Plano Entero	
			Plano Americano	

		pueden llamarse de distintas formas.	Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	

			Plano Frontal	
Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>		Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad la bandera del Perú, parte de una tribuna, los edificios y una parte de la torre roja.
			Luz de Relleno	
			Contraluz	

	Sonido	<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	Voz	
			Sonido Ambiental	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano y el canto de un ave.
			Ruido	Se presenta en la escena contaminación sonora de la ciudad.

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.		

	Base informativa connotativa.	Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	
	Arquetipos narrativos persuasivos	Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.	

Guía de observación					
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo				
N° de escena	Escena 2		Tiempo de duración	0:03 al 0:05	
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción	
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris, de fondo inmuebles de una ciudad, y una superficie de cemento.	
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, inmuebles, una baranda ploma y unas piernas caminando en una superficie hacia la derecha.	
			Artificial		
			Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, inmuebles, una baranda ploma y unas piernas caminando en una superficie.
				Completa	La escena presenta un cielo gris de una ciudad, inmuebles, una baranda ploma y una persona con vestimenta elegante caminando.
				Visual	La escena presenta con claridad visual los inmuebles de una ciudad, y parte de alguien caminando en una superficie.

		Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.		
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano, sonido ambiental de la ciudad, el canto de un ave y pisadas.
			Fragmentación	La escena presenta en primer plano, piernas de una persona caminando.
			Espacio continuo	
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena con claridad a los inmuebles de una ciudad, y parte de alguien caminando en una superficie.
			Futuro	

		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Pura</p>	<p>La escena presenta los inmuebles de una ciudad, y parte de alguien caminando en una superficie.</p>
			<p>Impura</p>	
			<p>Referencial</p>	

		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>	<p>Ficcional</p>	
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que</p>	<p>Principal</p>	<p>La escena presenta parte del personaje con vestimenta formal pantalón y zapatos, caminando en una superficie.</p>
			<p>Secundario</p>	

		conecte con el público al que se dirige.		
Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>		Plano General	
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	La escena enfoca las pisadas del personaje mientras camina en una superficie.

			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia parte de alguien caminando en una superficie y los inmuebles de una ciudad.
		Luz de Relleno	La escena presenta este tipo de luz ya que se aprecia con claridad el detalle de las pisadas del personaje en movimiento.	

		<p>texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
	<p>Sonido</p>	<p>Sonido</p>	<p>Voz</p>	

		<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	<p>Sonido Ambiental</p>	<p>Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano, el canto de un ave y las pisadas del personaje.</p>
			<p>Ruido</p>	<p>Se presenta en la escena contaminación sonora de la ciudad.</p>

Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.</p>		
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>		

	Base informativa connotativa	Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	
	Arquetipos narrativos persuasivos	Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.	

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 3		Tiempo de duración	0:06 al 0:08
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris, parte de una tribuna, una torre roja con la bandera del Perú flameando y los inmuebles de una ciudad.
			Natural Intervenido	
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta un cielo gris, la bandera peruana en movimiento, una superficie roja y parte de una tribuna.
			Completa	
		Visual	La escena presenta con claridad visual los inmuebles de una ciudad, una torre roja con la bandera peruana y parte de una tribuna formando la idea del lugar.	

		Percepción Sensorial			
		Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano, sonido ambiental de la ciudad y el canto de un ave.	
			Fragmentación	La escena presenta parte de una torre roja con la bandera peruana y al personaje parado al medio de la torre.	
	Tiempo	Localización		Pasado	
			Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Presente	Se aprecia en la escena a una torre roja, parte de una tribuna y la bandera peruana flameando y al personaje parado al medio de la torre.
				Futuro	
Duración					

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Pura</p>	
			<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena un fondo real constituido por una torre roja, parte de una tribuna, la bandera peruana flameando y al personaje parado al medio de la torre.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

		pasado y en cierta medida aplicado.		
Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>		Principal	La escena presenta personaje principal parado al medio de la torre roja.
			Secundario	
Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la</p>		Plano General	La escena presenta la torre con la bandera peruana, parte de una tribuna, de fondo inmuebles de una ciudad y al personaje parado en medio de la torre.
			Plano Entero	

		figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	

			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad los inmuebles de una ciudad, una parte de la torre con la bandera peruana y al personaje parado.	
		Luz de Relleno		
		Contraluz		

		el conocimiento de los personajes.		
Sonido	Sonido	<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	Voz	
			Sonido Ambiental	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano, el canto de un ave.
			Ruido	Se presenta en la escena contaminación sonora de la ciudad.

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	
			Trama Argumentativa	
			Trama Conversacional	

Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.	
	Base informativa connotativa	Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	

	Arquetipos narrativos persuasivos	Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.	

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 4		Tiempo de duración	0:09 al 0:18
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	La escena presenta un cielo gris y una torre en el cual se aprecia los inmuebles de una ciudad.
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad y un sujeto parado sobre una superficie roja.
			Artificial	
			Parcial	La escena presenta parte de una superficie roja e inmuebles alrededor.
		Explicitación	Completa	
		Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.		

		Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Visual	La escena presenta con claridad visual la ciudad, formando la idea del lugar.
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta una superficie roja y a Daniel Peredo como narrador.
			Espacio continuo	
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado
			Futuro	

		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se</p>	<p>Pura</p>	
			<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado encima de una superficie roja.</p>

		desarrollaría en la realidad.		
		Naturaleza Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.	Referencial	
			Ficcional	
	Personaje	La escena presenta personaje. Moreno (2003) explica que el personaje, es el	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje parado en una superficie roja.

		<p>resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	<p>Secundario</p>	
	<p>Planos</p>	<p>Planos en su estructura narrativa.</p>	<p>Plano General</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje encima de una superficie roja y de fondo inmobiliarios de una ciudad.</p>
		<p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura</p>	<p>Plano Entero</p>	
			<p>Plano Americano</p>	

		humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	

			Plano Frontal	
	Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad los inmuebles de una ciudad, una parte de la torre y al personaje.
			Luz de Relleno	
			Contraluz	

		bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.		
Sonido	Sonido	Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.
			Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la ciudad detrás de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.
			Ruido	

		<p>documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		
Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el</p>	Trama Narrativa	

		desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	<p style="text-align: center;">Trama Descriptiva</p>	
			<p style="text-align: center;">Trama Argumentativa</p>	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una de sus célebres frases: “¡Era hoy!”
			<p style="text-align: center;">Trama Conversacional</p>	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la		

		transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.	
	Base informativa connotativa	Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.
	Arquetipos narrativos persuasivos	Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.	La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "Soy yo peruanos, porque era hoy, era hoy que tenía que venir para decirles, desde la cabina más alta..."

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 5		Tiempo de duración	0:18 al 0:21
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	La escena presenta un cielo gris y una torre en el cual se aprecia alrededor los inmuebles de una ciudad.
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad y un sujeto parado sobre una superficie roja.
			Artificial	
			Parcial	La escena presenta parte de una torre de color rojo e inmuebles alrededor.
		Explicitación	Completa	
		Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está		

		explicado con claridad.		
	<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>		Visual	La escena presenta con claridad visual inmuebles de una ciudad, formando la idea del lugar.
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta una torre con superficie roja y a Daniel Peredo como narrador.
			Espacio continuo	La escena presenta al Peredo como narrador y alrededor inmuebles de una ciudad.
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se</p>	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje

		manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.		parado y de fondo inmuebles de una ciudad.
			Futuro	
		Duración Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única	Pura	
			Impura	Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado al medio de una torre.

		<p>que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>		
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje parado al medio de una torre y de fondo inmuebles de una ciudad.
	Planos		Secundario	
			Plano General	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en

		<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>		<p>mano de locutor brindando un mensaje encima de una torre roja y de fondo inmobiliarios de una ciudad.</p>
			<p>Plano Entero</p>	
			<p>Plano Americano</p>	
			<p>Plano Medio</p>	
			<p>Plano Medio Corto</p>	
			<p>Primer Plano</p>	
			<p>Primer Primerísimo Plano</p>	

			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas,</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad los inmuebles de una ciudad, una parte de la torre y al personaje hablando.	
		Luz de Relleno		

		<p>jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
--	--	---	-------------------------	--

	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele</p>	<p>Voz</p>	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
		<p>Sonido Ambiental</p>	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la ciudad detrás de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>	
		<p>Ruido</p>	<p>Se presenta en la escena contaminación sonora de la ciudad.</p>	

		confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

		producto o servicio.		Se aprecia a Daniel Peredo narrando una característica del juego peruano en el fútbol.
			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una frase coloquial peruana: “¡Así no juega Perú, señores !”
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido Moreno (2003) explica que la	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

	<p>transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>		
<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones</p>		

	<p>complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto,</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "... ¡Así no juega Perú!"</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 6		Tiempo de duración	0:21 al 0:26
Categorías	Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta inmuebles a los lados, fondo de color rojo y una baranda gris.
			Natural Intervenido	La escena presenta sujeto parado sobre una superficie roja dentro de una baranda metálica.
			Artificial	
		Explicitación	Parcial	La escena presenta parte una pared color roja, una baranda e inmuebles alrededor.
			Completa	La escena presenta parte una pared color roja, una baranda e inmuebles alrededor.
			Visual	La escena presenta con claridad visual parte de los inmuebles de una ciudad y una pared roja con barandas.

		Percepción Sensorial		
		<p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta un fondo color rojo y barandas donde se encuentra Daniel Peredo como narrador.
		Espacio continuo	La escena presenta al Peredo como narrador en un espacio.	
	Tiempo	Localización	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado en una superficie y de fondo inmuebles de una ciudad
		Futuro		
		Duración		

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado en una superficie.</p>
		Naturaleza	Referencial	
			Ficcional	

		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el</p>	Principal	<p>La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje parado en una superficie.</p>
			Secundario	

		público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	
			Plano Entero	
			Plano Americano	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje en una superficie con barandas de metal.
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	

			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia parte de los inmuebles de una ciudad, una parte de la superficie donde el personaje está hablando.	
		Luz de Relleno	La escena presenta este tipo de luz ya que se aprecia con claridad al personaje y sus movimientos corporales	

		<p>texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
	<p>Sonido</p>	<p>Sonido</p>	<p>Voz</p>	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del</p>

		<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		<p>personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
			<p>Sonido Ambiental</p>	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la ciudad detrás de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>
			<p>Ruido</p>	

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando: “¡Necesitamos dejar la tribuna y bajar a la cancha, para poder gritar !”
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

Estructura persuasiva	Base informativa denotativa Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.	Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.	
	Base informativa connotativa Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los	Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.	En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.

	<p>comportamiento s de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalment e convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: “...Necesitamos dejar las tribunas y bajar a las canchas”</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 7		Tiempo de duración	0:26 al 0:28
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	La escena presenta el cielo gris, parte de la tribuna norte del estadio nacional, y la torre con la bandera peruana.
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	La escena presenta parte de la tribuna norte del estadio nacional.
		Explicitación	Completa	La escena presenta parte del estadio nacional
		Visual	La escena presenta con claridad visual parte de la tribuna norte del estadio nacional.	

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Sonora</p>	<p>Se presenta el eco de la voz del narrador.</p>
			<p>Fragmentación</p>	<p>La escena presenta parte del estadio nacional del Perú.</p>
			<p>Espacio continuo</p>	
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado</p>	
			<p>Presente</p>	<p>Se aprecia la tribuna norte del estadio nacional.</p>
			<p>Futuro</p>	
	<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato</p>	<p>Pura</p>		

		<p>publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p style="text-align: center;">Impura</p>	<p>Se aprecia en escena el parte del estadio nacional.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y</p>	<p style="text-align: center;">Referencial</p>	
			<p style="text-align: center;">Ficcional</p>	

		en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	
			Secundario	
	Planos	Planos en su estructura narrativa.	Plano General	La escena muestra a la tribuna norte del estadio nacional del Perú.
			Plano Entero	

		<p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>		
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	

			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia parte del estadio nacional con su tribuna y la torre.
			Luz de Relleno	
			Contraluz	

		<p>tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>		
	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione</p>	Voz	La escena presenta el eco de la voz del narrador.
			Sonido Ambiental	
			Ruido	

		<p>imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		
Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	<p>Transmisión de contenido</p> <p>Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de</p>	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.</p>		

	comunicación para transmitir el producto o servicio.		
Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	

	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>		

	Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.	Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.	
--	--	---	--

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 8		Tiempo de duración	0:28 al 0:30
Categorías	Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta el cielo gris, parte del estadio nacional e inmobiliarias alrededor.
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, parte del estadio nacional y un sujeto parado sobre una superficie con barandas metálicas.
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta al estadio nacional del Perú.
			Completa	
		Visual	La escena presenta con claridad visual las tribunas del estadio nacional.	

		Percepción Sensorial		
		Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta al estadio nacional del Perú.
	Tiempo	Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Espacio continuo	Se presenta en la escena al narrador dirigiendo la voz al estadio nacional.
			Pasado	
			Presente	Se aprecia al estadio nacional.
		Futuro		
	Duración			

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en escena parte del estadio nacional.</p>
			Referencial	
		Naturaleza	Ficcional	

		Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el</p>	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos dirigiendo su narración hacia el estadio nacional.
			Secundario	

		público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	
			Plano Entero	La escena muestra a Daniel Peredo de espalda y al frente al estadio nacional del Perú.
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	

			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia parte del estadio nacional y a Daniel Peredo.	
		Luz de Relleno	La escena presenta este tipo de luz ya que se aprecia con claridad el detalle de los movimientos de Peredo.	

		<p>texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
	<p>Sonido</p>	<p>Sonido</p>	<p>Voz</p>	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz</p>

		<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		<p>del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
			<p>Sonido Ambiental</p>	
			<p>Ruido</p>	

Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
				Se aprecia a Daniel Peredo narrando una característica de un relato futbolístico, atribuido a un futbolista peruano.
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una de sus frases: "¡Apareció cuando más se le necesitaba!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	<p>Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquella que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.</p>		

Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "... ¡Apareció Perú cuando más se le necesita!"</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 9		Tiempo de duración	0:30 al 0:37
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	
		Explicitación	Completa	La escena presenta un fondo color rojo y al narrador.
		Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.	

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Sonora</p>	<p>Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.</p>
			<p>Fragmentación</p>	<p>La escena presenta una pared roja y a Daniel Peredo como narrador rodeado de barandas plomas.</p>
			<p>Espacio continuo</p>	
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado</p>	
			<p>Presente</p>	<p>Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje en el fondo de una pared roja.</p>
			<p>Futuro</p>	
		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato</p>	<p>Pura</p>	

		<p>publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado y detrás una pared roja.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

		al pasado y en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audifonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje.
			Secundario	
	Planos	Planos en su estructura narrativa.	Plano General	
			Plano Entero	

		<p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>		
			Plano Americano	
			Plano Medio	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano.
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	

			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al personaje hablando.
			Luz de Relleno	Se aprecia detalles con claridad al personaje narrando.
			Contraluz	

		<p>tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>		
	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione</p>	Voz	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
			Sonido Ambiental	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>
			Ruido	

		<p>imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		
Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

				Se aprecia a Daniel Peredo narrando una característica del juego peruano en el fútbol.
			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando: “¡Apareció Perú!”
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

	<p>designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>		
<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	

	indirectas como valor añadido.		
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: “. ¡Apareció Perú, para alzarnos con una victoria con V de vida!”</p>
--	---	--	---

Guía de observación						
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo					
N° de escena	Escena 10		Tiempo de duración	0:37 al 0:44		
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción		
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris y una torre roja, parte de un estadio en la cual se aprecia alrededor los inmuebles de una ciudad.		
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, parte del estadio nacional y un sujeto parado sobre una superficie roja de una torre.		
			Artificial			
				Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta parte de una torre de color rojo e inmuebles alrededor.
					Completa	La escena muestra parte de un estadio.
					Visual	La escena presenta con claridad visual inmuebles de una ciudad, una torre roja y

		Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.		parte de un estadio, formando la idea del lugar.
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta un cielo gris e inmuebles de una ciudad, una torre con superficie roja y a Daniel Peredo como narrador.
			Espacio continuo	La escena presenta al Peredo como narrador y alrededor inmuebles de una ciudad.
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado y de fondo inmuebles de una ciudad.
			Futuro	

		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Pura</p>	
			<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado al medio de una torre.</p>
			<p>Referencial</p>	

		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>	<p>Ficcional</p>	
	<p>Personaje</p>	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que</p>	<p>Principal</p>	<p>La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo brindando un mensaje parado al medio de una torre y de fondo inmuebles de una ciudad.</p>
			<p>Secundario</p>	

		conecte con el público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	La escena presenta una torre roja, de fondo inmobiliarios de una ciudad y a Daniel Peredo expresando su discurso.
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	

			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad los inmuebles de una ciudad, una parte de la torre y al personaje hablando.
			Luz de Relleno	

		<p>texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
	<p>Sonido</p>	<p>Sonido</p>	<p>Voz</p>	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz</p>

		<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		<p>del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
			<p>Sonido Ambiental</p>	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la ciudad detrás de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>
			<p>Ruido</p>	

Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una de sus icónicas frases: "...Con los huevos de Vargas!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "... ¡Con los huevos de Vargas, de Pérez y de Paucar!</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
Nº de escena	Escena 11		Tiempo de duración	0:45 al 0:53
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	
		Explicitación	Completa	La escena presenta fondo color rojo y al narrador.
		Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.	

		Percepción Sensorial			
		<p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.	
			Fragmentación	La escena presenta una pared roja y a Daniel Peredo como narrador rodeado de barandas plomas.	
			Espacio continuo		
	Tiempo	Localización			
			Pasado		
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado en un lugar rodeado de barandas plomas y pared roja.	
	Futuro				
	Duración				

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado delante de una pared roja.</p>
			Referencial	
		Naturaleza	Ficcional	

		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que</p>	Principal	<p>La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje parado y detrás una pared color roja.</p>
			Secundario	

		conecte con el público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano.
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	

			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al personaje hablando.
			Luz de Relleno	Se aprecia detalles con claridad al personaje narrando.

		<p>ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
--	--	---	-------------------------	--

	Sonido	Sonido	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.
		Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto	Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.
		audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que	Ruido	

		acompaña a un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo mencionando su nombre y apellidos y una cualidad que lo caracterizaba.

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso del narrador expresando su reconocido nombre: "¡Soy Daniel Kirino Peredo Menchola!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo expresando: "...Hincha eterno de la blanquiroja y por mi mamacita que quiero tanto..."</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 12		Tiempo de duración	0:53 al 0:57
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris y parte de un balcón de una torre color roja en el cual se aprecia alrededor los inmuebles de una ciudad.
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad y un sujeto parado en un balcón.
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta parte de un balcón y parte de la torre color rojo e inmuebles alrededor.
			Completa	La escena presenta fondo color rojo y al narrador dentro de un balcón.
	Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.		

		Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.		
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta una pared roja e inmuebles de una ciudad detrás y a Daniel Peredo como narrador rodeado de barandas plomas.
		Espacio continuo		
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado en un lugar rodeado de un balcón plomo y detrás pared roja.
			Futuro	
	Duración			

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado en un balcón.</p>
		Naturaleza	Referencial	
			Ficcional	

		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que</p>	Principal	<p>La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje parado en un balcón y de fondo una ciudad.</p>
			Secundario	

		conecte con el público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano, parado en un balcón y de fondo una ciudad.
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	

			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
			Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea
Luz de Relleno	Se aprecia detalles con claridad al personaje narrando.			

		<p>ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
--	--	---	-------------------------	--

	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que</p>	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.
		Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.	
		Ruido		

		acompaña a un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo en un balcón, mencionando una frase impactante.

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso del narrador expresando: "... ¡te pido que no te me unas aún!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		
	Base informativa denotativa			

<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto,</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo expresando: “te pido que no te me unas aún ...”</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 13		Tiempo de duración	0:57 al 1:02
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris y parte de una torre color roja en el cual se aprecia alrededor los inmuebles de una ciudad.
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad y un sujeto parado en el balcón de la torre roja.
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está	Parcial	La escena presenta parte de un balcón y parte de la torre color rojo e inmuebles alrededor.
		Completa		

		explicado con claridad.			
	<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>		Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.	
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.	
			Fragmentación		
			Espacio continuo		
Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado</p>		Pasado		
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado en un balcón en la torre roja del estadio e inmuebles alrededor.	

		momento de la historia del objeto de estudio.	Futuro	
		Duración Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa	Pura	
			Impura	Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado en un balcón.

		en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.		
		Naturaleza Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.	Referencial	
			Ficcional	
	Personaje	La escena presenta personaje.	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor

		<p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>		brindando un mensaje parado en un balcón de una torre roja y de fondo una ciudad.
			Secundario	
	Planos	Planos en su estructura narrativa.	Plano General	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano, parado en un balcón de una torre roja y de fondo una ciudad.
		<p>Moreno (2003) explica que es el</p>	Plano Entero	

		espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	

			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al personaje hablando.
			Luz de Relleno	
			Contraluz	

		<p>temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>		
	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por</p>	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.
			Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.

		<p>medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	<p>Ruido</p>	
--	--	---	---------------------	--

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo en un balcón, mencionando una frase relacionada al fútbol.
			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso del narrador expresando: "... ¡Que te muevas por toda la cancha!"

			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
	Base informativa denotativa			

Estructura persuasiva	<p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>os de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo expresando: "...Para ir del corazón a la acción..."</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 14		Tiempo de duración	1:02 al 1:05
Subcategorías	Indicadores	Sub-Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ello.
			Natural Intervenido	
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno	Parcial	La escena presenta Montañas llenas de vegetación situado en la sierra peruana.
			Completa	

		de la escena está explicado con claridad.		
	Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.		Visual	La escena presenta con claridad visual al paisaje mostrado.
			Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ello.
			Espacio continuo	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ello y narración adecuada.
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice	Pasado	
			Presente	Se aprecia el paisaje montañoso y lleno de vegetación.

		que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Futuro	
		Duración Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o	Pura	
			Impura	Se aprecia en la escena un paisaje de montañas y vegetación.

		<p>menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>		
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

		que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita</p>	Principal	
			Secundario	

		las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa. Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden		Plano General	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ello.
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	

		llamarse de distintas formas.	Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
			Iluminación	Iluminación.

		Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensional	Luz de Relleno	
			Contraluz	

		idad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.		
	Sonido	Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal.
			Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.
			Ruido	

		<p>sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término band a sonora suele confundirse con la música que acompaña a</p>		
--	--	--	--	--

		un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso del narrador expresando: "... indignación"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
Estructura persuasiva	Base informativa denotativa	Moreno (2003) dice que son elementos		

	<p>diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	

	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta la narración de Peredo diciendo: "...de la indignación a la inspiración..."</p>
--	---	--	---

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 15		Tiempo de duración	1:05 al 1:07
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo azul, y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad rodeada de ríos.
			Natural Intervenido	
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta Montañas llenas de vegetación y ríos alrededor de una pequeña ciudad, situada en la selva peruana.
			Completa	
		Visual	La escena presenta con claridad visual al paisaje mostrado.	

		Percepción Sensorial Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Sonora Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad en medio de ríos.
			Espacio continuo La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ríos y narración adecuada.
	Tiempo	Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Pasado
			Presente Se aprecia el paisaje montañoso y lleno de vegetación y ríos.
			Futuro
	Duración Moreno (2003) dice que la duración del	Pura 	

		<p>tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p style="text-align: center;">Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena un paisaje de montañas y vegetación.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo</p>	<p style="text-align: center;">Referencial</p>	
			<p style="text-align: center;">Ficcional</p>	

		referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	
			Secundario	

	Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>	Plano General	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ríos.
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	

			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color</p>	Luz Principal	La escena presenta un cielo azul, neblinas y montañas llenas de vegetación e inmuebles de una ciudad al medio de ríos.
			Luz de Relleno	

		mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.	Contraluz	
	Sonido	Sonido Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal.
			Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.

		<p>elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	<p>Ruido</p>	
--	--	---	---------------------	--

Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	
			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso del narrador relatando una jugada común de fútbol.
			Trama Conversacional	

<p>Estructura informativa</p>	<p>Transmisión de contenido</p> <p>Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.</p>	
<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos</p>		

	<p>diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	

	<p>lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta la narración de Peredo diciendo: "...del individuo al juego colectivo..."</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 16		Tiempo de duración	1:07 al 1:11
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	
		Explicitación	Completa	La escena presenta un fondo color rojo y al narrador.
		Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.	

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Sonora</p>	<p>Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.</p>
			<p>Fragmentación</p>	
			<p>Espacio continuo</p>	
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado</p>	
			<p>Presente</p>	<p>Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje en una pared roja.</p>
			<p>Futuro</p>	
		<p>Duración</p> <p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario</p>	<p>Pura</p>	

		<p>puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	<p>Impura</p>	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado y detrás una pared roja.</p>
		<p>Naturaleza</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al</p>	<p>Referencial</p>	
			<p>Ficcional</p>	

		pasado y en cierta medida aplicado.		
Personaje		<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje.
			Secundario	
Planos		<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que</p>	Plano General	
			Plano Entero	

		<p>recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>	Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano.
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	

			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al personaje hablando.
			Luz de Relleno	Se aprecia detalles con claridad al personaje narrando.
			Contraluz	

		el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.		
	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la</p>	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.
			Sonido Ambiental	La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.
			Ruido	

		música que acompaña a un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo narrando una característica del juego peruano en el fútbol.

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo narrando una frase típica de fútbol.
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquella que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "...para remontar este marcador y poder decirnos que...!"</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 17		Tiempo de duración	1:11 al 1:15
Categorías	Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta un cielo gris y una torre roja, parte de un estadio en la cual se aprecia alrededor los inmuebles de una ciudad.
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, parte del estadio nacional y un sujeto parado sobre una superficie roja de una torre.
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta parte de una torre de color rojo e inmuebles alrededor.
			Completa	La escena muestra parte de una ciudad.
	Visual	La escena presenta con claridad visual inmuebles de una ciudad, una torre roja y parte de un estadio, formando la idea del lugar.		

		Percepción Sensorial		
		Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta un cielo gris e inmuebles de una ciudad, una torre con superficie roja y a Daniel Peredo como narrador.
	Tiempo	Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.	Espacio continuo	La escena presenta al Peredo como narrador y a su alrededor inmuebles de una ciudad.
			Pasado	
			Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje parado y de fondo inmuebles de una ciudad.
		Duración	Futuro	

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado al medio de una torre.</p>
			Referencial	
		Naturaleza	Ficcional	

		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el</p>	Principal	<p>La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo brindando un mensaje parado en el balcón de una torre y de fondo inmuebles de una ciudad.</p>
			Secundario	

		público al que se dirige.		
Planos	Planos en su estructura narrativa.	Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano General	La escena presenta una torre roja, de fondo inmobiliarios de una ciudad y a Daniel Peredo expresando su discurso.
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	

			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad los inmuebles de una ciudad, una parte de la torre y al personaje hablando.	
		Luz de Relleno		

		<p>texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	Contraluz	
	Sonido	Sonido	Voz	La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.

		<p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>	<p>Sonido Ambiental</p>	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la ciudad detrás de la voz del personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>
			<p>Ruido</p>	

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una de sus icónicas frases: "¡Un gol más, va a haber!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido			
	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "...Un gol más va a haber!</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
Nº de escena	Escena 18		Tiempo de duración	1:15 al 1:16
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	
			Parcial	
		Explicitación	Completa	La escena presenta un fondo color rojo y al narrador.
		Visual	La escena presenta con claridad visual al narrador situado en un lugar.	

		Percepción Sensorial		
		<p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	
			Espacio continuo	
	Tiempo	Localización		
			Pasado	
		<p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	Presente	Se aprecia en la escena al narrador que está transmitiendo un mensaje delante de una pared roja.
Futuro				
Duración				

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	<p>Se aprecia en la escena al personaje en un entorno verídico brindando un mensaje parado y detrás una pared roja.</p>
		Naturaleza	Referencial	
			Ficcional	

		Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.		
	Personaje	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano de locutor brindando un mensaje.
			Secundario	

	Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>	Plano General	
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	La escena presenta a Daniel Peredo con sus audífonos y su micrófono en mano.
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	

			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
	Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al personaje hablando.
			Luz de Relleno	Se aprecia detalles con claridad al personaje narrando.

		<p>puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
	<p>Sonido</p>	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se</p>	<p>Voz</p>	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
			<p>Sonido Ambiental</p>	<p>La escena presenta sonido ambiental ya que se logra percibir el sonido de la voz del</p>

		<p>elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		<p>personaje principal acompañado de sonido instrumental de un piano.</p>
			<p>Ruido</p>	

Estructura dramática	Trama	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.</p>	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo narrando una frase de victoria de la selección peruana en el fútbol.
			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo narrando una frase de fútbol inventada por él.

			Trama Conversacional	
Estructura informativa	<p>Transmisión de contenido</p> <p>Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>	<p>Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.</p>		
Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos</p>			

	<p>diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "... ¡Gloria a Perú, en las alturas!"</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 19		Tiempo de duración	1:16 al 1:19
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural	La escena presenta el cielo gris, parte del estadio nacional e inmobiliarias alrededor.
			Natural Intervenido	La escena presenta el cielo gris de una ciudad, parte del estadio nacional y un sujeto parado sobre una superficie con barandas metálicas.
			Artificial	
		Explicitación Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Parcial	La escena presenta al estadio nacional del Perú.
			Completa	
		Visual	La escena presenta con claridad visual las tribunas del estadio nacional.	

		Percepción Sensorial		
		Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.	Sonora	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano.
			Fragmentación	La escena presenta al estadio nacional del Perú.
			Espacio continuo	Se presenta en la escena al narrador dirigiendo la voz al estadio nacional.
	Tiempo	Localización	Pasado	
			Presente	Se aprecia al estadio nacional.
			Futuro	
	Duración			

		<p>Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se desarrollaría en la realidad.</p>	Pura	
			Impura	Se aprecia en escena parte del estadio nacional.
		Naturaleza	Referencial	
			Ficcional	

		Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.		
Personaje	La escena presenta personaje.	Moreno (2003) explica que el personaje, es el resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que	Principal	La escena presenta personaje principal, ya que podemos apreciar a Daniel Peredo con sus audífonos dirigiendo su narración hacia el estadio nacional.
			Secundario	

		conecte con el público al que se dirige.		
Planos		<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.</p>	Plano General	
			Plano Entero	
			Plano Americano	
			Plano Medio	
			Plano Medio Corto	La escena muestra a Daniel Peredo de espalda y al frente al estadio nacional del Perú.
			Primer Plano	

			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	
			Plano Frontal	
			Iluminación	Iluminación. Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea
Luz de Relleno	La escena presenta este tipo de luz ya que se aprecia con claridad el detalle de los movimientos de Peredo.			

		<p>ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>Contraluz</p>	
--	--	---	-------------------------	--

	Sonido	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que</p>	Voz	<p>La escena presenta un sonido de voz ya que se escucha con mayor nitidez la voz del personaje principal que aparece en el encuadre.</p>
		Sonido Ambiental		
		Ruido		

		acompaña a un producto audiovisual.		
Estructura dramática	Trama	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor dramático del producto o servicio.	Trama Narrativa	
			Trama Descriptiva	Se aprecia a Daniel Peredo narrando una característica de un relato futbolístico, atribuido una victoria en el fútbol peruano.

			Trama Argumentativa	Se aprecia en la escena el discurso de Daniel Peredo expresando una de sus frases: "¡Gloria a Perú, en las alturas!"
			Trama Conversacional	
Estructura informativa	Transmisión de contenido	Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	
	Base informativa denotativa			

<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>En la escena se aprecia al personaje con una postura adecuada transmitiendo seguridad en su narración.</p>

	<p>emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta a Daniel Peredo diciendo: "¡Gloria a Perú, en las alturas!"</p>

Guía de observación				
Spot	Perú te quiero Daniel Peredo			
N° de escena	Escena 20		Tiempo de duración	1:19 al 1:26
Subcategorías	Indicadores	Sub- Indicadores	Ítems	Descripción
Estructura Narrativa	Espacio	Representación	Natural	La escena presenta un cielo gris, la torre roja con la bandera peruana y el estadio nacional de Lima.
		Moreno (2003) dice que representa imágenes que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.	Natural Intervenido	
			Artificial	En la escena se muestra el mensaje de reflexión encima del estadio nacional de Lima.
		Explicitación	Parcial	La escena presenta un cielo gris, la bandera peruana en movimiento en una torre roja y el estadio nacional de Lima.
		Moreno (2003) dice que el entorno de la escena está explicado con claridad.	Completa	

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Visual</p>	<p>La escena presenta con claridad visual la ciudad y el estadio nacional formando la idea del lugar.</p>
			<p>Sonora</p>	<p>Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano mezclado con un sintetizador de sonidos.</p>
			<p>Fragmentación</p>	<p>La escena presenta al estadio nacional del Perú.</p>
			<p>Espacio continuo</p>	<p>La escena presenta al estadio nacional peruano junto al mensaje de reflexión.</p>
	Tiempo	<p>Localización</p> <p>Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado</p>	
			<p>Presente</p>	<p>Se aprecia en la escena a una torre roja y la bandera peruana flameando, siendo parte del estadio nacional.</p>

			Futuro	
		Duración Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitario puede ser igual al real, diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción narrativa en el mismo tiempo que se	Pura	Se aprecia en la escena un fondo real con un mensaje de reflexión.
			Impura	

		desarrollaría en la realidad.		
		Naturaleza Moreno (2003) dice que el tiempo referencial del presente se proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.	Referencial	
			Ficcional	
	Personaje	La escena presenta personaje. Moreno (2003) explica que el personaje, es el	Principal	

		<p>resultado de una ardua investigación de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	<p>Secundario</p>	
	Planos	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los</p>	<p>Plano General</p>	<p>La escena presenta un cielo gris, la torre roja con la bandera peruana y el estadio nacional de Lima.</p>
			<p>Plano Entero</p>	
			<p>Plano Americano</p>	

		cuales según su dimensión pueden llamarse de distintas formas.	Plano Medio	
			Plano Medio Corto	
			Primer Plano	
			Primer Primerísimo Plano	
			Plano Detalle	
			Plano Cenital	
			Plano Picado	
			Plano Contrapicado	

			Plano Frontal	
	Iluminación	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de</p>	Luz Principal	La escena presenta un tipo de iluminación de luz principal debido a que se aprecia con claridad al estadio nacional y alrededores.
			Luz de Relleno	
			Contraluz	

		la pantalla, subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.		
Sonido	Sonido	Moreno (2003) explica que el sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un	Voz	
			Sonido Ambiental	Se presenta en la escena, un fondo musical instrumental producido por un piano mezclado con un sintetizador de sonidos.
			Ruido	

		<p>informativo, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término banda sonora suele confundirse con la música que acompaña a un producto audiovisual.</p>		
<p>Estructura dramática</p>	<p>Trama</p>	<p>Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre y valor</p>	<p>Trama Narrativa</p>	

		dramático del producto o servicio.	Trama Descriptiva	
			Trama Argumentativa	La escena presenta un mensaje escrito de reflexión.
			Trama Conversacional	
	Transmisión de contenido Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.		

<p>Estructura informativa</p>	<p>aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.</p>		
<p>Estructura persuasiva</p>	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores , informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	

	indirectas como valor añadido.		
	<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	

	convirtiéndose en cercanas.		
	<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p> <p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>La escena presenta un texto donde se puede leer: "Para ganarle al virus, hay que estar unidos. Y para estar unidos, primero hay que estar vivos."</p>

Anexo 6: Guía de resumen

Guía resumen de observación

Spot		Perú te quiero Daniel Peredo				
N° de escena				Tiempo de duración		
Sub categorías	Indicadores	Sub Indicadores		Ítems	Descripción	Interpretación
Estructura Narrativa	<p>Espacio</p> <p>Moreno (2003) dice que el espacio es la representación natural o artificial en la que operan</p>	<p>Representación</p> <p>Moreno (2003) dice que representa imágenes</p>	<p>Natural</p> <p>Según Rojas (2016) son espacios reales que ya</p>	<p>representación natural porque hay escenas donde hay lugares como un paisaje, una calle, etc.</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 20 escenas, de las cuales en 16 escenas presentó representación natural y en 4 escenas no se presentó dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo representación natural, la cualidad que más resaltó fue la realidad. Según la RAE (2001), la realidad es la existencia de algo que está presente en el mundo real.</p> <p>En el spot hubo presencia de elementos naturales que transmitieron la realidad como el estadio nacional y la ciudad de Lima.</p>

	<p>los personajes de una historia.</p>	<p>que se originan en cualquiera de los sentidos, externos o internos.</p>	<p>se nos presentan contruidos, desde un paisaje a una calle, desde el interior de un palacio al pasillo de una casa.</p>			
			<p>Natural Intervenido Según Rojas (2016) son transformaciones que pueden recurrir a métodos</p>	<p>representación natural con escenas donde se presencia el uso de efectos con ayuda de la tecnología.</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 8 escenas donde presentó representación natural intervenido y en 12 escenas no se presentó dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 8 escenas donde hubo representación natural, la cualidad que más resaltó fue el montaje de video. Según la RAE (2020), en el mundo audiovisual es la imagen conseguida por medio de efectos especiales en la etapa de decoración de una escena.</p>

			<p>tradicionales o a la utilización de las nuevas tecnologías.</p>			
			<p>Artificial Rojas (2016) afirma que son espacios que desean transmitir una sensación de realidad, y los que buscan romper con los</p>	<p>espacio con representación artificial porque transmite escenas realizadas mediante montaje.</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 1 escena donde presentó espacio artificial y 19 escenas donde no se presentó el dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que en esta única escena donde se presentó la representación artificial la cualidad que resaltó fue la superposición de texto. Según la RAE (2020), en el mundo audiovisual es colocar un texto encima de algo.</p>

			<p>parámetros del mundo real y que el espectador los perciba de esa manera, que se podrían denominar espacios imaginarios.</p>			
		<p>Explicitación</p> <p>Moreno (2003) dice que el entorno de la</p>	<p>Parcial</p> <p>Gertrúdis (2016) nos dice que el receptor</p>	<p>Espacio con explicitación parcial porque hay escenas donde solo se percibe el espacio</p>	<p>El presente spot tuvo un total de 16 escenas donde presentó Explicitación Parcial y 4 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo explicitación parcial la cualidad que más resalto fue el espacio real. Según la RAE (2021), En audiovisual se define al espacio real como una locación existente para grabar una escena. En el spot hubo presencia de locaciones que permitieron percibir la locación real, estadio nacional y la ciudad de Lima.</p>

		escena está explicado con claridad.	percibe el espacio de la escena.	de la escena.		
			Completa Gertrúdis (2016) nos explica que el receptor se imagina un escenario que no se muestra en el contexto.	Espacio con explicitación completa donde el receptor logra contextualizar más allá de lo que ve.	El presente spot tuvo un total de 10 escenas donde presentó Explicitación Completa y 10 escenas no presentaron dicho ítem.	Podemos inferir que de las 10 escenas donde hubo explicitación completa la cualidad que más resaltó fue la imaginación. Según la RAE (2021) es la invención o creación de algo que podemos visualizar. En el spot hubo presencia de espacio con explicitación completa que nos llevó a imaginar gratos momentos vividos en el estadio nacional.
			Visual	Espacio con percepción sensorial visual	El presente spot presentó Percepción Sensorial Visual en sus 20 escenas	Inferimos que las 20 escenas donde se presentó lo visual, la cualidad que resaltó fue la percepción.

		<p>Percepción Sensorial</p> <p>Moreno (2003) explica que la escena tiene la capacidad de captar los sentidos de las señales exteriores.</p>	<p>Según Gómez (2006) explica que la capacidad para interpretar la información que la luz del espectro visible hace llegar hasta nuestros ojos.</p>	<p>porque la escena posee una luz que hace que el espectador interprete lo que sus ojos miran.</p>		<p>Según RAE (2001), la percepción es el conocimiento que se tiene de la escena al lograr visualizarla.</p> <p>En el spot hubo presencia de escenas visuales que transmiten con claridad todo el contenido.</p>
			<p>Sonora</p> <p>Según Gómez (2006) nos</p>	<p>Espacio con percepción sensorial sonora porque la</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Sonora en sus 20 escenas</p>	<p>Podemos inferir que de las 20 escenas donde se presentó espacio con percepción sensorial, la cualidad que más resaltó fue la interpretación. Según la RAE (2021) interpretar es encontrarle sentido a lo que percibimos.</p>

			<p>dice que es el resultado de procesos psicológicos que tienen lugar en el sistema auditivo central y que permiten interpretar los sonidos recibidos.</p>	<p>escena posee un sonido que hace que el espectador interprete lo que sus oídos escuchan.</p>		<p>En el spot hubo presencia de percepción sensorial ya que el receptor logra entender con nitidez el mensaje.</p>
			<p>Fragmentación</p> <p>Según Gómez</p>	<p>Espacio con explicitación fragmentada porque la escena</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Fragmentación en 17 escenas y 2 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 17 escenas donde hubo espacio con explicitación fragmentada la cualidad que más resaltó fue la emotividad. Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p>

			(2006) nos hace interpretar nuestras percepciones en forma múltiple y variable de acuerdo a nuestro estado de ánimo, al momento vital, al lugar, la compañía, a nuestra historia y nuestra experiencia.	posee detalles que provoca un cambio en el estado de ánimo del espectador .		En el spot hubo presencia de espacios fragmentados que generaron cambios en el estado de ánimo del espectador.
--	--	--	---	--	--	--

			<p>Espacio continuo</p> <p>Según Gómez (2006) afirma que es la capacidad para seleccionar y analizar información permitiendo tomar decisiones correctas en cuanto al cálculo del</p>	<p>Espacio continuo en la percepción sensorial, donde la imagen presenta un cálculo preciso del espacio y tiempo en la escena.</p>	<p>El presente spot presentó Percepción Sensorial Espacio Continuo en 11 escenas y 9 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 11 escenas donde hubo espacio continuo la cualidad que más resaltó fue la sincronización de la escena. Según la Rae (2021) La sincronización es coincidir en tiempo y espacio en una escena. En el spot hubo presencia de espacio continuo que transmitieron un cálculo preciso entre la narración, escenario y puesta en escena.</p>
--	--	--	---	--	---	---

			espacio y el tiempo.			
	<p>Tiempo Chatman (1990) define el tiempo como la dimensión temporal de los sucesos de la historia. La historia plantea esa dimensión temporal de las acciones; pero es, realmente, el discurso audiovisual el que desarrolla y materializa ese referente temporal de la historia en una duración cronológica, un orden concreto y un anclaje temporal en</p>	<p>Localización Moreno (2003) dice que el tiempo se manifiesta en un determinado momento de la historia del objeto de estudio.</p>	<p>Pasado Moreno (2003) explica que el pasado es el tiempo que ya sucedió y que, en una línea cronológica, ha quedado atrás. Se conoce como pasado tanto a dicho</p>	<p>Presenta una localización en un tiempo determinado recordando el pasado, mediante el ambiente, la vestimenta y el contexto en que se</p>	<p>El spot no presentó localización en Tiempo Pasado.</p>	

	cuanto a pasado, presente y futuro.		<p>tiempo como a aquello que aconteció en el periodo en cuestión.</p>	<p>presenta la escena.</p>		
			<p>Presente</p> <p>Moreno (2003) explica que un concepto tiene múltiples usos y acepciones. Se trata de un adjetivo que permite hacer</p>	<p>Presenta una localización de espacio que transcurre en el presente o en el instante en que un narrador</p>	<p>El presente spot presentó Localización en Tiempo Presente en sus 20 escenas.</p>	<p>Podemos inferir que de las 20 escenas donde el tiempo estuvo en presente la cualidad que más resaltó fue la narración en la escena. Según la Rae (2021) narración son los acontecimientos que componen un argumento. En el spot hubo presencia de tiempo presente donde se transmitió el mensaje concientizador por la covid-19 narrado por Daniel Peredo.</p>

			referencia al tiempo que transcurre en el momento actual o a aquel en el que se halla una persona cuando cuenta algo.	cuenta algo.		
			Futuro Moreno (2003) el tiempo verbal que indica que la	Presenta una localización de espacio que transcurre en el futuro,	El spot no presentó localización en Tiempo Futuro.	

			acción sucederá.	debido a que la acción o narrador presagia lo que va a suceder.		
		Duración Moreno (2003) dice que la duración del tiempo en el relato publicitari o puede ser igual al real,	Pura Moreno (2003) explica que es de duración pura cuando no deja de constituir una excepción en	Presenta tiempo de duración pura, la cual se puede presentar con relatos reales o ficticios, ya	El presente spot presentó Tiempo Duración Pura en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.	Podemos inferir que de las 2 escenas donde hubo tiempo duración pura la cualidad que más resaltó fue la imaginación. Según la RAE (2021) es la invención o creación de algo que podemos visualizar. En el spot hubo presencia de duración pura en escenas que te llevaban a contextualizar más allá de lo mostrado.

		<p>diégesis pura o desigual, diégesis impura, mayor o menor que el narrado. Son pocos los anuncios que recurren a la diégesis pura, es decir a la secuencia única que desarrolla la acción</p>	<p>publicidad, el relato publicitario tiende a ser elíptico y esas elipsis se llevan a los mayores extremos del campo audiovisual.</p>	<p>que su duración limitada hace que la elipsis sea uno de los fundamentos temporales que utilizan los publicistas para condensar el relato en menos de un minuto y hasta en cinco o 10 segundos.</p>	
--	--	--	--	---	--

		<p>narrativa en el mismo tiempo que se desarrolla ía en la realidad.</p>	<p>Impura</p> <p>Moreno (2003) nos dice que es cuando la secuencia desarrolla una acción narrativa en la realidad.</p>	<p>Presenta tiempo de duración impura, lo cual se realiza en un mundo real.</p>	<p>El presente spot presentó Tiempo Duración Impura en 18 escenas y 2 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 18 escenas donde hubo tiempo de duración impura la cualidad que más resaltó fue lo sucinto de la escena. Según la RAE (2021) Sucinto es transmitir de forma clara y eficaz. En el spot hubo presencia de duración impura en escenas que mostraban el contexto con claridad.</p>
			<p>Referencial</p>	<p>Presenta un tiempo</p>	<p>El spot no presentó Tiempo Naturaleza Referencial.</p>	

		<p>Naturaleza</p> <p>Carmona (2017) define como el tiempo que transcurre del presente al pasado en cierta medida establecida.</p>	<p>de naturaleza referencial debido a que el tiempo establecido transcurre en cierta medida.</p>		
	<p>proyecta al pasado y en cierta medida aplicado.</p>	<p>Ficcional</p> <p>Carmona (2017) define como el tiempo que transcurre del presente</p>	<p>Presenta un tiempo ficcional debido a que transcurre del presente a una</p>	<p>El spot no presentó Tiempo Naturaleza Ficcional.</p>	

			en una alternativa del modelo de mundo real en que aquel tiempo es (o ha sido) producido, creado, construido y/o recibido.	alternativa del modelo del mundo real, es producido, creado, construido y recibido.		
	<p>Personaje</p> <p>Moreno (2003) explica que son los elementos que participan en la historia y que pueden aparecer como principales o secundarios.</p>	<p>La escena presenta personaje.</p> <p>Moreno (2003) explica que el</p>	<p>Principal</p> <p>Moreno (2003) explica que los personajes</p>	<p>Presenta en escena, al personaje principal el cual es aquello que se centra en la trama</p>	<p>El presente spot presentó Personaje Principal en 15 escenas y 5 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 15 escenas donde hubo personaje principal la cualidad que más resaltó fue el dominio de escena. Según la RAE (2021) el dominio de escena es el desarrollo seguro y natural ante cámaras.</p> <p>En el spot hubo presencia de personaje principal en escenas que mostraban a Daniel Peredo.</p>

		personaje, es el resultado de una ardua investigaci ón de mercado y es tal que se identifique con la marca, que transmita las	principales son aquellos en los que se centra la trama de la historia, ya que conducen y dominan el relato. Estos se dividen en protagonista s y antagonistas.	de la historia narrada, ya que conducen y dominan el relato.		
--	--	--	---	--	--	--

		<p>ventajas del producto y que conecte con el público al que se dirige.</p>	<p>Secundario</p> <p>Moreno (2003) dice que son aquellos que aparecen con frecuencia o incluso de manera recurrente. Y sus apariciones tienen que ver con el tema de la trama.</p>	<p>Presenta en escena al personaje secundario ya que son aquellos que aparecen con frecuencia o de manera recurrente.</p>	<p>El spot no presentó Personaje Secundario.</p>	
--	--	---	---	---	--	--

	<p>Planos</p> <p>Moreno (2003) dice que el plano es la perspectiva desde la cual se le puede apreciar a los personajes y elementos que son captados desde la vista del observador.</p>	<p>Planos en su estructura narrativa.</p> <p>Moreno (2003) explica que es el espacio que recoge la filmación en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden</p>	<p>Plano General</p> <p>Narváez (2019) Presenta un paisaje o ambiente de amplias dimensiones.</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa al plano general ya que este plano muestra el paisaje de la escena en amplias dimensiones.</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano General en 12 escenas y 8 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 12 escenas donde hubo Plano general en la estructura narrativa la cualidad que más resaltó fue la percepción de la escena. Según RAE (2001), la percepción es el conocimiento que se tiene de la escena al lograr visualizarla.</p> <p>En el spot hubo presencia plano general en escenas donde se podía apreciar a la ciudad de lima, el estadio nacional y Daniel Peredo.</p>
		<p>en relación a la figura humana, los cuales según su dimensión pueden</p>	<p>Plano Entero</p> <p>Narváez (2019) dice que el encuadre</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa al plano entero ya que se</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Entero en 1 escena y 19 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de 1 escena donde hubo Plano entero la cualidad que resaltó fue la emotividad de la escena.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de plano entero en una escena donde se puede apreciar a Daniel</p>

		<p>llamarse de distintas formas.</p>	<p>donde la cabeza y los pies del individuo definen los límites superiores e inferiores.</p>	<p>encuadra al individuo desde la cabeza a los pies, se define límites superiores e inferiores.</p>		<p>Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.</p>
			<p>Plano Americano Narváez (2019) explica que, también conocido como tres cuartos,</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa al plano americano ya que se considera el encuadre desde las rodillas,</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Americano en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de 2 escenas donde hubo Plano americano la cualidad que resaltó fue persuasión de la escena. Según la RAE (2021) la persuasión es la habilidad para convencer. En el spot hubo presencia de americano en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo con un micrófono en lo más alto del estadio nacional.</p>

			<p>tiene como límite superior de la cabeza un poco más y las rodillas como límite inferior (siempre tomando como referencia la silueta de un humano).</p>	<p>teniendo un límite superior en la cabeza.</p>		
			<p>Plano Medio</p> <p>Narváz (2019) dice que</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa al plano medio ya</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Medio en 2 escenas y 18 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 2 escenas donde hubo Plano medio la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p>

			encuadra al humano desde la cintura.	que encuadra el individuo desde la cintura.		En el spot hubo presencia de plano medio en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.
			Plano Medio Corto Narváz (2019) explica que el encuadre del humano va desde la cabeza hasta la mitad del torso.	Presenta en su estructura narrativa al plano medio corto ya que se encuadra al individuo desde la cabeza hasta la mitad del torso.	El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Plano Medio Corto en 3 escenas y 17 escenas no presentaron dicho ítem.	Podemos inferir que de las 3 escenas donde hubo Plano medio corto la cualidad que resaltó fue la sensibilidad. Según la RAE (2021) la sensibilidad es percibir emociones a través de los sentidos. En el spot hubo presencia de plano medio en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo transmitiendo un mensaje.

			<p>Primer Plano</p> <p>Narváez (2019) nos dice que es el encuadre del rostro y los hombros del humano.</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa al primer plano ya que se trata del encuadre del rostro y los hombros del humano.</p>	<p>El presente spot presentó en su Estructura Narrativa al Primero Plano en 1 escena y 19 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que 1 escena donde hubo primer plano la cualidad que resaltó fue la motivación.</p> <p>Según la RAE (2021) motivación es el motivo o impulso que anima a un individuo a cumplir un objetivo.</p> <p>En el spot hubo presencia de primer plano en una escena donde se puede apreciar a Daniel Peredo con su micrófono dando un mensaje de aliento.</p>
			<p>Primer Primerísimo Plano</p> <p>Narváez (2019) dice</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa al primer primerísimo</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Primer Primerísimo Plano.</p>	

			que abarca desde la frente hasta el mentón del humano.	o plano ya que se detalla el encuadre desde la frente hasta el mentón del individuo.		
			Plano Detalle Narváez (2019) dice que es aquel que se enfoca en una parte específica del cuerpo u objeto.	El spot presenta en su estructura narrativa al plano detalle ya que se encuadra una parte específica del	El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Detalle.	

				individuo u objeto.		
			<p>Plano Cenital</p> <p>Narváez (2019) dice que es la captura de la imagen desde arriba hacia abajo.</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa al plano cenital ya que se captura la imagen desde arriba hacia abajo.</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Cenital.</p>	
			<p>Plano Picado</p> <p>Narváez (2019) dice que es una</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa al plano</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Picado.</p>	

			<p>posición oblicua de la cámara con un ángulo de aproximadamente 45 grados.</p>	<p>picado ya que es una posición oblicua de la cámara con un ángulo en 45 grados.</p>		
			<p>Plano Contrapicado</p> <p>Narváez (2019) dice que el encuadre se hace hacia arriba.</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa al plano contrapicado ya que es el encuadre que se hace desde</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Contrapicado.</p>	

				abajo hacia arriba.		
			<p>Plano Frontal</p> <p>Narváez (2019) dice que es el plano vertical de ángulo recto que divide el cuerpo humano en posición anatómica en secciones ventral y dorsal.</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa al plano frontal ya que es el plano vertical de ángulo recto que divide el cuerpo humano en secciones, ventral y dorsal.</p>	<p>El presente spot no presentó en su Estructura Narrativa al Plano Frontal.</p>	

	<p>Iluminación</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación es la percepción de luz que se utiliza en una escena.</p>	<p>Iluminación.</p> <p>Moreno (2003) dice que la iluminación crea y recrea ambientes y texturas, jerarquiza la importancia de los elementos de la puesta en escena, crea y</p>	<p>Luz Principal</p> <p>Narváez (2019) dice que es la luz que domina la escena.</p>	<p>Presenta en su estructura narrativa una iluminación con luz principal ya que domina en su totalidad a la escena.</p>	<p>El presente spot presentó en su Iluminación a la Luz Principal en sus 20 escenas.</p>	<p>Podemos inferir que de las 20 escenas donde hubo luz principal la cualidad que resaltó fue la claridad</p> <p>Según la RAE (2021) la claridad es la iluminación que permite apreciar con total nitidez.</p> <p>En el spot hubo presencia de luz principal en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima y paisajes.</p>
			<p>Luz de Relleno</p> <p>Narváez (2019) explica que es una luz</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa una iluminación con luz de</p>	<p>El presente spot presentó en su Iluminación a la Luz de Relleno en 8 escenas y 12 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 8 escenas donde hubo luz de relleno la cualidad que resaltó fue la nitidez.</p> <p>Según la RAE (2021) la nitidez es la apreciación con claridad.</p> <p>En el spot hubo presencia de luz de relleno en escenas donde se puede apreciar a Daniel</p>

		recrea el color mediante una manipulación inteligente de la temperatura de color, altera las texturas, dota de aparente tridimensionalidad al espacio bidimensional de la pantalla,	complementaria, procedente de un reflector, lámpara o flash.	relleno ya que es una luz de complemento que viene desde un reflector, lámpara o flash.		Peredo sobre una superficie de concreto y un fondo color rojo.
			Contraluz Narváez (2019) dice que es el encuadre	El spot presenta en su estructura narrativa una	El presente spot no presentó en su Iluminación a la Contraluz.	

		<p>subraya el género, indica el tiempo cronológico y coadyuva en el conocimiento de los personajes.</p>	<p>apunta directamente hacia la luz.</p>	<p>iluminación con contraluz ya que es el encuadre que apunta directamente hacia la luz.</p>		
	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que son aquellas ondas que se producen por medio de la oscilación del aire y que son percibidas</p>	<p>Sonido</p> <p>Moreno (2003) explica que el</p>	<p>Voz</p> <p>Román (2006) dice que es el sonido sonoro que</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa un tipo de sonido de voz ya que</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido a la Voz en 16 escenas y 4 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo voz en sonido la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de voz en sonido en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima, y paisajes.</p>

	<p>por el oído y el cerebro humano.</p>	<p>sonido es el proceso por medio del cual se elabora la banda sonora de un producto audiovisual, bien sea una película, un cortometraje, un teaser, un documental, una novela, un informativo</p>	<p>más atención percibe.</p>	<p>es el sonido sonoro que más atención percibe.</p>		
			<p>Sonido Ambiental</p> <p>Román (2006) dice que el sonido está presente en una escena.</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa un tipo de sonido ambiental ya que es un sonido natural que se presenta externamente, repentinos y fuertes.</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido al Sonido Ambiental en 17 escenas y 3 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 17 escenas donde hubo sonido ambiental la cualidad que resaltó fue la emotividad.</p> <p>Según la RAE (2021) la emotividad es la alteración del ánimo de un individuo.</p> <p>En el spot hubo presencia de sonido ambiental en escenas donde se puede apreciar a Daniel Peredo, la ciudad de Lima y paisajes naturales.</p>

		<p>o, o cualquier otro tipo de producto que relacione imágenes con sonido. El término b anda sonora sue le confundirs e con la música que acompaña a un producto</p>	<p>Ruido Román (2006) explica que es un tipo de sonido no deseado, denota un ambiente agresivo.</p>	<p>El spot presenta en su estructura narrativa un tipo de sonido de ruido ya que es un tipo de sonido no deseado en la escena.</p>	<p>El presente spot presentó en Sonido al Ruido en 4 escenas y 16 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 4 escenas donde hubo ruido en sonido la cualidad que resaltó fue la intriga. Según la RAE (2021) la intriga es el plan oculto que despierta interés en el individuo. En el spot hubo presencia de ruido en sonido en escenas donde se puede apreciar la ciudad de lima, parte del estadio nacional y unos zapatos.</p>
--	--	--	--	--	--	--

		audiovisua l.				
Estructura dramática	Trama Moreno (2003) dice que la trama son las interacciones que hay entre la presentación, el desarrollo y el cierre de la producción audiovisual.	Trama Moreno (2003) dice que la trama es el orden e interacción entre la presentación, el desarrollo y el cierre	Trama	El spot presenta en su estructura dramática un tipo de trama	El presente spot no presentó Trama	
			Narrativa Moreno (2003) explica que informamos a través de una secuencia cronológica.	narrativa debido a que informamos a través de una secuencia.	Descriptiva en su Estructura Dramática en 9 escenas y 11 escenas no presentaron dicho ítem.	Podemos inferir que de las 9 escenas donde hubo trama descriptiva la cualidad que resaltó fue la motivación . Según la RAE (2021) motivación es el motivo o impulso que anima a un individuo a cumplir un objetivo.

		<p>y valor dramático del producto o servicio.</p>	<p>Trama Descriptiva</p> <p>Moreno (2003) explica que el tipo de estructura narrativa por la cual se presenta la información del texto por medio de las cualidades, características y detalles de las cosas, personas o hechos.</p>	<p>El spot presenta en su estructura dramática un tipo de trama descriptiva debido a que presenta la información del texto por medio de las cualidades, características y detalles de las cosas.</p>	
--	--	---	--	--	--

			<p>Trama Argumentativa</p> <p>Moreno (2003) nos indica que el fin de este tipo de trama es la de persuadir y convencer al público de un tema específico.</p>	<p>El spot presenta en su estructura dramática un tipo de trama argumentativa debido a que persuade y convence al público de un tema en específico.</p>	<p>El presente spot presentó Trama Argumentativa en su Estructura Dramática en 15 escenas y 5 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 15 escenas donde hubo trama argumentativa, la cualidad que más resaltó fue la incitación. Según la RAE (2021) incitar significa impulsar al individuo a realizar una acción.</p> <p>En el spot hubo presencia de trama argumentativa en escenas donde se podía apreciar a la ciudad de lima, el estadio nacional y Daniel Peredo impulsando el comportamiento del espectador.</p>
			<p>Trama Conversacional</p>	<p>El spot presenta en su estructura dramática</p>	<p>El presente spot no presentó Trama Conversacional en su Estructura Dramática</p>	

			Moreno (2003) explica que esta trama permite el diálogo entre el emisor y el receptor.	un tipo de trama conversacional debido a que esta trama permite el diálogo entre el emisor y receptor.		
Estructura informativa	Transmisión de contenido Moreno (2003) explica que la transmisión de contenido es aquel que designa un medio de comunicación para	Moreno (2003) asegura que la escena presenta transmisión de contenido, donde la transmisión de contenido digital o comunicaciones digitales		El spot presenta en su estructura informativa un tipo de transmisión de contenido	El presente spot no presentó Transmisión de contenido en su Estructura Informativa.	

	transmitir el producto o servicio.	es la transferencia física de datos por un canal de comunicación punto a punto o punto a multipunto.	debido a que es aquel que designa un medio de comunicación para transmitir el producto o servicio.		
Estructura persuasiva	<p>Base informativa denotativa</p> <p>Moreno (2003) dice que son elementos diferenciadores,</p>		<p>El spot presenta en su estructura</p>	<p>El presente spot no presentó Base Informativa Denotativa en su Estructura Persuasiva.</p>	

<p>informaciones complementarias del producto o servicio, otras informaciones indirectas como valor añadido.</p>	<p>Según Moreno (2003) La escena presenta base informativa denotativa de elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>	<p>persuasiva una base informativa denotativa ya que son elementos diferenciadores, informaciones complementarias del producto o servicio.</p>		
<p>Base informativa connotativa</p> <p>Moreno (2003) explica que son informaciones indirectas que se</p>		<p>El spot presenta en su estructura persuasiva una base informativa</p>	<p>El presente spot presentó Base Informativa Connotativa en su Estructura Persuasiva en 13 escenas y 7 escenas no presentaron dicho ítem.</p>	<p>Podemos inferir que de las 13 escenas donde hubo base informativa connotativa, la cualidad que más resaltó fue la escenificación. Según la RAE (2021) escenificar significa el desenvolvimiento del personaje al momento de transmitir un anuncio en el escenario.</p>

	<p>desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto, connotaciones lejanas que el receptor recibe emocionalmente convirtiéndose en cercanas.</p>	<p>Moreno (2003) afirma que la escena presenta una base informativa connotativa en la cual muestra una transmisión emocional para el receptor.</p>	<p>connotativa debido a que son informaciones indirectas que se desprenden de los comportamientos de los personajes respecto al producto.</p>		<p>En el spot hubo presencia de base informativa connotativa de escenas donde se aprecia a Daniel Peredo brindando un discurso motivacional.</p>
<p>Arquetipos narrativos persuasivos</p>	<p>Moreno (2003) dice que el spot tiene por contenido</p>	<p>Moreno (2003) nos dice que el spot presenta</p>	<p>El spot presenta en su estructura persuasiva un tipo de</p>	<p>El presente spot presentó Arquetipos Narrativos Persuasivos en su Estructura Persuasiva en 16</p>	<p>Podemos inferir que de las 16 escenas donde hubo arquetipo narrativo persuasivo, la cualidad que más resaltó fue la nostalgia. Según la RAE (2021) nostalgia significa es un sentimiento mezclado con tristeza y placer al recordar momentos del pasado.</p>

	<p>un problema y/o solución, comparación, analogía o vida cotidiana.</p>	<p>arquetipo narrativo persuasivo en su estructura persuasiva, porque la escena posee una situación que hace que el espectador se sienta parte del contexto.</p>	<p>arquetipo narrativo persuasivo debido a que hace que el espectador sea parte del contexto narrado.</p>	<p>escenas y 4 escenas no presentaron dicho ítem</p>	<p>En el spot hubo presencia de arquetipos narrativos persuasivos en escenas donde se podía apreciar a Daniel Peredo haciendo gala de sus mejores frases y utilizándolas para concientizar a la población.</p>
--	--	--	---	--	--



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES de la escuela profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL DEL SPOT PERÚ TE QUIERO DANIEL PEREDO. LIMA. 2021 ", cuyos autores son PUMACHAGUA PORTOCARRERO CARLOS, FERNANDEZ OSORIO SILVIO JAIR, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 16 de Diciembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ARGOTE MOREAU JAVIER ERNESTO DNI: 08018500 ORCID 0000-0002-5950-7848	Firmado digitalmente por: JARGOTE el 16-12-2021 15:24:20

Código documento Trilce: TRI - 0228005