



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Apreciación del mensaje audiovisual de un documental en
estudiantes de una Universidad - Lima, 2020**

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

AUTORES:

Lozano Ortega, Brigitte Ingrid (ORCID: 0000-0002-0153-5774)

Ocaña López, Viviana Deysi (ORCID: 0000-0003-2175-9932)

ASESOR:

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel (ORCID: 0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA-PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedicado especialmente a nuestras familias que nos han brindado su apoyo incondicional en todo el proceso de la investigación. (Lozano Ortega, Brigitte y Ocaña López, Viviana)

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por tantas bendiciones, por ser quien dirige nuestra vida y a nuestro asesor Medrano Carbajal Adolfo Manuel por el apoyo brindado.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.1.1. Tipo de investigación	18
3.1.2. Diseño de investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización.....	19
3.2.1. Variable	20
3.2.2. Indicadores.....	20
3.2.3. Escala de medición.....	21
3.3. Población, muestra y muestreo.....	21
3.3.1. Población.....	21
3.3.2. Muestra.....	22
3.3.3. Muestreo.....	24
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.4.1. Técnicas	24
3.4.2. Instrumentos.....	25
3.4.3. Validez de Instrumento.....	25

3.4.4. Confiabilidad del Instrumento	27
3.5. Procedimientos	28
3.6. Métodos de análisis de datos	29
3.6.1. Análisis de frecuencias	29
3.7. Aspectos éticos	30
VI. RESULTADOS	31
DISCUSIÓN	44
CONCLUSIONES.....	49
RECOMENDACIONES	50
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS	59

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1 Población.....	21
Tabla 2 Por rango de edad	22
Tabla 3 Muestra.....	23
Tabla 4 Cantidad de estudiantes	23
Tabla 5 Escala de Likert	24
Tabla 6 Validez del instrumento.....	26
Tabla 7 Coeficiente de V Aiken.....	26
Tabla 8 Resumen de procesamiento de casos.....	28
Tabla 9 Resultado de Fiabilidad de Alfa de Cronbach.....	28
Tabla 10 Descripción de la información, en las plataformas audiovisuales es rápida	31
Tabla 11 Descripción de frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales.....	32
Tabla 12 Descripción de usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información	34
Tabla 13 Descripción de los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.....	35
Tabla 14 Descripción de considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia	36
Tabla 15 Descripción de usualmente para la búsqueda de información ingresas a las plataformas audiovisuales.....	37
Tabla 16 Descripción identificar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020	38
Tabla 17 Descripción identificar el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.....	39
Tabla 18 Descripción identificar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020	41
Tabla 19 Descripción identificar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020.....	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Gráfico 1	Frecuencia de la información, en las plataformas audiovisuales es rápida	31
Gráfico 2	Frecuencia frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales	32
Gráfico 3	Frecuencia usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información	34
Gráfico 4	Frecuencia los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema	35
Gráfico 5	Frecuencia considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.....	36
Gráfico 6	Frecuencia usualmente para la búsqueda de información ingresas a las plataformas audiovisuales	37
Gráfico 7	Frecuencia de Mensaje Audiovisual	38
Gráfico 8	Frecuencia identificar el nivel de comprensión del mensaje audiovisualde un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020	40
Gráfico 9	Frecuencia identificar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020	41
Gráfico10	Frecuencia identificar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020	43

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo determinar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una Universidad- Lima, 2020. La variable del presente proyecto se define, según Demetrio, E. (2011 p.37) señala que [...] el mensaje audiovisual es discurso, al mismo tiempo es huella y producción estética, que desea cautivar al espectador[...].

Asimismo, este estudio se basa en el Modelo de Shannon y Weaver, según Rastreo, L. (2008); presenta a la comunicación como un proceso lineal y sencillo, teniendo relación a la transmisión de mensajes. Además, se aplicó la teoría de El Estructuralismo de Claude Lévi Strauss, Según, Piaget J. (1999), pretende entender los acontecimientos culturales y sociales desde sus orígenes, destacando la comunicación de masas.

Mediante el enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y diseño no experimental: descriptivo simple y de cohorte transversal. Por ende, la población está conformada por 450 estudiantes de VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020, asimismo la muestra quedó definida en 137 estudiantes. Como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual está constituido por 18 ítems.

Finalmente, los resultados mostraron que el 95% casi siempre poseen una apreciación del mensaje audiovisual. Consecuente del mismo, el 96% señaló que siempre comprende el mensaje audiovisual, el 94% revelaron que casi siempre sostienen una digitalización de la información y el 93% expresó que casi siempre se tiene una comunicación audiovisual.

Por lo tanto, la investigación concluyó que existe un nivel alto de apreciación del mensaje audiovisual en los estudiantes de VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020.

Palabras clave: Mensaje audiovisual, estudiantes, digitalización, comprensión, comunicación audiovisual.

ABSTRACT

This research aims to determine the level of appreciation of the audiovisual message of a documentary in students of a University-Lima, 2020. The variable of this project is defined, according to Demetrio, E. (2011 p.37) indicates that [...] The audiovisual message is discourse, at the same time it is a mark and an aesthetic production, which wants to captivate the viewer [...].

Likewise, this study is based on the Shannon and Weaver Model, according to Rastreo, L. (2008); presents communication as a linear and simple process, having relation to the transmission of messages. In addition, the theory of Structuralism by Claude Lévi Strauss was applied, According to Piaget J. (1999), it aims to understand cultural and social events from their origins, highlighting mass communication.

Through the quantitative approach, applied type and non-experimental design: simple descriptive and cross-sectional cohort. Therefore, the population is made up of 450 students of the VII cycle of the Audiovisual Communication career of the night shift of the Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020, also the sample was defined in 137 students. The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument, which is made up of 18 items.

Finally, the results showed that 95% almost always have an appreciation for the audiovisual message. Consequently, 96% indicated that they always understand the audiovisual message, 94% revealed that they almost always support a digitization of the information and 93% said that there is almost always an audiovisual communication.

Therefore, the research concluded that there is a high level of appreciation of the audiovisual message in the students of the VII cycle of the Audiovisual Communication career of the night shift of the Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020.

Keywords: Audiovisual message, students, digitization, comprehension, audiovisual communication.

I. INTRODUCCIÓN

Naturalmente el ser humano se encuentra sumergido en el mundo audiovisual, compuesto por mensajes que engloban el sonido y las imágenes, que emplea los dos sentidos de forma simultánea (ver y escuchar), recolectando la apreciación que existe en la sociedad y las empresas que entretienen, asimismo el cine revela a la imaginación, y el video presenta el lugar de la investigación, por ello el video se caracteriza por una reflexión en sus múltiples sentidos, mientras que el cine se personifica por la repetición, manifestándose como una creación audiovisual, por ende, amerita ser percibida indefinidamente. Teniendo en cuenta que se da una interacción entre la persona que va a percibir e interpretar el mensaje, originando una relación entre el desarrollo y la analogía. De manera que los mensajes audiovisuales favorecen a la comunicación, siendo estos de gran importancia, para el consumo masivo de imágenes.

Por otra parte, en Latinoamérica predominan los contenidos icónicos sobre los verbales, favoreciendo a la evolución mundial de la información que apoya al receptor con una destreza uniforme, teniendo en cuenta que el receptor deduce un mensaje que excluye toda la información que para el emisor es esencial que este comprendida, sino que tal vez elimine un significado distinto al que el emisor quería hacerle interpretar. Esto puede ocurrir cuando las bajas expectativas que el emisor o el receptor, tienen una carencia de codificación del mensaje y de conocimientos comunicacionales que va dirigido esta información. Por consiguiente, el lenguaje audiovisual se determina como un sistema universal de comunicaciones, que comprende una estructura de símbolos audiovisuales con una sucesión de reglas y alternativas de composición entendibles, que facilitan la fabricación de mensajes adquiridos de significados, que, a través de un medio multimedia, puedan ser transmitidos y distribuidos con el receptor siendo analizada por este.

Es preciso señalar que en el Perú los materiales audiovisuales exponen contenidos con más objetividad de manera completamente transparente y

accesible para la sociedad. Además, incrementa el interés de las personas ,por ende es evidente que los espectadores están cambiando, hablamos de un consumidor audiovisual más educado, más sensible y con miles de horas con visualización de imágenes, son personas que desean interactuar más con los contenidos ya que cada día aparecen novedosas tendencias de manera que se puede mejorar y utilizar los recursos multimedia a través de aplicaciones donde se da la combinación de diversos componentes como, video, imágenes, audio, animaciones, entre otros, para que estas puedan tener relación en cualquier medio virtual.

Se debe resaltar aquí que las personas con habilidades especiales están ingresando al mundo de la tecnología, información y las comunicaciones de manera ascendente, siendo satisfactorio tanto para ellos como para la comunidad, por lo tanto la Ley 26378 “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su protocolo facultativo”, en su artículo 2, manifiesta que al hablar de “comunicación “, el término se relaciona con el lenguaje, la visión, el braille, comunicación táctil, los contenidos digitales de fácil acceso, los medios digitalizados y otros formatos multimedia que pueda obtener de manera sencilla el audiente.

En la siguiente investigación se expondrá la trayectoria de la poeta peruana Susana Lozano Montalván, también conocida como la Embajadora Cultural del Perú, destacando su destreza en letras, quien empezó a redactar poemas con demasiada sencillez y naturalidad a su corta edad. Así mismo, dicha habilidad la hizo predominar en el ámbito de la literatura, comenzando a construir discursos dirigidos a comprender las situaciones y realidades de cada individuo.

La creación audiovisual titulada “No soy Mentira” está inspirada en el libro poético redactado por la escritora, por ende este contenido digitalizado se basa en la exitosa vida de la poeta y deportista olímpica internacional con síndrome de Down, que ha plasmado su esencia en cada manuscrito. “Yo soy verdad y no soy mentira, yo soy importante y no soy peligro, yo soy paz y no soy aire”, son algunos de los versos narrados en dicho documental protagonizado por la poeta, el cual fue producido por cinco estudiantes peruanos ganadores del Festival Chileno Internacional del Cortometraje “Todos somos diferentes” realizada este año.

Cabe destacar que este material digital tiene gran importancia en la capital como herramienta de sensibilización en las técnicas de desarrollo, estableciendo múltiples estrategias narrativas y técnicas de modo en que ella pueda ser presentada de la manera más auténtica posible.

A continuación, se formula el problema general:

Problema general:

¿Cuál es el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020?

De acuerdo a lo expuesto, se presentan los **problemas específicos**:

1. ¿Cuál es el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020?
2. ¿Cuál es el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020?
3. ¿Cuál es el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020?

A continuación, presentamos la justificación de la investigación:

Esta investigación tiene una justificación teórica por los estudios que exhiben al medio audiovisual como un mediador y creador del conocimiento social y cultural, ya que a través del documental “No soy mentira” se muestra el inédito mundo de “habilidades diferentes”.

Asimismo, fomentar una perspectiva en la cual todos tienen las mismas cualidades y necesidades. Según, Bernal, C (2006) la investigación promoverá la percepción, reflexión e interés del investigador, profundizando sus conocimientos basados en enfoques teóricos, comparando y confrontando resultados que dan solución al problema expuesto. (p.104)

En cuanto a esta investigación realizada, la justificación práctica, conseguirá detallar la apreciación del mensaje audiovisual en el documental “No soy mentira”, destacando el largo camino que recorrió la poeta para triunfar en el ámbito de la literatura, obteniendo logros trascendentales a sus 40 años. Según Bernal, C (2006), propone implicaciones que conceden solución a inconvenientes propios de la realidad. (p.104)

La justificación metodológica del siguiente trabajo, presenta la elaboración y aplicación de las rúbricas para cada una de las dimensiones, que será analizada mediante métodos científicos, a través del instrumento “cuestionario”, el cual será realizada a los estudiantes de una universidad - Lima, 2020 demostrando su validez y confiabilidad, aportando información a las nuevas generaciones en sus trabajos de investigación. Según Bernal, C (2006), esta investigación ofrece una moderna propuesta a través de un nuevo método determinado, que sirven como aportes para los investigadores modernos. (p.104)

La justificación legal del siguiente trabajo, manifiesta La Ley 26378 “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su protocolo facultativo”, en su artículo 2, este término se relaciona con el lenguaje, la visión, el braille, comunicación táctil, y los contenidos multimedia de fácil acceso, brindando una información legítima.

De acuerdo a la problemática planteada, se presenta el objetivo general:

Determinar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.

En tanto que los **Objetivos específicos** son:

1. Determinar el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.
2. Determinar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.
3. Determinar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los **Antecedentes de la investigación**

Antecedentes Internacionales

Cantos, R (2019), investigó “Personaje de videojuego, la importancia del habla y el lenguaje en el proceso de diseño”, para optar el título en Audiovisuales. Universidad Carlos III de Madrid, España.

La investigación considero como objetivo detallar cómo los modernos medios de narración, en los videojuegos, se usaron ciertas conductas similares en el teatro, cine, etc. Dicha investigación es cuantitativa, la muestra se realizó a los 100 estudiantes del Grado de Diseño y Desarrollo de Videojuegos y a diferentes docentes, alumnos de la Escuela universitaria de diseño e innovación tecnológica (ESNE) de Madrid que están matriculados en 2018.

Dicho proyecto concluye que el uso de la narración, la interacción, con el uso de los contenidos multimedia y el uso frecuente de narración ficcional en publicidad, videojuegos tiene un buen manejo cotidiano, de esta manera transmitir un mejor mensaje que sea capaz de utilizar y transformar. Además, manifestar la eficacia del lenguaje, o de las formas de expresión, de un personaje que sea incluido en el diseño de plataforma multimedia.

Muriago, A (2017), investigó “Re-envisioning the Piano Recital: An Audiovisual Alternative”, para optar el título profesional de Audiovisuales Universidad de Hartford.

Esta investigación tiene como objetivo mejorar los procesos actuales, para las interpretaciones audiovisuales y proyectos que combinan lo tradicional con el componente visual. Dicho estudio de investigación es cuantitativo donde se realizó una muestra a un grupo de personas estudiantes conformados por varones y damas de la Universidad de Hartford.

Los hallazgos de esta investigación concluyen que la mayoría de sonido e imagen en tiempo real, brinda un enfoque, visual que contribuye a nuestra comprensión e interpretación musical, entretenimiento, que ha luchado desde sus orígenes. Asimismo, mostrar una obra en formato audiovisual es dar a conocer de otra manera original la validez de los intérpretes y el público objetivo.

Christoffersson.E (2018), investigó “Designing virtual worlds for improvised performances”, para optar el grado de Magíster en Audiovisuales, Universidad Dalarna.

Dicha investigación tuvo como objetivo aumentar el entendimiento del diseño de interfaces audiovisuales, para resolver los problemas que se puedan dar en los contextos multimedia, o basadas por la computadora.

Los hallazgos de la presenta investigación da como conclusión que los medios audiovisuales solucionan los problemas a las interacciones improvisadas. Al usar todos los procesos multimedia hace que todos los conjuntos virtuales sean mejor optimizando un mejor acceso a los contenidos web, combinado componentes visuales, imágenes y musicales.

Ramírez. (2014). escribió “Análisis de la Narrativa Audiovisual de la serie web ‘Déjà Vu’ para optar el título de comunicador social, Universidad Pontificia Bolivariana Bucaramanga.

Esta investigación tuvo como objetivo estudiar la narrativa audiovisual empleada en la producción colombiana ‘Déjà Vu’. Dicha investigación es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de tipo transversal. La muestra fue no probabilística compuesta por 12 capítulos de la serie ‘Déjà Vu’, tuvo una durabilidad máxima de 9:55 y mínima de 4:59, donde los relatos fueron contados en la totalidad de la temporada; teniendo que observar la totalidad de los capítulos que la conforman. El instrumento utilizado fue el desarrollo de dos matrices y dos fichas de categoría de análisis y la técnica de recolección de información fue un

análisis de contenido. A través de los resultados se concluyó que la serie web 'Déjà Vu' se determina por tener tres grandes acontecimientos que caracterizan y limitan el sistema externo, la cual se constituye por tres conjuntos de capítulos para poder desenvolver de forma completa la situación narrada.

Cabrera. (2019). Escribió "Análisis de la narrativa audiovisual de la webserie "Las Misses colombianas", para optar el título de Comunicadora Social, Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

Esta investigación tuvo como objetivo examinar la narrativa audiovisual de la webserie "Las Misses colombianas" primera temporada. Dicha investigación es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y de tipo exploratorio, la muestra fue considerada al tomar a la webserie y la unidad de análisis dentro del universo de los contenidos digitales. El instrumento fue la elaboración de una matriz y la técnica de recolección de datos fue la aplicación de análisis de contenido. Finalmente dio como resultados que la serie responde a las características del género.

Antecedentes Nacionales

Guerra, R y Larico, R. (2020); escribieron "El lenguaje audiovisual y los medios de comunicación utilizados por la Plataforma educativa Aprendo en Casa 2020", para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad César Vallejo, Lima-Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo especificar la relación entre el lenguaje audiovisual y los medios de comunicación usados por la plataforma educativa Aprendo en Casa, 2020. Dicha investigación cuantitativa de diseño no experimental de corte transversal. La muestra se realizó a 90 estudiantes del 5º de secundaria de la I.E.1262 El Amauta José Carlos Mariátegui. La información se obtuvo mediante un cuestionario que tuvo 24 ítems. Según los resultados obtenidos el 56,7% están entre muy de acuerdo y de acuerdo sobre el lenguaje audiovisual. Además, existe un 12,2% que está ni de acuerdo o ni desacuerdo. Y por último un mínimo porcentaje de 1,1% de estudiantes que están en desacuerdo.

Los hallazgos de esta investigación dieron como resultado el vínculo entre el lenguaje audiovisual y los medios de comunicación de la Plataforma educativa Aprendo en casa.

Meléndez, R. (2019); investigó “La implementación de la producción Audiovisual para informar los avances de la construcción de la línea 2 del metro de Lima y Callao entre los años 2017 y 2018”, para optar el título profesional de Licenciado en Comunicaciones. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima- Perú.

La investigación tuvo como objetivo detallar como se implementa los contenidos multimedia para expresar y transmitir el desarrollo de la obra de la Línea 2 del Metro, Lima y Callao durante los años 2017 y 2018. Logrando así un mayor entendimiento del proyecto enfocado a todos los pobladores, ya que sólo existía escasez de producciones audiovisuales informativas sobre el tema. Dicha investigación es cuantitativa de diseño informativo. La muestra se realizó a los pobladores de Lima y Callao que frecuentan la Línea 2 del Metro.

Arribó a las conclusiones que las realizaciones de proyectos audiovisuales para empresa servicios públicos cada día está tomando más empoderamiento y resaltando para el apoyo de los ciudadanos, ofreciendo herramientas informativas con fácil acceso.

Padilla, E. (2016). escribió “Nivel de Percepción de las principales características de narrativa audiovisual del programa américa noticias edición central en los estudiantes de la carrera de periodismo del 7mo y 8vo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2016.” para optar el título profesional de Ciencias de la Comunicación Lima – Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de percepción de las características las relevantes de la narrativa audiovisual del programa América Noticias Edición Central en los estudiantes de la carrera de periodismo del 7mo y 8vo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2016. Dicha investigación cuantitativa de nivel descriptivo simple no experimental transversal. La muestra es

intencional se realizó en 138 estudiantes de la carrera de periodismo del 7mo y 8vo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza. La información se obtuvo mediante un cuestionario y la técnica de recolección de datos fue la encuesta. Según los resultados obtenidos se concluye que el 50 % indicó el nivel de percepción es positivo, es decir presenta un nivel alto.

Chacón. (2017). escribió “Percepción de los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual de la serie Stranger Things por los trabajadores del BCP de las agencias del distrito de Los Olivos, 2017” para optar el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad Cesar Vallejo Lima, Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo explicar la percepción de los componentes morfológicos del lenguaje audiovisual en la primera temporada de la serie Stranger Things por los trabajadores del BCP de las agencias del distrito de Los Olivos, 2017. Dicha investigación es aplicada de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo simple y de diseño no experimental. La muestra estuvo constituida por 45 colaboradores de 25 a 35 años de edad de las siete agencias del BCP situadas en el distrito de Los Olivos, 2017. El instrumento fue el cuestionario y la técnica empleada fue la encuesta. Según los resultados se concluyó que el 84.44% de los encuestados aprecia que la serie Stranger Things casi nunca (44.44%) y nunca (40%) presenta visualmente un hecho real, esto demuestra que los trabajadores saben que es un material con escenas cuyas circunstancias no son reales, por lo tanto, los espectadores percibieron fielmente las adaptaciones escenográficas.

Cueva. (2019). escribió “Valoración del lenguaje audiovisual de los videoclips de k-pop y la construcción de la identidad cultural en los adolescentes en Campo de Marte, Jesús María, 2019”. Para obtener el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Esta investigación tuvo como objetivo describir el vínculo de la valoración del lenguaje audiovisual en los videoclips de K-pop y la construcción de la identidad cultural en los adolescentes en Campo de Marte, Jesús María,

2019. Dicha investigación es de tipo básica, enfoque cuantitativo, de diseño no experimental. El instrumento fue el cuestionario y de técnica la encuesta. La muestra es por conveniencia y estuvo conformada por 250 adolescentes en Campo de Marte del distrito de Jesús María entre hombres y mujeres. Dentro de los resultados se concluyó que el 23%, en comparación entre el grupo conformado por 47%, aprueban la apariencia por el factor idol o actor que se analiza en un video musical, ya que muestran una estructura social propia a su cultura, señalado un vínculo positivo alto entre las variables de lenguaje audiovisual e identidad cultural.

A continuación, se presentan las Teorías relacionadas al tema.

Según Rastreo, L. (2008) se refiere que el Modelo de Shannon y Weaver, presenta a la comunicación como un procedimiento lineal y sencillo, teniendo relación a la transmisión de mensajes. Este modelo identifica y expresa tres niveles: describiendo la exactitud de cómo puede ser difundidos los mensajes en el proceso comunicativo, de igual forma también se cuestiona la precisión de la utilización de símbolos que emiten el significado deseado, además se analiza los problemas de efectividad, detallando la influencia en el comportamiento del destinatario.

Es preciso señalar que este tipo de modelo es un procedimiento universal del lenguaje que se origina de una investigación, a través de un emisor, se difunde una señal, la cual navega mediante un canal, pero en el transcurso del trayecto puede ser interceptada por un mensaje.

Por ello la señal viaja por un canal, llegando a un destinatario que decodifica toda la información transformándola luego en un mensaje, que pasa por último a un receptor. Por consiguiente se llega a delimitar la manera más veloz y fiable de recopilar un mensaje, sin la aparición de algún ruido que dificulta su difusión.

De igual forma, el receptor debe entender la señal perfectamente; por ende el inconveniente es que aunque se encuentre un mismo código, pero esto no implica que el receptor va a comprender el concepto que el emisor le pretende entregar al mensaje. Por ello la codificación tiene relación en la modificación de

ruidos o símbolos de las señales, como en el cifrado de mensajes para garantizar su confidencialidad.

Un concepto elemental de este modelo es que la abundancia de información encerrada en un mensaje es un valor exacto que se delimita y calcula. Por lo cual, este término no describe a la suma de información, sino a la posibilidad de que un mensaje, este adentro de un grupo de mensajes y sea percibido. En lo que respecta a la proporción de datos, el valor más elevado se le concede al mensaje que carece de oportunidades de ser percibido. Se sabe con seguridad que un mensaje va a ser recibido, su abundante información es nula.

Según, Piaget J. (1999) refiere que El Estructuralismo de Claude Lévi Strauss, fue una corriente filosófica, crítica-literaria y científica que, comenzó primordialmente en Francia la década de los 60', este movimiento estructuralista pretende entender los acontecimientos culturales y sociales desde sus orígenes, restaurando su proceder histórico mediante el acto consciente.

Cabe destacar que la comunicación de masas va a ser uno de los aspectos más sobresalientes del estructuralismo, puesto que en ningún otro campo se representará, tan evidente la relación del consciente con el inconsciente. Por ello se considera que el lenguaje y la cultura se componen por diferentes unidades que siguen una sucesión de reglas para originar un significado.

Por ende, para poder inferir los códigos del inconsciente de los mensajes colectivos, el estructuralismo elabora métodos del conocimiento humano y de investigación que se fundamenta en los códigos de las sociedades.

Así mismo, Claude Lévi Strauss explica que la estructura de la percepción se aplica en la psicolingüística de la interacción social. Por ello se trata de explicarlos códigos del inconsciente masivo que pueden expandirse a los inconscientes colectivos de una estructura social. Por consiguiente, en el estudio de la teoría de la comunicación de métodos estructuralistas, se hace impredecible describir las conclusiones sobre los estudios del antropólogo francés.

A continuación, se define la variable de investigación

Mensaje Audiovisual

Según Demetrio, E (2011) argumenta que el “mensaje audiovisual es un discurso, al mismo tiempo es huella y producción estética. Y esta última categoría no debe descuidarse, puesto que el método con el que desea cautivar al espectador debe ser apreciada”. (p. 37)

En este sentido, es importante resaltar que los mensajes audiovisuales favorecen a la comunicación, son motivadores y en algunos casos se asemejan a la realidad del individuo dando como resultado que se complementan aún más con el tema. Utilizando nuevos métodos audiovisuales recientes para la elaboración de mensajes, que cumplan con las expectativas que el usuario está acostumbrado a visualizar cotidianamente en la televisión.

Sin embargo, existe una falta de procesos de comunicación, como el bajo nivel para poder captar los mensajes que los emisores mandan a su público. Esto es porque a veces no se tiene un buen manejo de enfoque al dar un anuncio o aviso, involucra también el no ser específicos con los contenidos y dejando suelta la idea.

Según I. Prants, J. (2014) indica que “un mensaje audiovisual tiene dos diferentes percepciones que deben estimularse, ya que una actúa en la otra y la modifica, por ello al momento de escuchar no se interpreta lo mismo que al poder visualizarlo. Sin embargo, en circunstancias el oído parece más lento que la vista”.(p. 122)

Una excelente composición, logra organizar los elementos de forma coherente a fin de producir un mensaje concreto facilitando su comprensión. De igual manera, una pésima composición, dificulta la comprensión e incluso puede suprimir el propósito del mensaje.

En seguida se definirá las dimensiones con sus respectivos indicadores

Comprensión del mensaje audiovisual

Según Pereira (2015) indica que para una favorable comprensión del mensaje audiovisual el individuo debe tener facilidad de una lectura de audio y video, de igual manera sucede en el lenguaje escrito, creando un anexo entre, el emisor-director, receptor-audiente y el texto-mensaje icónico- sonoro.(p. 32). No obstante, esto implica interpretar y traducir lo que alguien ha mencionado teniendo en cuenta la calidad y riqueza del emisor.

En este contexto, se manifiesta la competencia de los espectadores para comprender y conservar la información, teniendo en cuenta una serie de elementos y recursos. Por ende, la imagen y sonido que se utiliza para transmitir sensación o ideas debe ser ajustada a la capacidad del sujeto.

Los indicadores de la dimensión Comprensión del mensaje audiovisual son:

Inmediatez

Según Aguiar y Farray (2005) manifiestan que este término se basa en la idea de rapidez, que envuelve al ser humano y en muchos de los casos lo sobrepasa. No solo la persona se traslada a gran velocidad, sino que también puede obtener información en el momento deseado". (p.95)

Por lo tanto, esto origina que los ciudadanos perciban y adquieran otra dimensión de la época, por ende, se consiga multiplicar los conocimientos. Es importante entonces destacar la contribución y sensibilización de las futuras generaciones con relación a los medios digitales.

Accesibilidad

Según, Aragall (2012) explica que en este punto que el audiente puede adquirir la información que requiere, en el entorno donde se pueda encontrar, para

esto se debe de acabar con los inconvenientes que puede tener el público con las limitaciones de su alrededor. (p.25)

Todos tenemos muy en claro que los medios audiovisuales aportan demasiado para recabar información y de igual manera para el entretenimiento, por ello la accesibilidad a las plataformas no debe ser minimizada.

Asimismo, el acceso de la información es indispensable, permitiendo la difusión masiva de un producto o contenido multimedia, el cual pueda ser alcanzado y consumido por el mayor número de personas posibles.

Comunicación Digital

Según, Scolari (2008), afirma que “se tiene la necesidad de organizar nuevas teorías que aportan a nuevas dimensiones para así tener una mejor comprensión de los procedimientos y fenómenos para resaltar las diferentes tecnologías digitales en el mundo contemporáneo, ya que constituyen todo un sistema comunicacional que aporta en las prácticas para los usuarios”. (p. 31)

Por lo que esto, va hacer más comfortable de frecuentes actualizaciones; se da un feedback con los usuarios, adjuntando todo tipo de formatos multimedia, ya que de esta manera se hace más comprensible y atractivo la manera de buscar información, que también se maneja con el uso adecuado de imágenes y sonidos; la comunicación se da en cualquier lugar ya que podemos usarla en todo momento realizando una favorable comunicación.

Digitalización de la información

Según Gonzáles de la Garza. (2008) define que “es el procedimiento de la evolución de la información analógica a un formato digital apta para ser almacenada, buscada y manipulada por el individuo”. (p.128)

Así mismo, el inicio de los materiales digitalizados se dio debido a la necesidad del ciudadano por guardar, preservar y difundir todo tipo de información.

Por ello, cualquier usuario que pretenda acceder a un contenido audiovisual determinado debe ser capaz de encontrarlo de manera fácil.

Los indicadores de la dimensión Digitalización de la información son:

Alfabetización de la información

Según Abad (2012) considera que “esta terminación es el conocimiento de las propias necesidades de la comunicación y de las capacidades para identificar, ubicar, determinar, organizar, inventar, aplicar y comunicar con efectividad”. (p.23)

Dicho de otro modo, una persona alfabetizada con los medios digitales es capaz de resolver adecuadamente cualquier problema en la actualidad.

Según Gilchrist, A (2018) manifiesta que “la alfabetización de la información es el conjunto de habilidades que educa a los individuos para reconocer la escasez de información, adquiriendo la competencia de localizar, determinar y emplear de manera eficaz”. (p.11)

Por lo tanto, una persona alfabetizada en información tiene la capacidad de razonar de forma crítica, estableciendo juicios ecuanimes sobre cualquier tipo de información encontrada.

Cibercultura

Según Rojas, J; Salazar, J (2012) define que “esta expresión es la cultura originada en torno a las nuevas tecnologías de la información, está también contiene la subcultura de algunos cibernautas, siendo solo una fracción mínima del conjunto de cultura digital”. (p. 20)

Por ello esta instrucción digitalizada ayuda a entender la dinámica que manifiesta el Internet, ya que es un sistema en el que se expresa los requisitos de las sociedades buscando la innovación.

Según Mazzetti, C; Emmanuelli, P; Martínez, A (2017) expresa que la cibercultura de la información es la cultura que nace del uso de las computadoras y las modernas ciencias de la comunicación, para los procesamientos comunicacionales y el entretenimiento. (p. 11)

Cabe destacar que la tecnología de la comunicación ha originado una gran transformación en la forma de acceder y transmitir la información, ocasionando nuevos desarrollos políticos, sociales y económicos.

Iconografía

Según García (2008) define “que es una especialidad que se ocupa del estudio, la clasificación, la explicación y el análisis de las imágenes generando información en contenidos multimedia, así como sus atributos y simbología”. (p. 21)

Por ende, las tecnologías de la comunicación nos orientan a un interés progresivo por lo iconográfico en una cultura únicamente visual, asimismo los materiales digitales incluyen sonido, video y signos alfanuméricos, creando la mezcla de palabras, iconos y figuras.

Comunicación Audiovisual

Según, Marfil (2016) “manifiesta que es la transmisión de mensajes que incluyen audio y video, el cual se desarrolla a través de medios tecnológicos, que componen imágenes de diferentes tipos y elementos sonoros”. (p.14)

Es decir, las figuras difundidas pueden cambiar y ser abstractas, figurativas o simbólicas. Por otro lado, el componente auditivo varía entre música, sonidos, silencios o diversos ruidos.

Debemos explicar también en este punto que la comunicación audiovisual es apreciada por ser una de las teorías más extensas del mensaje, ya que tiene como objeto a los materiales audiovisuales, vinculados entre sí.

Los indicadores de la dimensión Comunicación Audiovisual son:

Lenguaje audiovisual

Según Sullivan (1999) define “ que es la mezcla de sonidos, efectos, música e imágenes en movimiento, los cuales transmiten sensaciones e ideas, adaptándose a la capacidad de comprensión de cada individuo”. (p. 124)

El lenguaje audiovisual es la base que constituye el medio televisivo y cinematográfico, fundamental para la producción de cada una de sus elaboraciones. La audiovisualidad de los mensajes aporta características de esta lengua, como la edición, sonido y fotografía. Mientras que los componentes constitutivos son el conjunto sonoro y las figuras estructuradas por medio del montaje.

Lenguaje sonoro

Según Álvarez (2006) define “como la expresión auditiva que realiza la transmisión de mensajes a través de señales u ondas acústicas comprensibles para el humano, el cual se compone esencialmente de la voz, los efectos sonoros, la música y el silencio. Por ende, tiene una influyente función de control sobre la atención de cada individuo”. (p. 80)

Con el fin de que los espectadores puedan comprender y visualizar todo aquello que se manifiesta a través del formato de audio, pretendiendo comunicar un mensaje, con mayor objetividad en la recepción.

Lenguaje visual

Según Gómez (1983) “es un sistema de comunicación que emplea las imágenes como medio de manifestación, es decir transmite y provoca un mensaje en el receptor” (p.20).

Por ello, este tipo de lenguaje comunicativo tiene relación con el cerebro, interpretando todo lo que se percibe a través de los ojos, por ende, esta lengua se establece mediante las imágenes.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

La investigación fue de tipo aplicada, según Rodríguez (2005) es el análisis en el cual el problema está fundamentado y es de conocimiento por el indagador, por lo que emplea una exploración dando así una solución a problemas específicos.

En ese sentido, aporta nuevos conocimientos sobre la apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima - 2020, con la finalidad de que sirva de soporte en investigaciones futuras.

3.1.2. Diseño de investigación:

El diseño escogido fue no experimental, así lo definen Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que “las investigaciones con diseño no experimental, se desarrolló sin la adulteración intencional de una variable. Analizane investigan los fenómenos y los acontecimientos de la realidad en una circunstancia dada”. (p. 149)

En consecuencia, tuvo un diseño no experimental dado que la variable mensaje audiovisual no será manipulado bajo ninguna circunstancia.

El trabajo se desarrolló con un cohorte transversal, así lo explica Hernández, Fernández y Baptista (2010), es la manera que se recolecto los datos ya que sólo se describe la variable en un tiempo y espacio determinado.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) expresaron que:

El enfoque cuantitativo es aquel que emplea la recopilación de información mediante un instrumento previamente establecido, el cual recolecta, procesa y analiza datos numéricos relacionado a las variables investigadas y que además aplica la objetividad, en otras palabras es el estudio de la realidad sin tomar en cuenta la percepción o juicio del investigador. (p.5)

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifestaron que:

El nivel descriptivo indaga, explica y analiza las características o particularidades propios de un fenómeno, como por ejemplo puede exponer el porcentaje de un número establecido de integrantes que representan una peculiaridad dentro de la investigación, la medida de puntaje de un test propio de un conjunto de personas, o las cifras de hombres y mujeres que obtienen un servicio o producto específico. (p.153)

3.2. Variables y operacionalización:

El proyecto explicó la variable dependiente siendo el mensaje audiovisual. A continuación, se presentó la variable independiente que es la apreciación la cual tiene relación con la variable dependiente ya que esta tiene modificación entorno a las capacidades de acuerdo al objeto de estudio que son los estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima - 2020.

3.2.1. Variable:

Variable: Mensaje audiovisual

Definición conceptual: Demetrio (2011) argumenta que el “mensaje audiovisual es un discurso, al mismo tiempo es huella y producción estética. Y esta última categoría no debe descuidarse, puesto que el método con el que desea cautivar al espectador debe ser apreciada”. (p. 37)

Definición operacional: Por ello, se mencionó que el mensaje audiovisual, se divide en la comprensión al visualizar alguna información, resaltando la digitalización de la información, dando así una buena comunicación audiovisual. La variable fue medida a través del instrumento el cuestionario en Escala de Likerty la técnica de recaudación de información mediante una encuesta estructurada de 18 ítems.

3.2.2. Indicadores

Los indicadores nos permitirán medir las características de la variable.

A continuación, se mencionará cada dimensión con sus respectivos indicadores.

Comprensión del mensaje audiovisual

Inmediatez, accesibilidad, comunicación digital

Digitalización de la información

Alfabetización de la información, cibercultura, iconografía

Comunicación Audiovisual

Lenguaje audiovisual, lenguaje sonoro, lenguaje visual

3.2.3. Escala de medición

La escala de medición utilizada es la escala de Likert ya que nuestro cuestionario contiene preguntas precisas y de opción múltiple que pueden ser contestadas con facilidad.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Según Icart, Fuenteslsaz y Pulpón (2006) manifiestan que “la población es un conjunto de individuos, animales u elementos que se desea entender en una investigación. Además, estos deben reunir determinadas características. En el campo de la comunicación se dan mediante notas de prensa, documentales, filmes y contenidos multimedia”. (p 55)

La investigación, la población estuvo conformada por 450 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima – 2020.

Tabla 1 Población

Población
450

Fuente: Propia

Es por ello, que, para ser parte de la muestra, se deben considerar los siguientes criterios:

3.3.1.1. Criterios de inclusión

Estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020.

Hombres y Mujeres de 22 años a 35 años de edad. Disposición de participar libremente en la encuesta.

3.3.1.2. Criterios de exclusión

Se excluyó a los alumnos de otras carreras y de otras universidades que no sean del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de los Olivos, Lima-2020.

Hombres y mujeres entre 18 años a 21 años de edad.

Tabla 2 Por rango de edad

Género	Rango de edad
Varones	18 a 21 años
Mujeres	18 a 21 años

Fuente: Propia

3.3.2. Muestra:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) expresan que “la muestra es una parte de la población con la cual se reunirá información, que se limitará con exactitud, por ende, deberá ser parte representativa de dicha población” (p.60).

En la siguiente investigación, la muestra se manifestó con un margen de confianza de 97,5% y con un límite de error de +- 3%, se tuvo como desenlace un porcentaje de los estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima - 2020. Por lo tanto, se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de Muestra} = \frac{Z^2 * (p) * (1-p)}{c^2}$$

En dónde:

- **Z** = Nivel de confianza (95% o 99%)
- **p** = .5
- **c** = Margen de error (.04 = ±4)

Por lo tanto, de acuerdo con el resultado la muestra es de 137 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima - 2020.

Tabla 3 Muestra

Muestra
137

Fuente: Propia

Tabla 4 Cantidad de estudiantes

Género	Cantidad
Varones	180
Mujeres	270

Fuente: Propia

3.3.3. Muestreo:

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) expresan que” está fórmula empleada para escoger a los componentes de la muestra del conjunto de la población. Se basa en un grupo de normas, métodos y pautas a través de los cuales se elige un compuesto de elementos que representan lo que acontece en dicha población “. (p 176)

El proyecto de investigación fue de muestra probabilística, ya que dicha población tuvo las mismas posibilidades de ser escogidos, por medio de una selección aleatoria simple. Dicha muestra estuvo conformada por 137 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima - 2020.

3.4. *Técnica e instrumentos de recolección de datos*

3.4.1. Técnicas

La encuesta es el método de investigación social más empleado y prestigioso. Por ello según Gómez (2006) manifiesta que, los medios de comunicación, las organizaciones públicas y privadas, y en definitiva casi cualquier entorno de conocimiento hace uso de las encuestas para producir y difundir información. (p.121)

En la siguiente investigación se utilizó como técnica para recolectar los datos la encuesta. Por lo tanto, se empleó un instrumento tipo cuestionario compuesto por 18 ítems de orientación interrogativa, donde la alternativa de respuesta corresponde a 5 niveles en Escala de Likert, siendo diseñado en formulario de Google con la finalidad de ser enviado a la muestra poblacional.

Tabla 5 Escala de Likert

5	4	3	2	1
SIEMPRE	CASI SIEMPRE	POCAS VECES	CASI NUNCA	NUNCA

Fuente: Propia

3.4.2. Instrumentos

El instrumento es el cuestionario de preguntas en Escala de Likert.

Según Martínez (2014) expresa que” los instrumentos son los métodos que utiliza el investigador para recolectar y guardar los datos.

Como los formularios, exámenes de conocimientos, (Likert, semántico y de Guttman); también pueden ser nóminas de chequeos, balances, agenda de campo, etc.”. (p.195)

3.4.3. Validez de Instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), expresa que: “la validez describe el grado del instrumento, el cual será empleado para que la investigación logre medir la variable que desea”.

La validez del siguiente trabajo de investigación fue medida por los juicios expertos del jurado. Por ello, se procedió a la validez del contenido de cada ítem a través del coeficiente “V” de Aiken, para lo cual se usó dicha fórmula:

$$V = \frac{\bar{X} - l}{k}$$

Dónde:

\bar{X} es la media de las calificaciones de los jueces en la muestra.

l es la calificación más baja posible.

k es el rango de los valores posibles de la escala Likert utilizada.

Tabla 6 Validez del instrumento

Expertos	Aplicable
Mg. Miguel Ángel Lazcano Díaz	0,89
Mg. Luna Victoria Cabrera Hilmer	0,89
Mg. Orbegoso Castillo Katherine	0,89

Fuente: Propia

Tabla 7 Coeficiente de V Aiken

Cuantitativo

Preguntas	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
ITEM 12	1	1	1	3	100%
ITEM 13	1	1	1	3	100%
ITEM 14	1	1	1	3	100%
ITEM 15	1	1	1	3	100%
ITEM 16	1	1	1	3	100%
ITEM 17	1	1	1	3	100%
ITEM 18	1	1	1	3	100%

Fuente: Propia

3.4.4. Confiabilidad del Instrumento

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que “el nivel de confiabilidad del instrumento de medición se determina mediante la prueba de Alfa de Cronbach, con el objetivo de precisar el grado de semejanza respecto a los ítems del instrumento de medición”. (p.141)

El instrumento utilizado en el estudio tuvo una confiabilidad favorable, por lo cual fue medido por el alfa de Cronbach y prueba piloto.

Al respecto, en cuanto al cálculo de la confiabilidad de Alfa de Cronbach para definir el rango de confianza y determinar si es aceptable o no su aplicación, esto se desarrolló mediante la ejecución de la prueba piloto en la muestra de 20 estudiantes con características similares a quienes cumplan con los criterios de inclusión, pero sin ser parte de esta, para lo cual se abordó la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{k-1} \left[\frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right]$$

De dónde:

S_i^2 es la varianza del reactivo i

S_t^2 es la varianza total i

K es el número de reactivos

Tabla 8 Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: Propia

La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 9 Resultado de Fiabilidad de Alfa de Cronbach

Resultado de Fiabilidad de Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,780	18
Elaboración propia	

Fuente: Propia

3.5. Procedimientos

Para la recopilación de información de la investigación se utilizó los medios digitales, como el chat Vía Messenger Facebook donde se procedió a solicitar la autorización de su información personal para que participen en la encuesta que fue desarrollada mediante el drive, el cual se facilitó un link, que fue compartido para adquirir los resultados de dicha encuesta ejecutada a 20 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima-2020, posteriormente la información recogida se transcribió a una tabla Excel para que posteriormente sean examinados de forma estadística en el programa SPSS versión 25.

3.6. Métodos de análisis de datos

De la misma manera, los datos recolectados sobre la investigación se trasladaron a un Excel el cual fue ejecutado en orden y así teniendo una clasificación fundamentada en los resultados adquiridos en las encuestas. Posteriormente, estos fueron analizados a partir de la estadística descriptiva y, para una mayor exactitud de la información, el software estadístico IBM SPSS Statistics V25.0 (español), cuyo procedimiento es: Analizar-Estadísticos descriptivos- Frecuencias y tablas de frecuencias.

3.6.1. Análisis de frecuencias

3.6.1.1. Moda

Según Gómez, V; Cano E (2017) dicha frecuencia se basa en la repetición de un valor dentro de un conjunto de datos. Hay muchas variables donde se pueden dar más de una moda basándose en una variable bimodal, trimodal, etc.

$$Mo = Li + C \left[\frac{d_1}{d_1 + d_2} \right]$$

3.6.1.2. Media

Según Gómez, V; Cano E (2017) la media es la forma en la cual se calcula de una forma muy práctica ya que se da a partir de las frecuencias de las diversas observaciones.

$$\frac{\sum_{x=i=1}^k f_i x_i}{n}$$

3.6.1.3. Mediana

Gómez, V; Cano E (2017) es un grupo de datos que se distribuye en dos partes con el mismo número de observaciones para cada individuo. Se calcula reorganizando los datos de menor a mayor y dando el valor de los dos promedios centrales.

$$Me = L_1 + \frac{\left(\frac{n}{2} - F_i\right)}{f_i}$$

3.7. Aspectos éticos:

La investigación se fundamentó en la beneficencia, autonomía y justicia, puesto que estuvo efectuado con totalidad de las normativas académicas, ofreciendo la confiabilidad y la franqueza de los resultados adquiridos durante el proceso de la investigación.

Asimismo, la investigación se estableció en el diseño determinado por la Universidad César Vallejo, en los fundamentos teóricos elaborados según el formato APA.

VI. RESULTADOS

Análisis Descriptivos

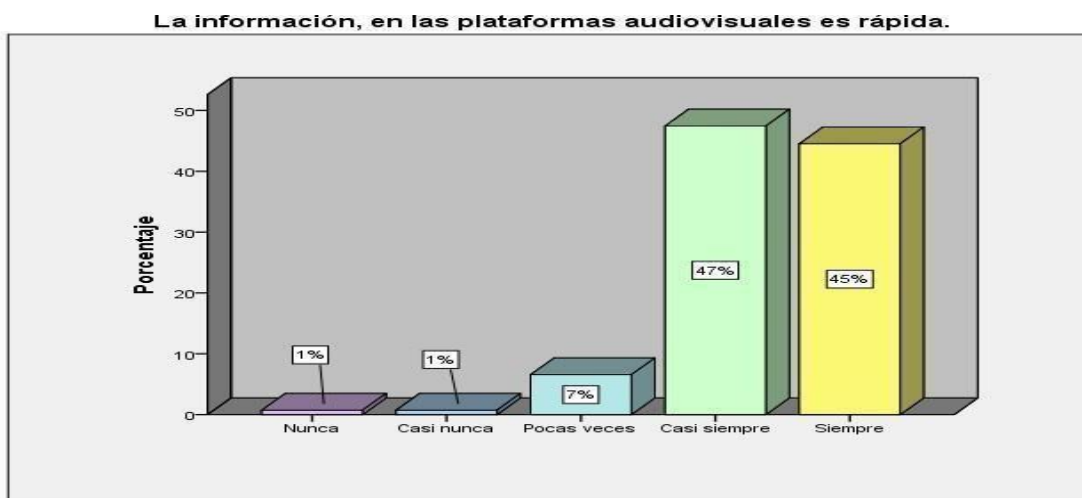
El capítulo manifestó los resultados procesados de la recopilación de información en 137 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, este proceso se realizó mediante encuesta online y contestación de cuestionario en escala de Likert de cinco alternativas de respuestas de 18 ítems, estos valores fueron recodificados según el nivel de apreciación correspondiente: alto, medio o bajo.

Tabla 10 Descripción de la información, en las plataformas audiovisuales es rápida.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	1
Casi nunca	1	1
Pocas veces	9	7
Casi siempre	65	47
Siempre	61	45
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 1 Frecuencia de la información, en las plataformas audiovisuales es rápida.



Fuente: Propia

Interpretación

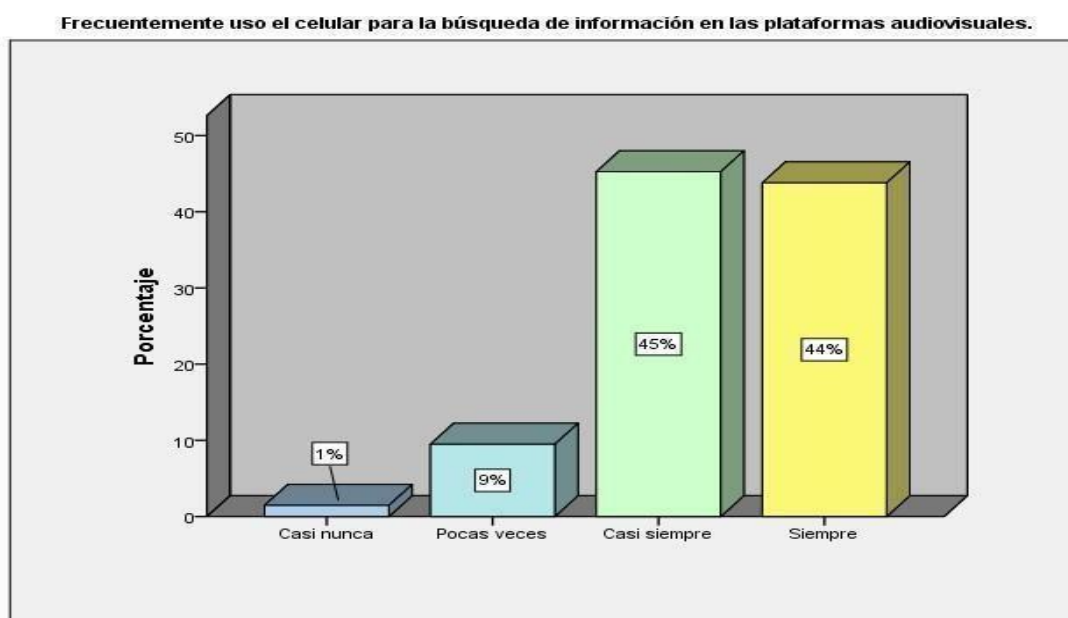
En la tabla 10 y gráfico 1 se observa que, respecto a la información, en las plataformas audiovisuales es rápida, el 1% presenta un nivel nunca, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 7% presenta un nivel pocas veces, el 47% presenta un nivel casi siempre y el 45% presenta un nivel siempre, en la información, en las plataformas audiovisuales es rápida.

Tabla 11 Descripción de frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	1
Pocas veces	13	9
Casi siempre	62	45
Siempre	60	44
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 2 Frecuencia frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales.



Fuente: Propia

Interpretación

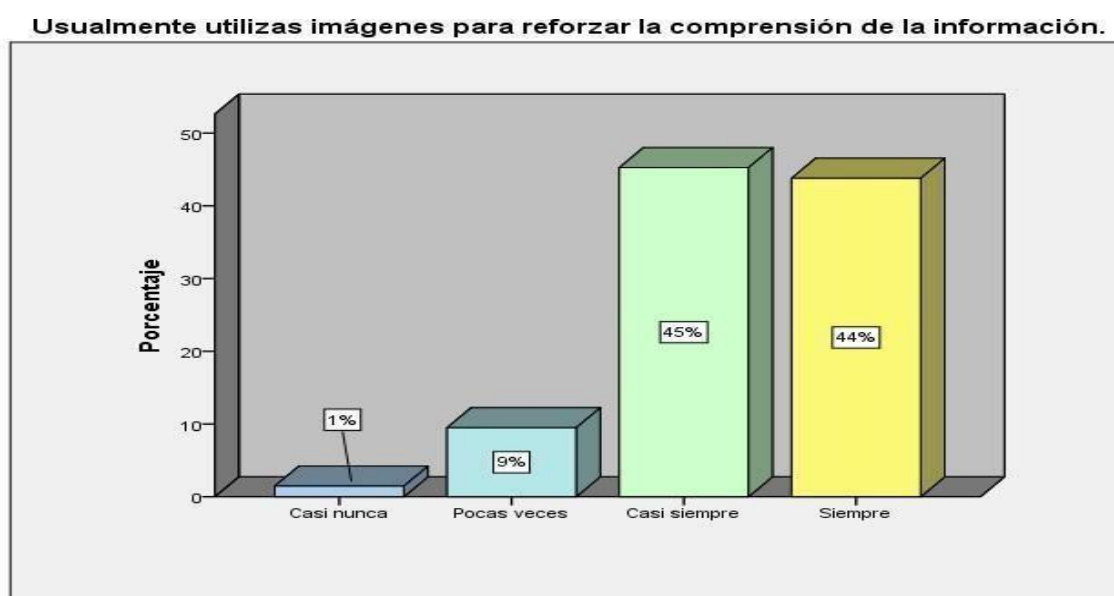
En la tabla 11 y gráfico 2 se observa que, respecto a frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 9% presenta un nivel pocas veces, el 45% presenta un nivel casi siempre y el 44% presenta un nivel siempre, en frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales.

Tabla 12 Descripción de usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	1
Pocas veces	13	9
Casi siempre	62	45
Siempre	60	44
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 3 Frecuencia usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información.



Fuente: Propia

Interpretación

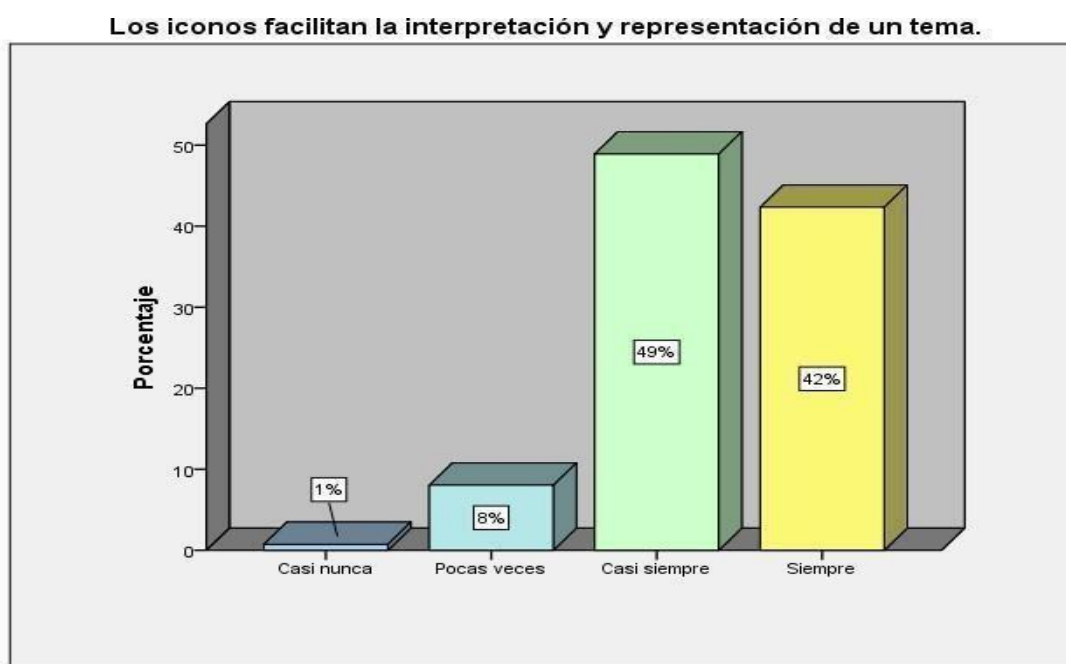
En la tabla 12 y gráfico 3 se observa que, respecto a usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 9% presenta un nivel pocas veces, el 45% presenta un nivel casi siempre y el 44% presenta un nivel siempre, en usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información.

Tabla 13 Descripción de los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	1
Pocas veces	11	8
Casi siempre	67	49
Siempre	58	42
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 4 Frecuencia los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.



Fuente: Propia

Interpretación

En la tabla 13 y gráfico 4 se observa que, respecto a los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 8% presenta un nivel pocas veces, el 49% presenta un nivel casi siempre y el 42% presenta un nivel siempre, en los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.

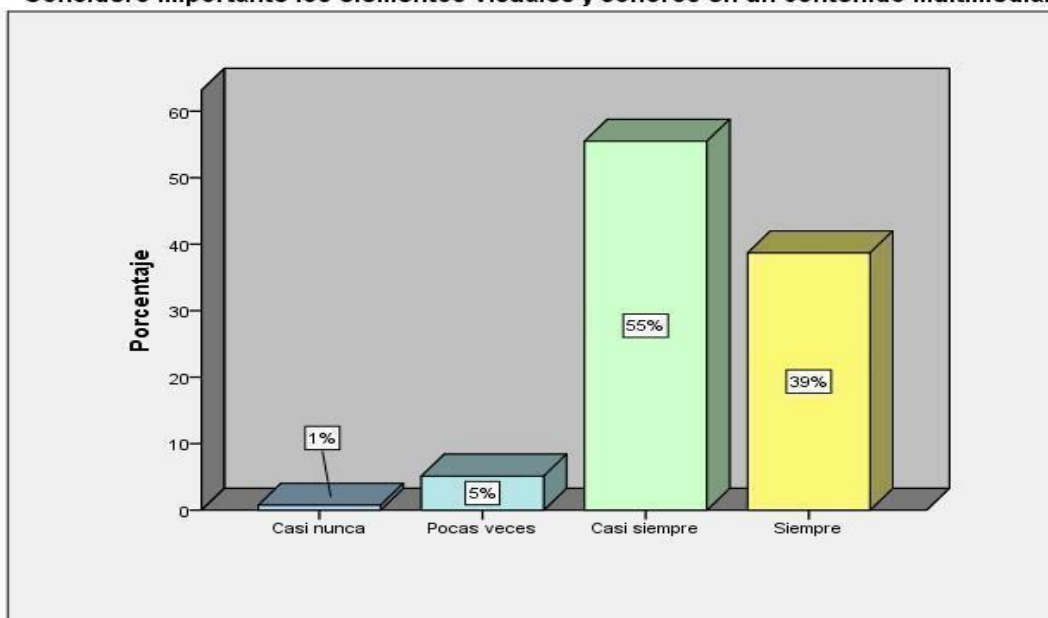
Tabla 14 Descripción de considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	1
Pocas veces	7	5
Casi siempre	76	55
Siempre	53	39
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 5 Frecuencia considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.

Considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.



Fuente: Propia

Interpretación

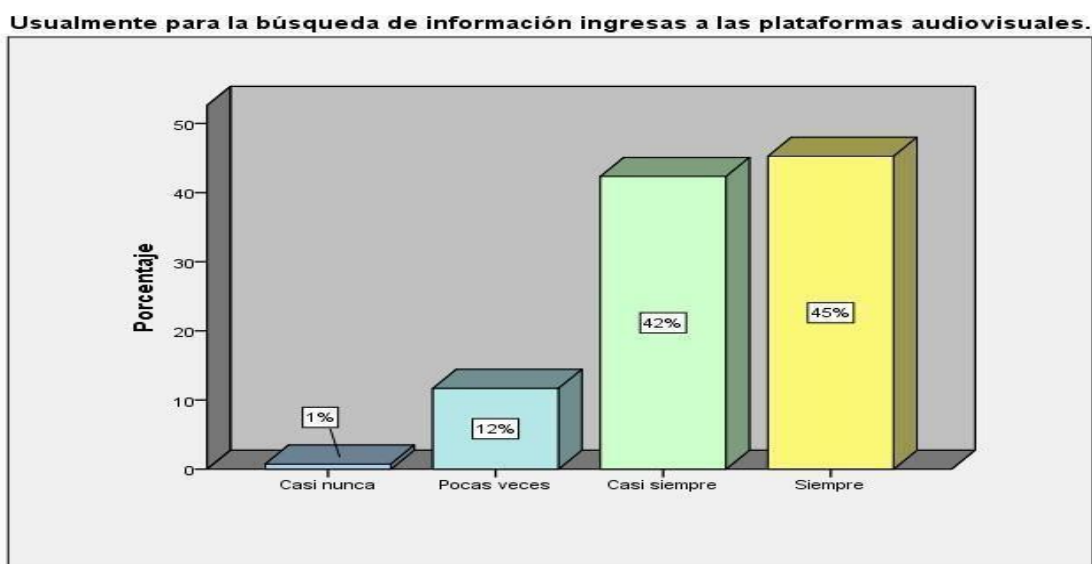
En la tabla 14 y gráfico 5 se observa que, respecto a considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 5% presenta un nivel pocas veces, el 55% presenta un nivel casi siempre y el 39% presenta un nivel siempre, en considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.

Tabla 15 Descripción de usualmente para la búsqueda de información ingresadas a las plataformas audiovisuales.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	1
Pocas veces	16	12
Casi siempre	58	42
Siempre	62	45
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 6 Frecuencia usualmente para la búsqueda de información ingresadas a las plataformas audiovisuales.



Fuente: Propia

Interpretación

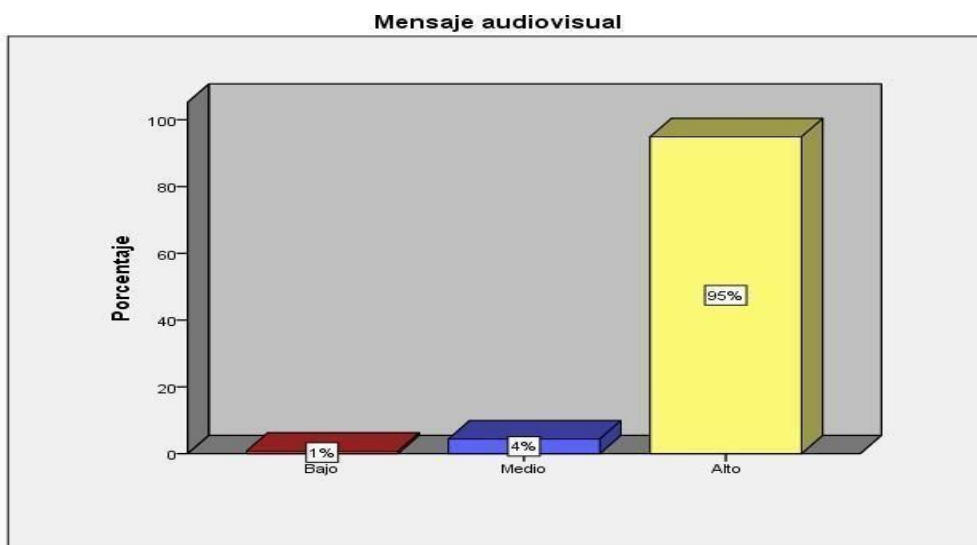
En la tabla 15 y gráfico 6 se observa que, respecto a considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia, el 1% presenta un nivel casi nunca, el 12% presenta un nivel pocas veces, el 42% presenta un nivel casi siempre y el 45% presenta un nivel siempre, en considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.

Tabla 16 Descripción identificar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	,7
Medio	6	4,4
Alto	130	94,9
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 7 Frecuencia de Mensaje Audiovisual



Fuente: Propia

Interpretación

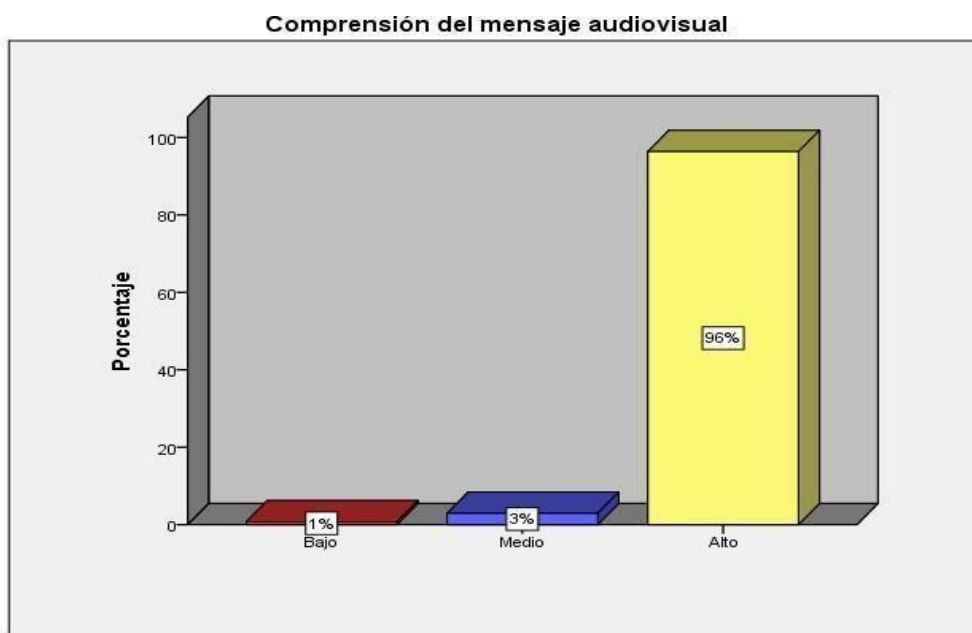
En la tabla 16; se aprecia que de la muestra encuestada (n=137) equivale al 100%, 130 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (94,9%) presentan un nivel alto de mensaje audiovisual, 6 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (4,4%) presentan un nivel medio de mensaje audiovisual y 1 estudiante del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (0,7%) presentan un nivel bajo de mensaje audiovisual.

Tabla 17 Descripción Identificar el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	7
Medio	4	2,9
Alto	132	96,4
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 8 Frecuencia Identificar el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.



Fuente: Propia

Interpretación:

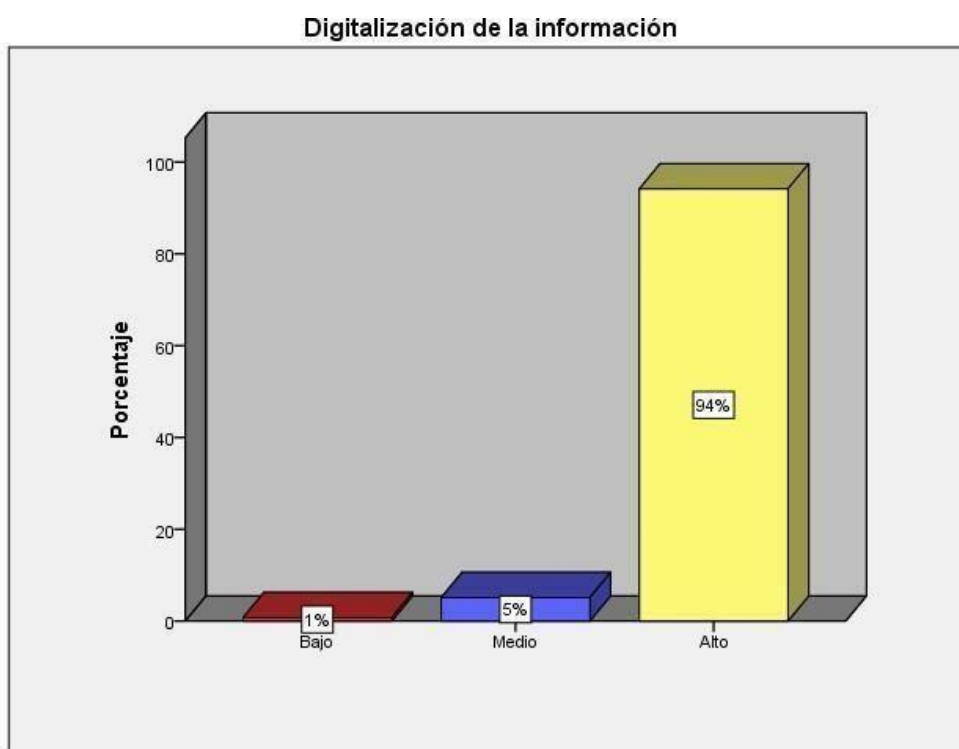
En la tabla 17; se aprecia que de la muestra encuestada ($n=137$) equivale al 100%, 132 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (96,4%) presentan un nivel alto de comprensión del mensaje audiovisual, 4 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (2,9%) presentan un nivel medio de comprensión del mensaje audiovisual y 1 estudiante del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (0,7%) presentan un nivel bajo de comprensión del mensaje audiovisual.

Tabla 18. Descripción identificar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	7
Medio	7	5,1
Alto	129	94,2
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 9 Frecuencia identificar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020.



Fuente: Propia

Interpretación

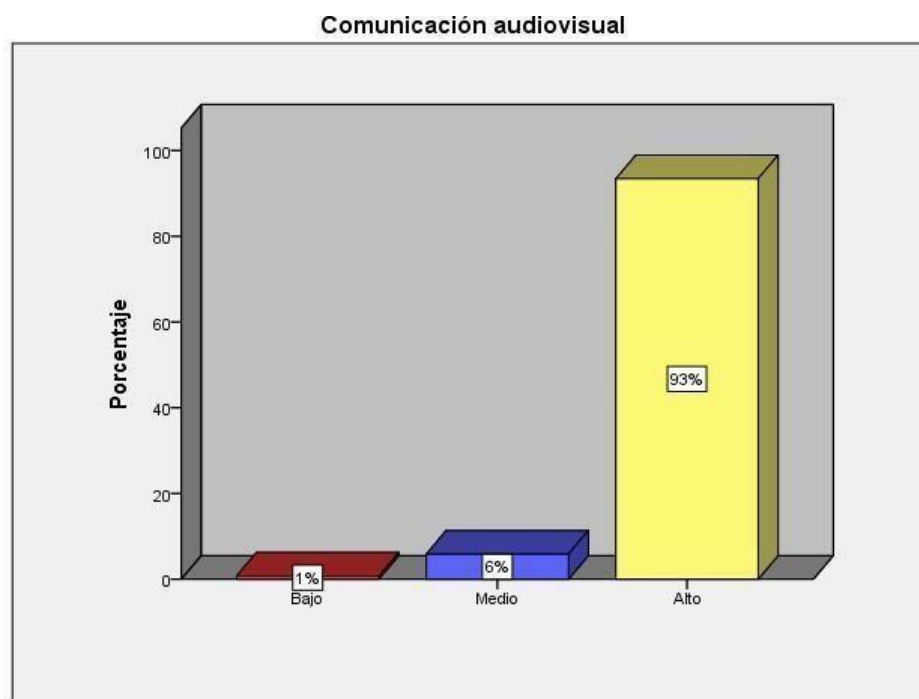
En la tabla 18; se aprecia que de la muestra encuestada (n=137) equivale al 100%, 129 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (94,2%) presentan un nivel alto de digitalización de la información, 7 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (5,1%) presentan un nivel medio de digitalización de la información y 1 estudiante del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (0,7%) presentan un nivel bajo de digitalización de la información.

Tabla 19 Descripción identificar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020.

Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	1	,7
Medio	8	5,8
Alto	128	93,4
Total	137	100,0

Fuente: Propia

Gráfico 10 Frecuencia identificar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020.



Fuente: Propia

Interpretación:

En la tabla 19; se aprecia que de la muestra encuestada ($n=137$) equivale al 100%, 128 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (93,4%) presentan un nivel alto de comunicación audiovisual, 8 estudiantes del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (5,8%) presentan un nivel medio de comunicación audiovisual y 1 estudiante del VII ciclo de la carrera Comunicación Audiovisual del turno noche de la Universidad Privada del Norte de Los Olivos, Lima (0,7%) presentan un nivel bajo de comunicación audiovisual.

DISCUSIÓN

Según el objetivo general, determinar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad- Lima,2020. Los resultados obtenidos en la tabla 16 se evidencia que el 94,9% de los encuestados presenta un nivel alto de apreciación del mensaje audiovisual, constatando que dicho documental está asociado a la comprensión del mensaje audiovisual, por lo tanto, se manifiesta una apreciación del mensaje audiovisual en los estudiantes, datos que al ser comparados con lo indagado por Christoffersson.E (2018) en su tesis titulada: “Designing virtual worlds for improvised performances”, quien concluyó que los hallazgos de la presente investigación da como resultado que los medios audiovisuales realzan los mensajes por ello al momento de usar todos los procesos multimedia hace que todos los conjuntos virtuales sean mejor optimizando un mejor acceso a los contenidos web, combinado componentes visuales, imágenes y musicales.

De igual forma el ser humano se encuentra impregnado en el mundo audiovisual, compuesto por mensajes, sonidos e imágenes, que emplea los dos sentidos de forma simultánea, (ver y escuchar), recolectando la apreciación que existe en la sociedad, esto se relaciona con lo planteado por Demetrio, E (2011) argumenta que el “mensaje audiovisual es un discurso, al mismo tiempo es huella y producción estética. Y esta última categoría no debe descuidarse, puesto que el método con el que desea cautivar al espectador debe ser apreciada”. En resumen, la coordinación entre el audio y el video favorece la comprensión de mensaje audiovisual.

En este punto es muy importante lo expresado por Rastreo, L. (2008) se refiere a la Teoría del Modelo de Shannon y Weaver, presenta a la comunicación como un procedimiento lineal y sencillo, teniendo relación a la transmisión de mensajes. Este modelo identifica y expresa tres niveles: describiendo la exactitud de cómo puede ser difundidos los mensajes en el proceso comunicativo, de igual forma también se cuestiona la precisión de la utilización de símbolos que emiten el

significado deseado, además se analiza los problemas de efectividad, detallando la influencia en el comportamiento del destinatario.

Es preciso señalar que este tipo de modelo es un procedimiento universal del lenguaje que se origina de una investigación, a través de un emisor, se difunde una señal, la cual navega mediante un canal, pero en el transcurso del trayecto puede ser interceptada por un mensaje.

Por ello la señal viaja por un canal, llegando a un destinatario que decodifica toda la información transformándola luego en un mensaje, que pasa por último a un receptor. Por consiguiente se llega a delimitar la manera más veloz y fiable de recopilar un mensaje, sin la aparición de algún ruido que dificulta su difusión.

De igual forma, el receptor debe entender la señal perfectamente; por ende el inconveniente es que aunque se encuentre un mismo código, pero esto no implica que el receptor va a comprender el concepto que el emisor le pretende entregar al mensaje. Por ello la codificación tiene relación en la modificación de ruidos o símbolos de las señales, como en el cifrado de mensajes para garantizar su confidencialidad.

Un concepto elemental de este modelo es que la abundancia de información encerrado en un mensaje es un valor exacto que se delimita y calcula. Por lo cual, este término no describe a la suma de información, sino a la posibilidad de que un mensaje, este adentro de un grupo de mensajes y sea percibido. En lo que respecta a la proporción de datos, el valor más elevado se le concede al mensaje que carece de oportunidades de ser percibido. Se sabe con seguridad que un mensaje va a ser recibido, su abundante información es nula.

Con respecto al objetivo específico 1, determinar el nivel de comprensión del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020. Los resultados adquiridos en la tabla 17 revelan que el 96,4% de los encuestados presentó un nivel alto de comprensión del mensaje audiovisual,

reflejando que una de las características del documental es poseer una capacidad y facilidad de lectura de audio y video, estos alcances se asocian con lo de Muriago, A (2017), en su tesis titulada: "Re-envisioning the Piano Recital: An Audiovisual Alternative, quiénes en su investigación concluyen que la mayoría de sonido a imagen en tiempo real, brinda un enfoque, visual que contribuye a nuestra comprensión e interpretación musical, entretenimiento, que ha luchado desde sus orígenes. Asimismo, mostrar una obra en formato audiovisual es dar a conocer de otra manera original la validez de los intérpretes y el público objetivo.

En tal sentido, se compagina con lo manifestado por Pereira (2015) indica que para una favorable comprensión del mensaje audiovisual el individuo debe tener facilidad de una lectura de audio y video, de igual manera sucede en el lenguaje escrito, creando un anexo entre, el emisor-director, receptor-audiente y el texto-mensaje icónico-sonoro. (p. 32)

Con respecto al objetivo específico 2, determinar el nivel de digitalización de la información en el mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020. Los resultados alcanzados en la tabla 18 manifiesta que el 94,2% presentó un nivel alto de digitalización de la información, expresando que la digitalización ayuda a mejorar la eficiencia de su proceso, calidad y facilita el intercambio de información, estos datos son respaldados por Meléndez, R. (2019) en su tesis titulada La implementación de la producción Audiovisual para informar los avances de la construcción de la línea 2 del metro de Lima y Callao entre los años 2017 y 2018, quién concluyó que las realizaciones de proyectos audiovisuales para empresa servicios públicos cada día está tomando más empoderamiento y resaltando para el apoyo de los ciudadanos, ofreciendo herramientas informativas con fácil acceso.

Por tal motivo, se confirma el planteamiento de Gonzáles de la Garza. (2008) define que "es el procedimiento de la evolución de la información analógica aún formato digital apta para ser almacenada , buscada y manipulada por el individuo".

Con respecto al objetivo específico 3, determinar el nivel de comunicación en el mensaje audiovisual de un documental de una universidad - Lima, 2020. Los resultados logrados en la tabla 19 indica que el 93,4% de los encuestados presentó un nivel alto de comunicación audiovisual, es apreciada por ser una de las teorías más extensas del mensaje, ya que tiene como objeto a los materiales audiovisuales, vinculados entre sí, por lo que se relaciona con lo propuesto por Cantos, R (2019), en su tesis titulada "Personaje de videojuego, la importancia del habla y el lenguaje en el proceso de diseño", quién concluyó que el uso de la narración, la interacción, con el uso de los contenidos multimedia y el uso frecuente de narración ficcional en publicidad, videojuegos tiene un buen manejo cotidiano, de esta manera transmitir un mejor mensaje que sea capaz de utilizar y transformar. Además, demostrar la importancia del lenguaje, o de las maneras de expresión, de un personaje que sea incluido en el diseño de plataforma multimedia.

Por consiguiente, la comunicación le otorga un valor significativo al mensaje audiovisual que se evidencia similitud con Marfil (2016) manifiesta que es la transmisión de mensajes que incluyen audio y video, el cual se desarrolla a través de medios tecnológicos, que componen imágenes de diferentes tipos y elementos sonoros.

Si bien es cierto, resultó indispensable llevar a cabo esta investigación ya que cuestionó y afrontó lo importante que ha sido su resultado al describir cómo se muestran dichos mensajes audiovisuales en base a los criterios éticos de la comunicación audiovisual.

Además, a nivel práctico, contribuyó a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, consiguiendo detallar la apreciación del mensaje audiovisual en el documental "No soy mentira", que se ha desempeñado en la especialidad de Audiovisual para que tengan un conocimiento de lo importante que es el mensaje audiovisual para el mundo digital.

CONCLUSIONES

Primero: Del objetivo general, nivel de mensaje audiovisual se estableció que el 0,7% de los estudiantes indicó que el nivel de mensaje audiovisual, fue bajo para el 4,4% un nivel medio y finalmente, el 94,9% señalan que el nivel es alto. Se concluye que la mayoría de encuestados ubican el nivel de mensaje audiovisual en un rango alto, es decir que los mensajes audiovisuales en un documental son de suma importancia para el usuario que visualice el documental.

Segundo: Del primer objetivo específico, comprensión del mensaje audiovisual, se estableció que el 0.7% de los estudiantes indicó que el nivel de comprensión audiovisual es bajo, el 2,9% ubica en un nivel medio y finalmente, el 96,4% de encuestados señalan que su comprensión es alta. Finaliza que la mayoría de los estudiantes ubican el nivel de comprensión del mensaje audiovisual en un rango alto, es decir constituyen un nivel mayor de conceptualización en la percepción de la realidad.

Tercero: Del segundo objetivo específico, digitalización de la información se estableció que para el 0,7% de los estudiantes el nivel digitalización de la información de mensaje audiovisual es bajo, el 5,1% de los encuestados se ubica en un nivel medio, y finalmente, el 94,2% señalan que la digitalización de la información es alta. Concluye que la mayoría de los estudiantes ubican el nivel de digitalización de la información de mensaje audiovisual en un nivel alto, es decir el audio y video permite la visualización inmediata del producto multimedia, siendo accesible a varios individuos en tiempo real.

Cuarto: Del tercer objetivo específico, comunicación audiovisual, el 0,7% de los estudiantes indicó que el nivel comunicación audiovisual de mensaje audiovisual es bajo, el 5,8% se ubicó en un nivel medio, y finalmente, el 93,4% de encuestados señalan que su comunicación audiovisual es alta. Se concluye que la mayoría de los estudiantes ubican el nivel de comunicación audiovisual de mensaje audiovisual en un nivel alto, es decir la interacción entre la persona que va a recibir el mensaje se basa en primer lugar en la mirada y la observación.

RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda a los estudiantes de las diferentes universidades, desarrollar con frecuencia los productos audiovisuales, destacando que la comunicación audiovisual no es solo para investigar sino para emitir emociones a las diferentes audiencias mediante las múltiples plataformas digitales, ofreciendo una propuesta integral e innovadora.

Segundo: Con relación a la comprensión del mensaje audiovisual se ubica en un nivel alto, generando esto mayor comprensión y análisis de los contenidos presentados en la sociedad, se recomienda a los estudiantes que tengan mayor realidad y capacidad de incorporar elementos atractivos y motivacionales, ya que al momento que visualicen un documental deben de desarrollar la imaginación ya que de esta manera ellos mismo podrán ser los protagonistas.

Tercero: Se recomienda con respecto a la digitalización de la información, generar la accesibilidad ya que de esta manera aumenta el intercambio de información en el mundo, ayudando a reinventar los procedimientos, por ello la información que esta digitalizada puede ser transformada y manejada para otros fines.

Cuarto: Sobre la comunicación audiovisual ayuda a completar el valor didáctico del lenguaje escrito y oral, por ende, se recomienda poner a disposición de los alumnos las últimas tecnologías y novedades en el mundo audiovisual para promover la innovación y la experimentación en la disciplina.

REFERENCIAS

- Abad, L (2012). Alfabetización mediática para la e-inclusión de personas mayores. (pp.23). Editorial: Dykinson S.L
<https://books.google.com.pe/books?id=dJwnDwAAQBAJ&lpg=PA151&dq=Alfabetizaci%C3%B3n%20de%20la%20informaci%C3%B3n&pg=PA151#v=onepage&q=Alfabetizaci%C3%B3n%20de%20la%20informaci%C3%B3n&f=false>
- Aguiar, M y Farray, T (2005) . Un nuevo sujeto para la sociedad de la Información. Editorial: Combyte 2004
<https://books.google.com.pe/books?id=uev8a8fbBVYC&lpg=PA89&dq=INMEDIATEZ%20de%20la%20informaci%C3%B3n&pg=PA89#v=onepage&q=INMEDIATEZ%20de%20la%20informaci%C3%B3n&f=false>
- Álvarez, I (2006). Introducción a la Calidad. Aproximación a los sistemas de Gestión y Herramientas de Calidad. (pp 80). Editorial: S.L
<https://books.google.com.pe/books?id=Og6K9F8X8rUC&lpg=PA1&hl=es&pg=PA1#v=onepage&q&f=false>
- Aragall,F (2012). Universal Design: The HUMBLE Method for User-Centred Business. Editorial: Desings and Pantents.
[https://books.google.com.pe/books?id=U_WfCwAAQBAJ&lpg=PR4&dq=Aragall%20\(2012&pg=PR4#v=onepage&q=Aragall%20\(2012&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=U_WfCwAAQBAJ&lpg=PR4&dq=Aragall%20(2012&pg=PR4#v=onepage&q=Aragall%20(2012&f=false)
- Bernal, C (2006). Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda Edición (pp.104). Editorial: PEARSON Education de México.
[https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&lpg=PR1&dq=Bernal%20\(2006\)&pg=PR1#v=onepage&q=Bernal,%20\(2006\)&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&lpg=PR1&dq=Bernal%20(2006)&pg=PR1#v=onepage&q=Bernal,%20(2006)&f=false)

- Cabrera. (2019). Análisis de la narrativa audiovisual de la webserie “Las Misses Colombianas”.
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7091/38857.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo, A (2016). Los aportes de las formas narrativas y un nuevo lenguaje audiovisual en los programas de gastronomía en la televisión peruana (2011-2013). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima-Perú.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7455>
- Cantos, R (2019). Personaje de videojuego, la importancia del habla y el lenguaje en el proceso de diseño”. Universidad Carlos III de Madrid, España.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=254871>
- Codinah, M (2015). “El procedimiento informativo de la inmigración marroquí en la televisión: el caso de Salt”. Autónoma Barcelona.
<https://www.tesisenred.net/handle/10803/330924#page=4>
- Cueva. (2019). Valoración del lenguaje audiovisual de los videoclips de k- pop y la construcción de la identidad cultural en los adolescentes en Campo de Marte, Jesús María, 2019.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48592/Cueva_ACL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chacón. (2017). Percepción de los elementos morfológicos del lenguaje audiovisual de la serie Stranger Things por los trabajadores del BCP de las agencias del distrito de Los Olivos, 2017.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15478>

Christoffersson (2018). Designing virtual worlds for improvised performances.
Universidad Dalarna.

<http://du.diva-portal.org/smash/get/diva2:1255738/FULLTEXT01.pdf>

Demetrio, E (2011). Análisis fílmico y audiovisual. (pp37). Editorial: UOC

<https://books.google.com.pe/books?id=343B0eSL9okC&lpg=PA35&dq=compre%20del%20mensaje%20audiovisual&pg=PA35#v=onepage&q=compre%20del%20mensaje%20audiovisual&f=false>

García, R (2008). Iconografía e iconología / 1: La Historia del Arte como Historia cultural. (pp 21). Editorial: Casa del Libro.

<https://books.google.com.pe/books?id=XViLaLbOT64C&lpg=PA462&dq=iconografia%20visual&pg=PA462#v=onepage&q=iconografia%20visual&f=false>

Gómez, L (1983). Cómo organizar un curso de lenguaje de signos. (pp 20).
Ministerio de Educación y Ciencia.

<https://books.google.com.pe/books?id=44FpMAOdjzYC&lpg=PA20&dq=lenguaje%20visual&pg=PA20#v=onepage&q=lenguaje%20visual&f=false>

González de la Garza, L (2008). La Sociedad de la información en Europa. (pp128).
Editorial: REUS

<https://books.google.com.pe/books?id=Rr5UDwAAQBAJ&lpg=PA129&dq=digitalizaci%20de%20la%20informaci%20&pg=PA129#v=onepage&q=digitalizaci%20de%20la%20informaci%20&f=false>

Gilchrist, A (2018). Posverdad: una revisión esquemática de sus principales aspectos y de qué se está haciendo para combatirla. (pp 11). Revista De Sistemas De Información y Documentación. <https://ojs.ibersid.eu/index.php/ibersid/article/view/4601>

Gómez, M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. (1era edición). Editorial Brujas. <https://books.google.com.pe/books?id=9UDXP4U7aMC&pg=PA121&dq=metodo+de+ analisis+de+datos+cuantitativo&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwje7rnggrfsAhUDy1kKHfKdCeEQ6AEwBXoECAMQAg#v=onepage&q=metodo%20de%20 analisis%20de%20datos%20cuantitativo&f=false>

Guerra, R.y Larico, R.(2019). El lenguaje audiovisual y los medios de comunicación utilizados por la Plataforma educativa Aprendo en Casa, 2020. Universidad César Vallejo, Lima-Perú https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56323/Guerra_SRB-Larico_YRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ta edición). Mc Graw Hill Interamericana Editores. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Editorial: MC Graw Hill Education. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Icart, M., Fuenteisaz, C. y Pulpón, A. (2006). Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina. (1era edición). https://books.google.com.pe/books?id=5CWKWi3woi8C&pg=PA55&dq=poblacion+en+una+investigacion&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwj7srKpIZXsAhUOpFkKHW_tAacQ6AEwAnoECAEQAg#v=onepage&q=poblacion%20en%20una%20investigacion&f=false

I Prants, J. (2014) . Las pantallas y el cerebro emocional. (pp 122). Editorial, Gedisa S.A <https://books.google.com.pe/books?id=LjglBQAAQBAJ&lpg=PT160&dq=mensaje%20audiovisual&pg=PT4#v=onepage&q=mensaje%20audiovisual&f=false>

Loza, L (2020). La realización audiovisual por niños de 10 a 11 años y la generación de competencia mediática: El caso de la I.E. 0501 Monseñor Dámaso Lebergere (AH Cerro El Pino). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima-Perú. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/12707>

Marfil, R (2016) Educación artística y comunicación audiovisual espacios comunes. (pp 14). Granada: Universidad de Granada. <http://hdl.handle.net/10481/41360>

Martínez, C. y Galán, A. (2014). Técnicas e instrumentos de recogida y análisis de datos. <https://books.google.com.pe/books?id=iiTHAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+un+instrumento+de+investigacion&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwi6iOeiy9DtAhXwgAKHeErDrkQ6AEwA3oECAUQAg#v=onepage&q&f=false>

- Mazzetti, C; Emmanuelli, P; Martínez, A (2017) Tecnología y muerte. Supervivencia post-mortem en la era de las redes sociales. (pp.11). Revista Latina de Comunicación Social. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1215/65en.html>
- Meléndez, R (2019). La implementación de la producción Audiovisual para informar los avances de la construcción de la línea 2 del metro de Lima y Callao entre los años 2017 y 2018. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima-Perú. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9298/1/2019_Melendez-Zamudio.pdf
- Moguillansky, M. Molfetta, A. y Santagada, M. (2010). Teorías y prácticas audiovisuales. Actas del primer congreso internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual. (pp.462). Editorial: ASAECA. <https://books.google.com.pe/books?id=eOdTIToJrP0C&lpg=PP1&dq=teorias%20y%20practicas%20audiovisuales&pg=PP1#v=onepage&q=teorias%20y%20practicas%20audiovisuales&f=false>
- Muriago, A (2017). "Re-envisioning the Piano Recital: An Audiovisual Alternative". Universidad de Hartford. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/1910114666.html?FMT=AI>
- Padilla, E. (2016). Nivel de Percepción de las principales características de narrativa audiovisual del programa América Noticias edición central en los estudiantes de la carrera de periodismo del 7mo y 8vo ciclo de la Universidad Jaime Bausate y Meza, 2016. <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/2059/PadillaEGR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pereira, Y (2015). Dramaturgia informativa en los caminos de Impacto. Estudio sobre la construcción dramática de la revista informativa Impacto en sus

salidas al aire. (p 32). Revista: Impacto.

<https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/3713>

Piaget J. (1999). El estructuralismo. Publicaciones Cruz O.S.A

<https://books.google.com.pe/books?id=Ca3fdvwKpkMC&lpg=PA92&dq=ESTRUCTURALISMO%20LEVI%20STRAUSS&pg=PA92#v=onepage&q=ESTRUCTURALISMO%20LEVI%20STRAUSS&f=false>

Piasecki, k (2017). Analyzing Organizational mission statement efficacy comparing narrative and non-narrative audiovisual and textual transmission.

Universidad Estatal de Cleveland.

https://etd.ohiolink.edu/rws_etd/send_file/send?accession=csu1505817556324649&disposition=inline

Rastreo, L. (2008). Teorías sistemáticas de la Comunicación. Revista Mad,

<https://www.redalyc.org/pdf/3112/311252754001.pdf>

Ramírez. (2014). Análisis de la Narrativa Audiovisual de la serie web 'déjà vu' .

http://biblioteca.upbbga.edu.co/docs/digital_28575.pdf

Rodríguez, E (2017). Tratamiento de la narrativa audiovisual en la producción de videos musicales wara-producciones año 2016. Universidad Nacional del Altiplano, Puno- Perú. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/6132>

Rodríguez, E. (2005). Metodología de la investigación. La creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesionalista de éxito. (5ta edición).

<https://books.google.com.pe/books?id=r4yrEW9Jhe0C&pg=PA23&dq=TIPO+DE+INVESTIGACION+APLICADA&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwif7s2prKHsAhUv2FkKHV7DuwQ6AEwAXoECAAQAq#v=onepage&q=TIPO%20DE%20INVESTIGACION%20APLICADA&f=true>

Rojas, J; Salazar, J (2012). Cibercultura: una forma contemporánea 1 de comunicación multimedia. (pp 20). Revista Colombiana de Humanidades. <https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551761008.pdf>

Sánchez, M (2016) Alfabetización simultánea: Lenguaje verbal y audiovisual en las clases de lengua en la E.S.O. Universidad de Barcelona <https://www.tesisenred.net/handle/10803/393963#page=26>

Scolari ,C (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. (pp 31) <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4691681>

Sullivan, J (1999). La búsqueda del misterio trascendente en los medios de masas. (pp 124). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. https://books.google.com.pe/books?id=d6IHZZ2_BNUC&lpq=PA124&dq=lenguaje%20audiovisual&pg=PA124#v=onepage&q=lenguaje%20audiovisual&f=false

ANEXOS

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

Variable: Mensaje Audiovisual

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ÍTEM S
Mensaje Audiovisual	<p>“El mensaje audiovisual es discurso, al mismo tiempo es huella y producción estética. Y esta última categoría no debe descuidarse, puesto que el método con el que desea cautivar al espectador debe ser apreciada[...]” Demetrio, E. (2011 p.37)</p>	<p>Por ello, se puede decir que el mensaje audiovisual, se divide en la comprensión al visualizar alguna información, resaltando la digitalización de la información, dando así una buena comunicación audiovisual.</p>	Comprensión del mensaje audiovisual	Inmediatez del mensaje audiovisual	CUESTIONARIO	1- 2
				Accesibilidad del mensaje audiovisual		3-4
				Comunicación Digital		5-6
			Digitalización información	Alfabetización de la información		7-8
				Cibercultura de la información		9-10
				Iconografía visual de la información		11-12
			Comunicación Audiovisual	Lenguaje Audiovisual		13-14
				Lenguaje Sonoro		15-16
				Lenguaje Visual		17-18

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

CUESTIONARIO

Es muy grato presentarnos ante usted, la suscrita alumna **Ocaña López Viviana Deysi** con código de matrícula 6700296066 y la suscrita alumna **Ortega Lozano Brigitte Ingrid** con código de matrícula 7001005172 de la Universidad César Vallejo campus Lima Norte con mención en Ciencias de la Comunicación. La presente encuesta forma parte de la tesis titulada **Apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes del VII ciclo de una Universidad de Los Olivos, Lima – 2020** el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá en absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente

ESCALA AUTOVALORATIVA

Siempre (S) = 5

Casi Siempre (CS) = 4

A veces (AV) = 3

Casi Nunca (CN) = 2

Nunca (N) = 1

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS	Apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:	Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea
AUTOR(ES):	Lozano Ortega, Briggitte y Ocaña López, Viviana

PROBLEMAS	OBJETIVOS	Variable	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo general				
¿Cuál es el nivel de apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020?	Identificar el nivel de apreciación del mensaje audiovisual del documental “No soy mentira” en estudiantes del VII ciclo de una Universidad de Los Olivos, Lima - 2020.	Mensaje Audiovisual	Comprensión del mensaje audiovisual Digitalización de la información Comunicación Audiovisual	Inmediatez del mensaje audiovisual Accesibilidad del mensaje audiovisual Comunicación Digital Alfabetización de la información Cibercultura de la información. Iconografía visual de la información Lenguaje Audiovisual Lenguaje Sonoro Lenguaje Visual	Enfoque: Cuantitativo Nivel: Tipo: Aplicada Diseño: No experimental Unidad de análisis: estudiantes del VII ciclo de una Universidad de Los Olivos, Lima - 2020.

ENCUESTA

Instrucciones

A continuación, en cada enunciado solo marque una alternativa mediante un aspa (X).

Recuerde que no hay respuestas correctas e incorrectas. Gracias por su sinceridad en su opinión y colaboración.

N°	PREGUNTAS	5 SIEMPRE	4 CASI SIEMPR	3 POCAS VECES	2 CASI NUNCA	1 NUNCA
	Variable: Mensaje Audiovisual Dimensión 1: Comprensión del Mensaje					
1	Indicador 1.1: Inmediatez La información, en las plataformas audiovisuales es rápida.					
2	Considero importante la información					
3	Indicador 1.2: Accesibilidad Frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales.					
4	La accesibilidad de información es un recurso importante para diferentes aspectos de la vida: educación, entretenimiento, comercio, entre otros.					
5	Indicador 1.3: Comunicación Digital Considero necesario el uso de las nuevas tecnologías en el proceso de la comunicación.					
6	La comunicación digital facilita compartir información de un modo más rápido y eficaz.					
	Dimensión 2: Digitalización de la Información					
7	Indicador 2.1: Alfabetización La alfabetización digital permite desarrollar el pensamiento creativo y					
8	Considero importante las habilidades básicas de la informática para desarrollar tareas efectivas en un					
9	Indicador 2.2: Cibercultura Considero que la cibercultura ha influenciado las costumbres de los individuos					
10	La cibercultura permite la adaptación de los nuevos medios para la interacción de los usuarios					
11	Indicador 2.3: Iconografía Visual					

	Usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información.					
12	Los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.					
	Dimensión 3: Comunicación Audiovisual					
13	Indicador 3.1: Lenguaje Audiovisual Considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia.					
14	Usualmente para la búsqueda de información ingresas a las plataformas audiovisuales.					
15	Indicador 3.2: Lenguaje Sonoro La percepción sonora estimula la mente del oyente.					
16	Considera importante los elementos sonoros en el proceso de la comunicación.					
17	Indicador 3.3: Lenguaje Visual Habitualmente visualizas imágenes acompañada de textos.					
18	Considero importante la información visual encontrada en las plataformas audiovisuales.					

COEFICIENTE DE VALIDACIÓN CUANTITATIVO

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
ITEM 12	1	1	1	3	100%
ITEM 13	1	1	1	3	100%
ITEM 14	1	1	1	3	100%
ITEM 15	1	1	1	3	100%
ITEM 16	1	1	1	3	100%
ITEM 17	1	1	1	3	100%
ITEM 18	1	1	1	3	100%
					100%

Indicador 2.1: Alfabetización La alfabetización digital permite desarrollar el pensamiento creativo y crítico.			X				X				X		
Considero importante las habilidades básicas de la informática para desarrollar tareas efectivas en un ambiente digital			X				X				X		
Indicador 2.2: Cibercultura Considero que la cibercultura ha influenciado las costumbres de los individuos.			X				X				X		
La cibercultura permite la adaptación de los nuevos medios para la interacción de los usuarios			X				X				X		
Indicador 2.3: Iconografía Visual Usualmente utilizas imágenes para reforzar la comprensión de la información			X				X				X		
Los iconos facilitan la interpretación y representación de un tema.			X				X				X		
DIMENSION 2: Comunicación Audiovisual													
Indicador 3.1: Lenguaje Audiovisual Considero importante los elementos visuales y sonoros en un contenido multimedia			X				X				X		
Usualmente para la búsqueda de información ingresas a las plataformas audiovisuales			X				X				X		
Indicador 3.2: Lenguaje Sonoro La percepción sonora estimula la mente del oyente			X				X				X		
Considera importante los elementos sonoros en el proceso de la comunicación			X				X				X		
Indicador 3.3: Lenguaje Visual Habitualmente visualizas imágenes acompañada de textos.			X				X				X		
Considero importante la información del lenguaje visual encontrada en las plataformas audiovisuales.			X				X				X		

Firma del experto: Mg. Orbegoso Castillo, Katherine Janet

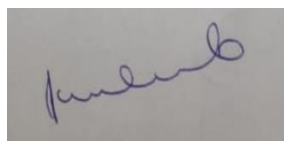


TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Luna Victoria Cabrera Hilmer

Título y/o Grado: Mg. Relaciones Públicas e Imagen Corporativa

Ph.D.....()	Doctor..... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique										
Universidad que labora: Universidad César Vallejo Fecha: 23/10/20														
TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN “Apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020”														
Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de Pertinencia, relevancia y Claridad. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus sugerencias.														
N°	VARIABLE 1: Mensaje Audiovisual	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Comprensión del mensaje Audiovisual													
	Indicador 1.1: Inmediatez La información, en las plataformas audiovisuales se dan de manera inmediata.			X				X				X		
	Considero importante la información encontrada en las plataformas audiovisuales			X				X				X		
	Indicador 1.2: Accesibilidad Frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales			X				X				X		
	La accesibilidad de información es un recurso importante para diferentes aspectos de la vida: educación, entretenimiento, comercio, entre otros.			X				X				X		
	Indicador 1.3: Comunicación Digital Considero necesario el uso de las nuevas tecnologías en el proceso de la comunicación			X				X				X		
	La comunicación digital facilita compartir información de un modo más rápido y eficaz			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Digitalización de la Información													
	Indicador 2.1: Alfabetización			X				X				X		

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Miguel Ángel Lazcano Díaz

Título y/o Grado: Mg. Relaciones Públicas

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

Universidad que labora: Universidad César Vallejo

Fecha: 23/10/20

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Apreciación del mensaje audiovisual de un documental en estudiantes de una universidad - Lima, 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de Pertinencia, relevancia y Claridad. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus sugerencias.

N°	VARIABLE 1: Mensaje Audiovisual	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSION 1: Comprensión del mensaje Audiovisual													
	Indicador 1.1: Inmediatez La información, en las plataformas audiovisuales se dan de manera inmediata.				X				X				X	
	Considero importante la información encontrada en las plataformas audiovisuales				X				X				X	
	Indicador 1.2: Accesibilidad Frecuentemente uso el celular para la búsqueda de información en las plataformas audiovisuales				X				X				X	
	La accesibilidad de información es un recurso importante para diferentes aspectos de la vida: educación, entretenimiento, comercio, entre otros.				X				X				X	
	Indicador 1.3: Comunicación Digital Considero necesario el uso de las nuevas tecnologías en el proceso de la comunicación				X				X				X	
	La comunicación digital facilita compartir información de un modo más rápido y eficaz				X				X				X	
	DIMENSIÓN 2: Digitalización de la Información													
	Indicador 2.1: Alfabetización				X				X				X	

OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE: MENSAJE AUDIOVISUAL

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S	ESCAL A	NIVELES
MENSAJE AUDIOVISUAL	Comprensión del mensaje	Inmediatez del mensaje audiovisual Accesibilidad del mensaje audiovisual Comunicación digital	1-6	Ordinal	Bajo. (18-34) Medio.(35-48) Alto. (49-90)
	Digitalización de la información	Alfabetización de la información Cibercultura de la información Iconografía visual de la información	7-12		
	Comunicación Audiovisual	Lenguaje Audiovisual Lenguaje sonoro Lenguaje visual	13-18		