



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

**Dominio de análisis fílmico en estudiantes de primer
ciclo de la Facultad de Comunicación de la
Universidad de Piura, 2021**

Tesis para optar el Grado de
Magíster en Educación con mención en Psicopedagogía

Alejandro Gaspar Machacuay Arévalo

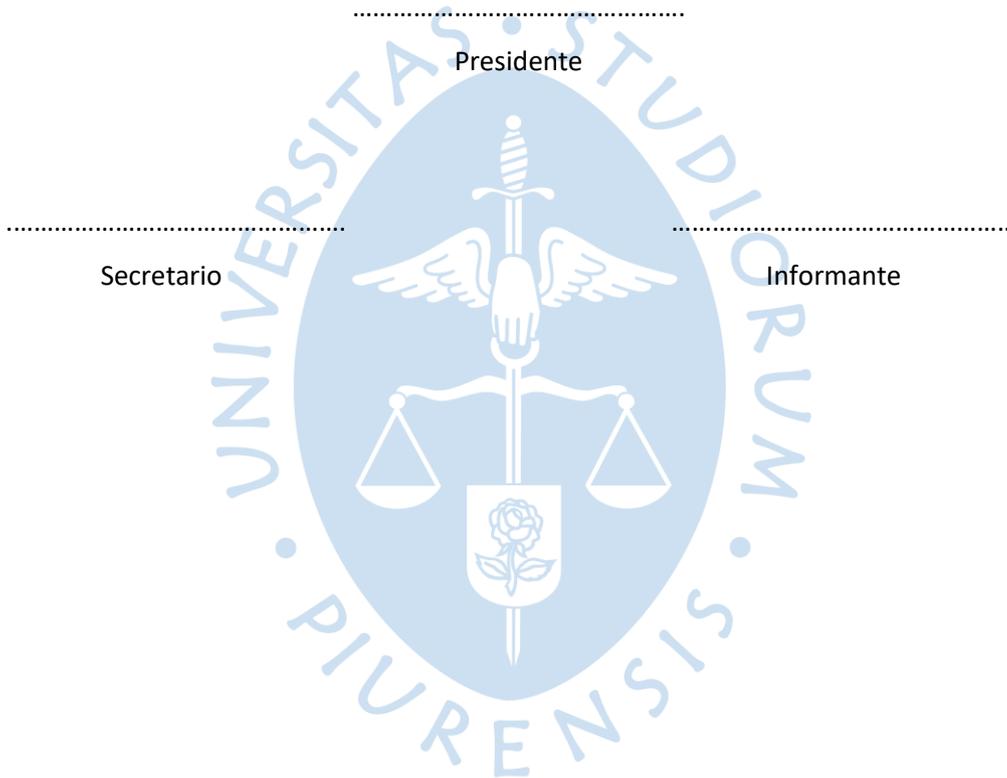
**Asesor(es):
Dra. Claudia Hermelinda Mezones Rueda**

Piura, noviembre de 2021



Aprobación

La tesis titulada “Dominio de análisis fílmico en estudiantes de primer ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021” presentada por el Lic. Alejandro Gaspar Machacuay Arévalo, en cumplimiento con los requisitos para optar el Grado de Magíster en Educación con Mención en Psicopedagogía, fue aprobada por la asesora oficial Dra. Claudia Hermelinda Mezones Rueda y defendida el 4 de noviembre de 2021 ante el Tribunal integrado por:





Dedicatoria

A mis padres.





Resumen

La investigación parte de la problemática del bajo dominio de análisis fílmico de los estudiantes universitarios. Estos no saben analizar ni interpretar los productos audiovisuales, a los que solo ven como mero entretenimiento. Como consecuencia de la carencia de una alfabetización audiovisual en los currículos escolares, muchos alumnos no han desarrollado una competencia en comunicación audiovisual, lo que les impide entender y comprender un filme.

Es una investigación de paradigma cuantitativo con un diseño descriptivo simple que tiene como principal herramienta el desarrollo de un cuestionario que permitió medir el dominio de análisis fílmico de alumnos de primer año de la Facultad de Comunicación, en cinco dimensiones: elementos situacionales, elementos narrativos, elementos estéticos, elementos temáticos y elementos valorativos.

Se determinó que los estudiantes tienen un mayor dominio de las dimensiones situacionales (56%) y valorativa (53%). Mientras que las dimensiones narrativas (39%), estética (34%) y temática (31%) son las que menos comprenden los estudiantes.

Se concluyó que los estudiantes poseen un bajo dominio de análisis fílmico, especialmente en las dimensiones relacionadas con la lectura fílmica (dimensión narrativa, estética y temática), evidenciando un desconocimiento de los elementos formales del filme y de los recursos propios del análisis fílmico.

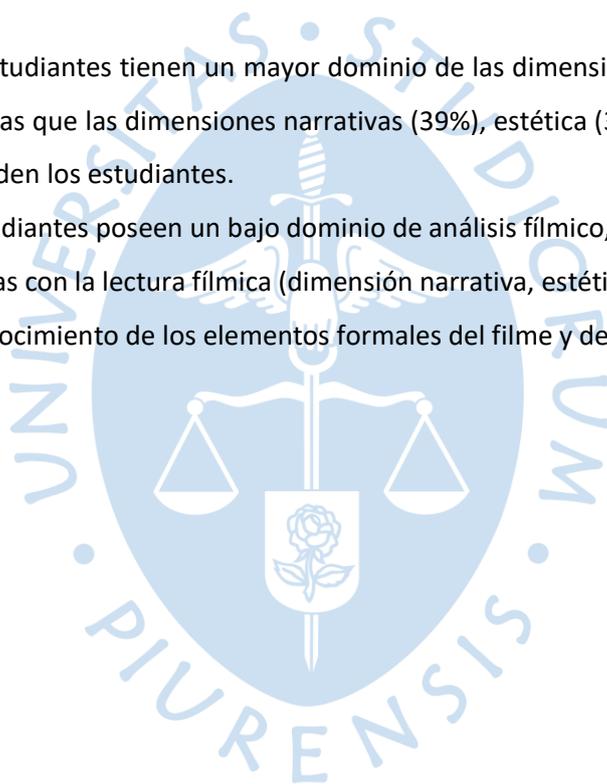




Tabla de contenido

Introducción.....	17
Capítulo 1 Planteamiento de investigación.....	19
1.1 Título.....	19
1.2 Problema de investigación.....	19
1.3 Objetivos de la investigación.....	26
1.3.1 <i>Objetivo general</i>	26
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	26
1.4 Justificación de la investigación.....	26
1.5 Antecedentes.....	28
1.5.1 <i>Antecedentes internacionales</i>	28
1.5.2 <i>Antecedentes nacionales</i>	32
1.5.3 <i>Antecedentes locales</i>	34
Capítulo 2 Marco teórico.....	35
2.1 La competencia en comunicación audiovisual y educación cinematográfica.....	35
2.2 Base conceptual de la investigación: el análisis fílmico.....	36
2.2.1 <i>Análisis fílmico</i>	36
2.2.2 <i>Métodos de análisis fílmico</i>	37
Capítulo 3 Metodología.....	47
3.1 Paradigma o enfoque de investigación.....	47
3.2 Tipo de investigación.....	47
3.3 Diseño de investigación.....	47
3.4 Objeto de estudio.....	48
3.5 Población y muestra.....	49
3.5.1 <i>Población</i>	49
3.5.2 <i>Muestra</i>	49
3.6 Variables de investigación.....	50
3.7 Técnicas de instrumentos de recolección de datos/información.....	51
3.7.1 <i>Validación</i>	51
3.7.2 <i>Confiabilidad</i>	51
Capítulo 4 Resultados de la investigación.....	53
4.1 Descripción del contexto y de los sujetos.....	53
4.2 Descripción de resultados.....	54
4.2.1 <i>Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales del filme</i>	54
4.2.2 <i>Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos del filme</i>	59

4.2.3 Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos del filme	64
4.2.4 Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos del filme	69
4.2.5 Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos del filme	74
4.2.6 Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales del filme en relación con su especialidad	79
4.2.7 Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos del filme en relación con su especialidad	81
4.2.8 Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos del filme en relación con su especialidad	84
4.2.9 Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos del filme en relación con su especialidad	86
4.2.10 Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos del filme en relación con su especialidad	88
4.3 Análisis de resultados y discusión	91
Conclusiones	95
Lista de referencias	97
Apéndices	103
Apéndice 1. Cuestionario para medir el dominio de análisis fílmico de los estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura	105
Anexos.....	111
Anexo 1. Fichas de Validación del Instrumento.....	113

Lista de tablas

Tabla 1 Distribución de la población	49
Tabla 2 Operacionalización de variable	50
Tabla 3 Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales	55
Tabla 4 Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.	56
Tabla 5 Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.	57
Tabla 6 Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.	58
Tabla 7 Resultados de los elementos situacionales.	59
Tabla 8 Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	60
Tabla 9 Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	61
Tabla 10 Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	62
Tabla 11 Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	63
Tabla 12 Resultados de los elementos narrativos	64
Tabla 13 Resultados de la pregunta 9. Nivel de comprensión de elementos estéticos	65
Tabla 14 Resultados de la pregunta 10. Nivel de comprensión de elementos estéticos	66
Tabla 15 Resultados de la pregunta 11. Nivel de comprensión de elementos estético	67
Tabla 16 Resultados de la pregunta 12. Nivel de comprensión de elementos estéticos	68
Tabla 17 Resultados de los elementos estéticos.	69
Tabla 18 Resultados de la pregunta 13. Nivel de comprensión de elementos temáticos	70
Tabla 19 Resultados de la pregunta 14. Nivel de comprensión de elementos temáticos	70
Tabla 20 Resultados de la pregunta 15. Nivel de comprensión de elementos temáticos	71
Tabla 21 Resultados de la pregunta 16. Nivel de comprensión de elementos temáticos	72
Tabla 22 Resultados de los elementos temáticos	73
Tabla 23 Resultados de la pregunta 17. Nivel de comprensión de elementos valorativos.....	74
Tabla 24 Resultados de la pregunta 18. Nivel de comprensión de elementos valorativos.....	75
Tabla 25 Resultados de la pregunta 19. Nivel de comprensión de elementos valorativos.....	76
Tabla 26 Resultados de la pregunta 20. Nivel de comprensión de elementos valorativos.....	77
Tabla 27 Resultados de los elementos valorativos.....	78
Tabla 28 Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación	79
Tabla 29 Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación	79
Tabla 30 Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación	80

Tabla 31 Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación	80
Tabla 32 Resultados del elemento situacional según la especialidad	81
Tabla 33 Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación	82
Tabla 34 Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación	82
Tabla 35 Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación	82
Tabla 36 Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación.	83
Tabla 37 Resultados del elemento narrativo según la especialidad	83
Tabla 38 Resultados de la pregunta 9. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación	84
Tabla 39 Resultados de la pregunta 10. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación	84
Tabla 40 Resultados de la pregunta 11. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación	85
Tabla 41 Resultados de la pregunta 12. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación	85
Tabla 42 Resultados del elemento estético según la especialidad	85
Tabla 43 Resultados de la pregunta 13. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación	86
Tabla 44 Resultados de la pregunta 14. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación	87
Tabla 45 Resultados de la pregunta 15. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación	87
Tabla 46 Resultados de la pregunta 16. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación	87
Tabla 47 Resultados del elemento temático según la especialidad	88
Tabla 48 Resultados de la pregunta 17. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación	89
Tabla 49 Resultados de la pregunta 18. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación	89

Tabla 50 Resultados de la pregunta 19. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación	89
Tabla 51 Resultados de la pregunta 20. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación	90
Tabla 52 Resultados del elemento valorativo según la especialidad.....	90





Lista de figuras

Figura 1 Distribución de la población de acuerdo con su especialidad	53
Figura 2 Distribución de la población según género	54
Figura 3 Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales	55
Figura 4 Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales	56
Figura 5 Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales	57
Figura 6 Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales	58
Figura 7 Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	60
Figura 8 Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	61
Figura 9 Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	62
Figura 10 Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos	63
Figura 11 Resultados de la pregunta 9. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos	65
Figura 12 Resultados de la pregunta 10. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos	66
Figura 13 Resultados de la pregunta 11. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos	67
Figura 14 Resultados de la pregunta 12. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos	68
Figura 15 Resultados de la pregunta 13. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos	70
Figura 16 Resultados de la pregunta 14. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos	71
Figura 17 Resultados de la pregunta 15. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos	72
Figura 18 Resultados de la pregunta 16. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos	73
Figura 19 Resultados de la pregunta 17. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos	75
Figura 20 Resultados de la pregunta 18. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos	76
Figura 21 Resultados de la pregunta 19. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos	77
Figura 22 Resultados de la pregunta 20. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos	78



Introducción

En una sociedad “pantallizada”, saturada de continuos estímulos sonoros y visuales, resulta imprescindible saber leer un producto audiovisual desde una mirada crítica. Es necesario educar la vista, tener una alfabetización audiovisual, que nos permita valorar y analizar un filme desde sus diferentes dimensiones. Para ello, es importante contar con herramientas de estudio como el análisis fílmico, que facilitan la comprensión e interpretación de los contenidos audiovisuales.

Actualmente, en Perú son pocos los esfuerzos por incluir la alfabetización audiovisual en los currículos escolares y permitir el desarrollo de las competencias en comunicación audiovisual y educación cinematográfica. Como consecuencia, los jóvenes ven los contenidos audiovisuales como meros productos de entretenimiento, en tanto que los docentes usan al cine como un instrumento para enseñar otras asignaturas. Al ingresar a la universidad, los estudiantes no saben analizar ni interpretar lo que ven, una situación desoladora, especialmente para aquellos que deciden optar por la carrera profesional de Comunicación. De ahí que el objetivo de esta tesis es determinar el dominio de análisis fílmico en los estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

De acuerdo con este objetivo, la investigación se ha dividido en cuatro capítulos, que detallamos a continuación:

En el primer capítulo, se desarrolla el planteamiento de la investigación, se explica la problemática y se presenta la justificación de la misma, así como los objetivos generales y específicos. También se describen los antecedentes a nivel internacional, nacional y local. En este capítulo, se resalta la importancia de la alfabetización audiovisual en la educación escolar y como su carencia afecta directamente a los jóvenes al momento de leer un producto audiovisual, al encontrarse imposibilitados de realizar un correcto análisis fílmico.

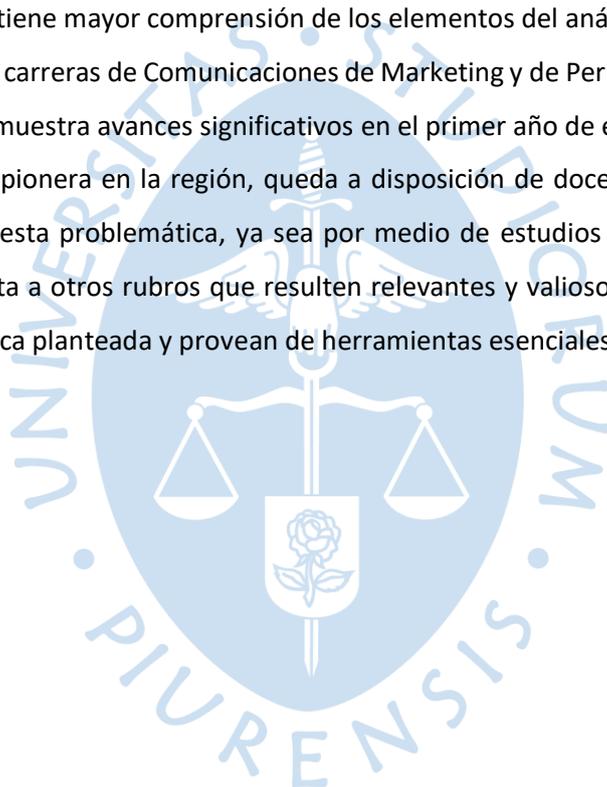
En el segundo capítulo, se sustenta el marco teórico de la investigación. Para ello, se profundiza en las bases conceptuales del tema a estudiar. En este caso, se realiza una descripción detallada de las competencias en comunicación audiovisual y educación cinematográfica, una sistematización del análisis fílmico, y una exposición de las dimensiones del análisis fílmico. De este modo, se obtiene la información necesaria para entender la problemática y poder interpretar los resultados obtenidos.

En el tercer capítulo, se presenta la metodología de la investigación. Se resaltan el enfoque y el tipo de investigación; así como, el diseño metodológico. De igual manera, se justifica el objeto de estudio, y la selección de la población y la muestra. Finalmente, se exponen las variables de la investigación y su operacionalización, que se toman en cuenta en la aplicación de un cuestionario a los estudiantes para poder describir el dominio de análisis fílmico de los estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de la investigación. Por ello, se ha dividido la descripción de los resultados en dos partes: primero, una exposición general de los resultados desde cada una de las dimensiones del análisis fílmico; y segundo, una exposición de los resultados por cada especialidad que comprende la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura. Finalmente, se realiza un análisis de los resultados y una discusión de los mismos tomando en cuenta los aportes de los autores mencionados en el marco teórico para poder contrastar y comparar los alcances obtenidos.

En los resultados, se ha diagnosticado un bajo dominio de análisis fílmico por parte de los estudiantes. El déficit de comprensión se sitúa sobre todo en las dimensiones más importantes del análisis fílmico: aquellas que comprenden la lectura fílmica (dimensión narrativa, estética y temática). Del mismo modo, se ha determinado que los alumnos pertenecientes a la carrera de Comunicación Audiovisual son los que tiene mayor comprensión de los elementos del análisis fílmico a comparación de los estudiantes de las carreras de Comunicaciones de Marketing y de Periodismo. No obstante, esta ventaja es mínima y no muestra avances significativos en el primer año de estudios.

Al ser una tesis pionera en la región, queda a disposición de docentes e investigadores que quieran profundizar en esta problemática, ya sea por medio de estudios propios o comparativos o extendiendo la propuesta a otros rubros que resulten relevantes y valiosos. De modo que ayuden a solucionar la problemática planteada y provean de herramientas esenciales a futuros investigadores.



Capítulo 1 Planteamiento de investigación

1.1 Título

Dominio de análisis fílmico en estudiantes de primer ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

1.2 Problema de investigación

La aparición de la COVID-19 ha tenido un impacto relevante en la forma en la que nos comunicamos con los demás. El acceso a internet y el consumo de plataformas *streaming* se han convertido en la solución para superar el aislamiento y la distancia social (Arana, Mimenza y Narbaiza, 2020). Se ha producido una convergencia en el consumo de contenidos audiovisuales en distintos dispositivos y desde variados canales. Los medios están evolucionando a grandes pasos, el cómo vemos y vivimos los soportes y los contenidos han ampliado el panorama y establecido nuevas rutinas a niveles sociales, culturales y profesionales (Kantar Media, 2020).

En este contexto, los jóvenes han desarrollado nuevas actitudes frente a los medios en línea (Ramos y Pac, 2019). Son el grupo social más abierto a consumir contenidos audiovisuales en cualquier dispositivo, especialmente los celulares, y en cualquier momento, priorizando aquellos contenidos que les resulten más interesantes dejando de lado los generalistas (Arana, et al., 2020).

Asimismo, la situación actual no ha hecho más que reforzar un planteamiento presente en la academia desde hace un tiempo: nos encontramos en la era de la multipantalla. El cine se construyó a partir de la pantalla, aquel dispositivo que permitía mostrar la vida en movimiento. Sin embargo, la pantalla ha ido cambiando con el paso del tiempo, pasando de la unipantalla a la omnipantalla, posteriormente a la minipantalla y, luego, a la pantalla táctil (Lipovetsky y Serroy, 2009). Actualmente, la sociedad moderna se ha “pantallizado” configurando una nueva señal de identidad de nuestra civilización tecnológica (Gubern, 2010).

Es así como la proliferación de pantallas, antropológicamente, ha definido las relaciones que establece el ser humano consigo mismo, con los demás y con el mundo (León, 2020, p. 38). De este modo, como consecuencia de la revolución tecnológica que esto supone, se ha creado una especie de ecosistema donde convergen distintos tipos de pantallas, el denominado enfoque “pantalla global”. Tal como lo plantea Lipovetsky y Serroy (2009):

Se podría decir entonces que son los tiempos del mundo pantalla, de la todopantalla, contemporánea de la red de redes, pero también de las pantallas de vigilancia, de las pantallas lúdicas, de las pantallas de ambientación, (...) nada escapa ya a las mallas digitalizadas de esta pantallocracia (p. 22).

De ahí que, el consumo del cine sea uno de los más afectados por este efecto de la “pantalla global”. Esto debido a que los contenidos cinematográficos se han desvinculado de su principal canal: la sala de cine, y han encontrado nuevas formas de distribución, entre ellas, los dispositivos móviles

como el celular (García-Orta, García-Prieto, Suárez-Romero, 2019). En el estudio “Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas” (2019), se plantea que los jóvenes han dejado de lado el consumo de contenidos audiovisuales en los medios tradicionales, y han centrado su atención en la internet. En esta nueva modalidad de consumo se presenta una frecuencia muy alta de conectividad y una preferencia por la ficción y las series. Las plataformas preferidas para consumir estos contenidos suelen ser los servicios *streaming* y, en algunos casos, páginas ilegales o piratería, mientras que los medios utilizados son los dispositivos móviles. El celular se ha convertido en un elemento disruptivo, rompiendo con el consumo tradicional del cine y estableciendo nuevas formas de ver los contenidos cinematográficos, de modo no lineal, en cualquier tiempo y espacio (Adelantado y Martí, 2011).

Como resultado, la forma tradicional de consumir cine se ha visto sustituida por el fenómeno de las plataformas *streaming*. La suscripción de video bajo demanda ha escalado rápidamente gracias a diversos factores como el desarrollo de la banda ancha, la aparición de nuevos dispositivos tecnológicos, el uso de Smart TV, entre otros (Clares-Gavilán y Medina-Cambrón, 2018). Ejemplo de esto es Netflix, la cual fue una de las primeras plataformas en ofrecer una forma diferente del consumo de películas. Primero, inició como un servicio de distribución de contenidos cinematográficos, y luego, empezó a crear y distribuir contenido propio. El éxito de este nuevo modelo se debe a que los usuarios se han vuelto más exigentes en cuanto a los contenidos, abandonando la televisión y el cable, para migrar a otras alternativas (De la Garza y Pineda, 2019). Así, la oferta de entretenimiento, que antes estaba vinculado a las salas de cine y sus distribuidoras, se ha vuelto más segmentada, donde los usuarios pueden elegir qué ver de acuerdo con sus intereses y preferencias.

El crecimiento de suscriptores a Netflix ha impulsado a otras empresas ligadas al entretenimiento a incorporar dentro de su cartera nuevos servicios de *streaming*, como es el caso de Amazon Prime Video, HBO MAX, Disney +, entre los más conocidos. De este modo, la oferta de *streaming* se ha incrementado, dejando de lado el monopolio que tenía en sus inicios Netflix, entregándole a los consumidores un espectro más amplio de contenidos y mayor libertad de elección (León, 2020), a comparación de la dependencia que existía a las salas de cine. Esta gran cantidad de plataformas ha tenido un impacto en Latinoamérica, el informe “Mercado, consumo y diversidad en servicios de transmisión de video en América Latina” explica que, a pesar de las dificultades ocasionadas por la COVID-19, las suscripciones a servicios *streaming* alcanzarían a superar los 40 millones de usuarios en esta región, y, aproximadamente, un 92% de los encuestados ha contratado una plataforma de transmisión (Plataformas, 2020). El Perú ocupa el quinto lugar en Latinoamérica como el país con más suscriptores a un servicio de *streaming*, con una proyección de duplicar el número de usuarios para el año 2025 (Turiweb, 2020). Y en el caso de la región Piura, las plataformas *streaming* le han quitado terreno a la televisión tradicional; especialmente en los jóvenes y escolares.

Netflix es la plataforma más preferida, en el año 2016 solo el 32% de alumnos de educación secundaria tenía acceso a ella, mientras que en el 2019, se incrementó a un 64% (Olivares, 2019).

El ascenso y la popularidad del *streaming* significa un gran cambio en la relación medio - espectador. El consumo lineal de los contenidos audiovisuales, materializado en la asistencia a las salas de cine, se ha reducido, creando una percepción de “la muerte del cine”. En este sentido, Castro (2018) afirma: “la Internet no está matando al cine, pero sí obligándonos a entenderlo de formas diferentes. Su naturaleza se ha trastocado al punto de que no hay respuestas definitivas en torno a lo que puede considerarse cine en el universo audiovisual” (p. 8). El cambio se encuentra en la experiencia y la distribución del cine. En las salas de cine se produce un “espectáculo social y colectivo” (La Ferla, 2009, p. 187), mientras que, en el consumo individual, la percepción y la identificación con el contenido audiovisual depende de los factores externos y el soporte de visualización. Por otro lado, no se puede decir que una película visualizada en un celular o tablet es “menos cine” que una distribuida en salas de proyección. En ambos casos, se trata del mismo contenido, pero la difusión se da en soportes diferentes (León, 2020).

Del mismo modo, el consumo no lineal de los contenidos audiovisuales ha penetrado en las rutinas de los jóvenes, quienes prefieren plataformas interactivas que les permitan personalizarlas y adaptarlas a su individualidad (Ortega, González Ispuerto y Pérez Peláez, 2015). En ellos se ha creado un nuevo hábito, donde han aprovechado la coexistencia de pantallas para usar a lo largo del día diversos dispositivos de consumo (tablets, laptops, celulares, televisores, etc.) (Dávila, 2015).

A pesar de las grandes cantidades de contenidos a los que los jóvenes están expuestos, su actitud se reduce a simples consumidores mediáticos (Rivera, 2008). La modernidad los ha convertido en ávidos receptores de contenido continuo, en grandes decodificadores de información y con grandes habilidades interactivas. No obstante, esto en lugar de despertar su sentido crítico y motivarlos a cuestionar, “los está llevando a un estado pasivo y de comodidad tal que todo lo quieren obtener con un facilismo relativo” (Guerrero, 2018, p.22).

En la misma línea, Cantos (2013) afirma que los jóvenes han desarrollado capacidades multifacéticas digitales, gustan de exponerse a muchas plataformas y redes de contenidos, pero no están interesados en la dimensión lectora, en la interpretación, el descifrado textual y el sentido crítico de dichos contenidos. Los contenidos audiovisuales solo son una opción más dentro de muchas de sus actividades de ocio y recreación (Guerrero, 2018). La lectura especializada del cine y de los contenidos audiovisuales es casi nula, y se ha banalizado la importancia de la crítica de prensa, dependiendo del porcentaje de “aprobación” o “desaprobación” de páginas como Rotten Tomatoes, sin tomar en cuenta todos los componentes de un verdadero análisis cinematográfico (Castro, 2018).

En este panorama resulta necesario empezar a formar una mirada crítica de los jóvenes frente a los contenidos que consumen. Los medios de comunicación, entre ellos el cine, son capaces de sugestionar a los espectadores e influir sobre ellos.

Y es que el medio cinematográfico, a pesar de su evolución de la unipantalla a la multipantalla, sigue teniendo un peso social importante y siendo parte del imaginario colectivo (Cantos, 2013). La influencia del cine “compromete, incluso, la salud de la sociedad democrática en la que vivimos, porque el ciudadano no capacitado para analizar el bombardeo de imágenes al que se ve sometido es un individuo sin capacidad de elección (...)” (Marzal, 2007, p. 68).

El enfoque global de la pantalla expone a la persona a miles de impresiones visuales al día, por lo cual es necesario desarrollar un análisis crítico.

Los jóvenes son el grupo social más afectado. La era de las multipantallas tiene en ellos a sus receptores más importantes. Sin embargo, son los que menos interés tienen por interpretar y entender los contenidos cinematográficos. Esto, como consecuencia, también, de una pobre educación en la que no se ha profundizado en la comprensión de los filmes desde una perspectiva crítica.

Por ello, poseer un buen bagaje audiovisual no debe partir solo de la experiencia personal, la voluntad de ver cine, sino que también se debe enseñar sobre cine, se debe aprender a leer y comprender los filmes. En las escuelas, el cine ha sido utilizado como un instrumento para hacer las clases de otras asignaturas más llevaderas (Marzal, 2007). En este sentido, los filmes no deberían ser usados como una herramienta para enseñar lo mismo de siempre, sino más bien “habría que considerarlas como artefactos que atraviesan a docentes y alumnos como personas, configurando sus formas de saber y conocer y su vinculación con el mundo” (Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología, 2007, p. 25). Frente a esta problemática, es necesario resaltar la importancia de la alfabetización audiovisual.

En 1970, la UNESCO empezó a desarrollar una propuesta teórica llamada Alfabetización Mediática e Informativa (Media and Information Literacy [MIL]), que tiene como objetivo promover el consumo crítico de los medios de comunicación (Unesco, 2012). La MIL surgió como un conjunto de competencias que permitan impulsar el pensamiento crítico frente a la información que nos brindan los medios de comunicación (Portalés, 2014). Los cambios tecnológicos, sociales y culturales han acelerado la producción de información produciendo una constante acumulación de datos. Frente al peligro que puede representar ello, la alfabetización, ya sea mediática, informativa o digital, supone un requisito indispensable para la formación educativa y social de las personas (UNESCO, 2012).

Esta idea de la alfabetización mediática y su relación con la educación surgió con la Declaración de Grunwald en 1987. En ella se advierte sobre la “responsabilidad de preparar a los jóvenes para vivir en un mundo dominado por las imágenes, las palabras y los sonidos” (UNESCO, 1987, p. 10); de modo que se realice un cambio en las políticas educativas y se integre lo mediático en la enseñanza desde un

sentido crítico. Es así como la Declaración de Grunwald busca alertar a los padres y educadores sobre el potencial sugestivo y propagandístico de los medios de comunicación, entre los cuales se resalta el cine, como un medio con gran capacidad de transmitir propaganda y atentar contra las libertades en situaciones concretas (Unger, 2011), razón por la cual es necesario aprender a leer cine.

Ante esto, la Unesco considera al MIL como un término holístico que comprende otro tipo de alfabetizaciones¹, entre las cuales se encuentra la Alfabetización Cinematográfica (Film Literacy). El cine forma parte de los medios de comunicación, que en las últimas décadas han experimentado un cambio tecnológico importante. La alfabetización cinematográfica, en este sentido, busca la comprensión del cine y las películas, “el análisis del texto en movimiento” (Hinterberger, 2013). Para la Unesco, la alfabetización cinematográfica tiene como objetivo la lectura del cine desde una mirada crítica y creativa, centrado en un análisis de la imagen y del mensaje. En la misma línea, para la Comisión Europea se relaciona con el desarrollo de ciertas competencias ligadas al análisis fílmico, como entendimiento, consciencia, curiosidad, capacidad crítica, contenido, lenguaje audiovisual y producción (Portalés, 2014). Además, la alfabetización cinematográfica nace como una iniciativa para aumentar el conocimiento del patrimonio cinematográfico y el interés en las películas europeas; así como, fomentar el desarrollo de capacidades para la producción y realización audiovisual, y el respeto por los derechos de propiedad (Comisión Europea, 2007).

No obstante, la alfabetización cinematográfica forma parte de la alfabetización audiovisual, un concepto que abarca más elementos y ve a los productos audiovisuales como un conjunto (Portalés, 2014). El cine desde una mirada de los medios forma parte de la comunicación audiovisual, dentro de la cual también están incluidos la radio y la televisión.

La perspectiva académica propone tres posturas frente a la alfabetización audiovisual: por un lado, la similitud entre alfabetización audiovisual y mediática; por otro lado, la alfabetización audiovisual orientada estrictamente hacia el ámbito televisivo; finalmente, la alfabetización audiovisual como una propuesta que incluye a todos los productos audiovisuales (Oliva, 2006).

Pese a las tensiones conceptuales en torno a la alfabetización audiovisual, desde una mirada holística, esta tiene un mayor alcance a comparación con la alfabetización cinematográfica. Por ello, es un término complejo “que recoge las alfabetizaciones relacionadas con el sonido y la imagen (fija y en movimiento), que abarca los medios de la televisión, el cine, la radio, la fotografía, entre otros” (Portalés, 2014, p. 39). Esta conceptualización resulta esencial para entender que la educación audiovisual no debe centrarse solo en la dimensión textual de los contenidos, sino centrar la mirada, también, en lo visual, lo auditivo, lo sensorial, lo estético, lo racional (Ministerio de Educación, Ciencia

¹ La Unesco incluye dentro de las alfabetizaciones mediáticas a las siguientes: Media Literacy, Information Literacy, Library Literacy, FOE and FOI Literacy, Digital Literacy, Computer Literacy, Internet Literacy, Games Literacy, Cinema Literacy, Television Literacy, News Literacy, Advertising Literacy (Unesco, 2011).

y Tecnología, 2007). De modo que, no solo se fomente una cultura visual, sino un sentido crítico de los contenidos que se consumen.

La importancia de la alfabetización audiovisual no solo recae en la formación crítica y valorativa de contenidos audiovisuales, sino que como lo plantea Dussell (2009), también tiene “un impacto en la formación ética y moral de los individuos ya que presenta una nueva forma de comprender la cultura de las imágenes, lo que implica una nueva visión social y sobre el mismo concepto de la naturaleza” (p.191). De este modo, el individuo desarrolla un criterio particular y profundo de analizar y valorar cualquier manifestación artística (Guerrero, 2018).

En consecuencia, la educación cinematográfica se perfila como el medio para poder lograr la alfabetización. Sin embargo, en las aulas, el cine se ha convertido en un instrumento más no en un objeto de estudio propiamente dicho. Educar en el cine es la clave para conseguir una profunda alfabetización mediática (Reia-Baptista, 2012). Del mismo modo, el desarrollo de una pedagogía de la educación cinematográfica permite preservar el patrimonio audiovisual y construir una cultura colectiva (Clarembeaux, 2010).

No obstante, en un contexto marcado por la era de la multipantalla, donde el cine es solo un medio más para entretener y la capacidad crítica no forma parte del estudio de los contenidos audiovisuales, ¿cómo se logra la alfabetización cinematográfica?

El estudio y aplicación de la herramienta “análisis fílmico o cinematográfico” nos permite alcanzar la alfabetización audiovisual. El análisis fílmico es un proceso que tiene sus orígenes en la hermenéutica, e implica descomponer un filme en sus elementos constituyentes (básicos), de modo que se puedan establecer relaciones entre estos para comprender la totalidad del mensaje y del filme en sí mismo (Gómez y Marzal, 2006). Desde esta perspectiva, se entiende que analizar un contenido audiovisual no solo significa verlo o “apreciarlo”, sino que se requiere una aproximación profunda que conduzca de la descripción hacia la interpretación de los significados de filme (Gómez, 2012). Primero, se debe “deconstruir” para poder “reconstruir”.

Actualmente, el análisis fílmico, enmarcado en la alfabetización audiovisual, atraviesa una crisis pedagógica. La docencia escolar, e incluso la universitaria, tiene un sesgo utilitarista en donde se priorizan los saberes instrumentales, que tengan una futura aplicación al universo empresarial, dejando de lado el estudio de los medios audiovisuales en las aulas (Marzal, 2007). La respuesta a este contexto es el diseño de estrategias metodológicas de alfabetización audiovisual que dejen atrás la visión disciplinaria e instrumental de los productos audiovisuales y se centren en su finalidad analítica desde una perspectiva estética, interdisciplinaria y transnacional (Zavala, 2011). El análisis fílmico, desde una mirada crítica, potencia la alfabetización audiovisual y desarrolla nuevas competencias en los estudiantes.

En Europa, han existido numerosas iniciativas y proyectos que buscan posicionar a la alfabetización audiovisual y cinematográfica en el centro de la educación mediática. Desde la Declaración de Grunwald, que planteaba la promoción de una comprensión crítica de los contenidos difundidos por los medios de comunicación (UNESCO, 2012), así como, la Agenda París de la UNESCO, que resaltaba el fomento de una educación en medios de comunicación y el desarrollo de programas educativos basado en la alfabetización mediática (Santibáñez *et al.*, 2016). Del mismo modo, el currículo escolar alemán contempla a la alfabetización mediática como una de sus metodologías pedagógicas, desde la enseñanza de cuatro dimensiones. Primero, se centra en el análisis fílmico (*Filmanalyse*), estudia los textos audiovisuales como una unidad que puede describirse e interpretarse. Segundo, el uso del cine (*Filmnutzung*), el cual promueve el consumo crítico de contenidos audiovisuales. Tercero, la producción y presentación de cine (*Filmproduktion und Präsentation*), que enfatiza no solo la apreciación sino la creación de contenidos audiovisuales. Cuarto, la dimensión de cine en la sociedad mediática (*Film in der Mediengesellschaft*), que busca la valoración de los textos audiovisuales desde una mirada política, cultural y ética (Unger, 2011).

Tomando en cuenta el contexto europeo, es válido preguntarse por la situación de la alfabetización cinematográfica en el Perú. Es así como surge la siguiente interrogante: ¿poseen los estudiantes peruanos, de escuela y universidad, un dominio de análisis fílmico o solo ven a los filmes como un mero producto de entretenimiento?

La presente investigación se desarrolla en el ámbito de la educación superior universitaria, específicamente en el campo de la carrera profesional de Comunicación. En la formación profesional de un comunicador es necesario el desarrollo de capacidades que impliquen un alto grado de análisis fílmico, debido a que esto es parte estructural de sus estudios.

En Perú, la alfabetización cinematográfica es un aspecto desatendido en la propuesta pedagógica y el currículo escolar. La formación de los docentes es instrumental y la educación mediática casi inexistente (Mateus, 2020). La educación en medios es vista como un material complementario y una opción, como muchas, para ser usada en clases; más no como un aspecto cultural importante para desarrollar un pensamiento crítico. Existen planteamientos metodológicos que buscan el desarrollo de la comprensión de los textos como lo es “Plan Lector” (Ministerio de Educación, Perú), pero no hay un equivalente en el campo audiovisual. La cultura escrita sigue siendo vista como la que tiene mayor autoridad, mientras que las imágenes y el sonido son percibidos por los académicos como un estorbo o una molestia que distrae a los escolares (Wiener, 2017). No obstante, fuera de las aulas existen espacios independientes que fomentan la alfabetización cinematográfica y están dirigidos a escolares y jóvenes de todas las edades. Iniciativas como NorCinema, RikChay Perú, los centros culturales de las diversas universidades, festivales de cine enfocados en estudiantes, como

“Cortos de Vista” (Watana Comunicaciones, Perú), entre otros, fomentan el acceso y el desarrollo de competencias centradas en la alfabetización mediática.

Y es que, la alfabetización cinematográfica sigue siendo una asignatura pendiente en las aulas peruanas. Pero esta situación cobra mayor relevancia cuando se trata de estudiantes de las diferentes facultades de Comunicación, por la importancia que supone el saber leer un texto fílmico y tener una mirada crítica sobre ellos. Por consiguiente, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es el dominio de análisis fílmico de los estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar el dominio de análisis fílmico en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

1.3.2 Objetivos específicos

Determinar el dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Determinar el dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Determinar el dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Determinar el dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Determinar el dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos en estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación resulta conveniente, relevante y novedosa. Su conveniencia radica en la falta de comprensión de los textos audiovisuales. Los estudiantes escolares tienen una formación audiovisual pobre y carente de sentido crítico. A pesar de que han crecido en una cultura audiovisual, rodeados de medios de comunicación y estimulados por una hiperconexión digital abrumadora, “los mecanismos y procesos que hacen posible la construcción y la fruición de un texto fílmico les son prácticamente desconocidos” (Gómez, 2007, p. 75). La formación escolar previa a los estudios superiores universitarios aborda la alfabetización audiovisual desde un punto de vista clásico y no desde uno creativo (Clavero, 2016), que les permita no solo analizar un producto audiovisual, sino también formarse sus propias ideas y criterio sobre lo que han apreciado. De este modo, los estudiantes llegan a las facultades de comunicación con una cultura cinematográfica pobre y un escaso desarrollo de sus competencias en comunicación audiovisual. Al presentar estas fallas en su educación

escolar, los estudiantes universitarios no pueden desarrollar al máximo sus capacidades, lo que trae como consecuencia resultados deficientes en asignaturas relacionadas con la cultura de la imagen, el lenguaje audiovisual, la realización audiovisual, entre otras.

Ante este escenario, la relevancia de este estudio recae en la identificación de una realidad cercana al investigador: la pobre alfabetización audiovisual en el sistema educativo peruano. Conocer el dominio de análisis fílmico de los estudiantes del primer ciclo de estudios universitarios permite realizar un diagnóstico de sus competencias en comunicación audiovisual y diseñar estrategias pedagógicas que potencien un análisis crítico de los contenidos audiovisuales a los que están expuestos.

Al elaborar un texto visual, o audiovisual, el realizador plasma sus propias ideas que tiene del mundo y la sociedad. De este modo, una imagen, una película, una serie, un cortometraje son formas de construcción social. Los productos audiovisuales son intencionales, muestran cómo se ve una sociedad a sí misma y a los demás. En este sentido, la alfabetización audiovisual resulta importante porque provee herramientas para que los escolares analicen las imágenes, la sociedad en la que se producen dichas imágenes y el mundo que les rodea (Ferrerías y Vergilio, 2008). Aprender a leer un producto audiovisual desarrolla competencias que no solo se centran en la transmisión de contenido, sino que permiten entender el entorno histórico-social del alumno, conocer la perspectiva del realizador y comprender su ideología plasmada en decisiones estéticas (Bergala et. al, 2007). Es así como una correcta alfabetización audiovisual en los estudiantes escolares peruanos les conducirá a conocer más de la cultura, la sociedad y la industria de los productos audiovisuales; pero, más importante, les permitirá identificarse con lo que ven potenciando su competencia en comunicación audiovisual, indicador importante para su desarrollo profesional en la carrera de Comunicación.

La novedad de la presente investigación se enmarca en la escasez de investigaciones sobre alfabetización cinematográfica en Perú. De este modo, se atenderá a la correcta enseñanza y preparación del análisis fílmico, en un sentido crítico, no solo en la enseñanza superior sino, sobre todo, en la enseñanza del nivel primario y secundario para así potenciar la cultura cinematográfica y la apreciación audiovisual. En especial, en un contexto donde las investigaciones de estos temas son inexistentes, “son escasos los estudios que analizan el grado de conocimiento y comprensión de los elementos de los medios audiovisuales, especialmente entre los grupos más vulnerables de la sociedad, como los niños y los adolescentes” (Aguaded-Gómez y Pérez-Rodríguez, 2012, p. 25).

En definitiva, el correcto desarrollo de una alfabetización audiovisual beneficia a todos los involucrados: alumnos, docentes y sociedad. Implementar contenidos audiovisuales desde un análisis crítico rompe con la cotidianidad de las aulas e impulsa a los alumnos a adquirir información más allá de su posición como espectadores. De este modo, cumple con “una función innovadora y de comunicación que impulsa una mirada unidireccional (hacia la pantalla), bidireccional (con el profesor)

y multidireccional (entre los alumnos)” (Amar, 2009, p. 140). Es imperativo, el diseño e implementación de estrategias pedagógicas que evalúen permanentemente el análisis fílmico y el desarrollo de las competencias en comunicación audiovisual (Arbeláez, Corredor y Pérez, 2009).

Con respecto a la bibliografía sobre el análisis fílmico como herramienta de la alfabetización audiovisual en las aulas y escolares, es escasa, sobre todo en Latinoamérica y Perú. “Raramente se evalúan las competencias en comunicación audiovisual porque éstas generalmente no se enseñan de forma planificada” (Santibáñez et al., 2016, p. 129).

Es por ello que esta investigación también se presenta como novedosa en la región Piura, al no haber experiencias previas sobre el estudio de las competencias audiovisuales, el análisis fílmico y la alfabetización audiovisual ni en Perú y ni en Latinoamérica.

Asimismo, la investigación se justifica porque tendrá un aporte teórico y metodológico. En el plano teórico, permitirá que los docentes universitarios y de otros ámbitos educativos tengan un mayor conocimiento sobre el nivel de análisis fílmico de sus estudiantes. En el plano metodológico, se diseñará un cuestionario, tipo test, para medir el nivel de comprensión de los elementos situacionales, narrativos, estéticos, temáticos y valorativos del texto audiovisual, ya que estos serán necesarios para saber el nivel de análisis fílmico, así como la cultura cinematográfica de los estudiantes universitarios.

1.5 Antecedentes

Es importante recalcar que el desarrollo de esta investigación estará en función de la medición del dominio de análisis fílmico, su relación con la enseñanza superior y los elementos que componen un texto audiovisual.

Es por ello, que se han acudido a antecedentes donde se muestran las investigaciones realizadas, respecto a algunos de los temas antes mencionados. A continuación, se describe de modo resumido el aporte de algunas de estas investigaciones desde una mirada cronológica.

1.5.1 Antecedentes internacionales

Jacqueline Sánchez y Yamile Sandoval (2012) realizaron la investigación titulada “Claves para reconocer los niveles de lectura crítica audiovisual en el niño”, que se presentó como artículo en la revista Comunicar.

El propósito de la investigación fue conocer el nivel de comprensión audiovisual de niños y adolescentes de Colombia, Venezuela y España. El estudio busca identificar el grado de criticidad que tienen los niños cuando ven contenidos en medios digitales. Para ello se realizó un diseño experimental de un solo grupo con pretest y postest, en una muestra que supera los 1500 niños.

El artículo concluye que más de la mitad de los niños de la muestra mostraron una mirada crítica hacia los contenidos audiovisuales.

El valor de esta investigación radica en la importancia de conocer e identificar los niveles de lectura crítica audiovisual que han alcanzado los estudiantes, de este modo, esto resulta indispensable para formar una mirada crítica hacia los medios y hacia la educación mediática.

Por otro lado, Marta Portalés (2014) realizó la tesis de maestría en Comunicación y Periodismo “La alfabetización cinematográfica en España. Diagnóstico y análisis de las principales iniciativas”, por la Universidad Autónoma de Barcelona (España).

La investigación busca conocer el estado actual de la alfabetización audiovisual y lleva a cabo una exploración sobre las iniciativas en las escuelas que promueven y desarrollan este estudio. Para ello, realiza un análisis de contenido detectando y estudiando los principales proyectos sobre el uso del cine como herramienta pedagógica en entornos formales e informales.

El tesista concluye que es necesario definir cuáles son los objetivos de la alfabetización audiovisual e incluirlos dentro de las reformas educativas de las escuelas y universidades.

Esta tesis resulta de importancia porque realiza un diagnóstico de cuál es la situación una parte de la sociedad frente a la alfabetización audiovisual; así como, analiza las causas y consecuencias de lo que su carencia en la formación de los ciudadanos representa.

Del mismo modo, Santibáñez, Santiago, Pérez, Sáenz y Tejada (2016) presentaron la investigación “Competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital en la enseñanza no universitaria: necesidades y carencias” como artículo para la Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa – RELATEC.

El artículo tiene como objetivo diagnosticar los niveles de competencia audiovisual en los estudiantes de los diferentes niveles educativos (educación infantil, educación primaria, educación secundaria obligatoria y bachillerato). Para lo cual, se elaboraron cuestionarios virtuales sobre una muestra de 2143 estudiantes españoles.

Los autores concluyen que se necesita mejorar la educación mediática, siendo una de las principales causas de este problema la falta de docentes con conocimiento en educación mediática. Esta situación afecta directamente al desarrollo de competencias audiovisuales, sobre todo en la comprensión de la información, la expresión y difusión de información, y la comunicación e interacción social.

El valor de este artículo recae en su novedad. No existe una extensa bibliografía que tengan como propósito medir las competencias audiovisuales y mediáticas, especialmente en los estudiantes. Asimismo, plantea los retos que enfrenta la educación en cuanto a la integración de las TIC en el desarrollo de las competencias mediáticas.

Asimismo, tenemos a Aristizábal (2016) con su artículo “Una mirada a las tendencias contemporáneas del análisis cinematográfico en Colombia”, presentado en los resultados de la

investigación “Formulación de una metodología de análisis cinematográfico integral” de la Universidad Agustiniense, por la Vicerrectoría de Investigaciones, en el Programa de Cine y Televisión.

El objetivo de este artículo es comprender cómo se analiza y estudia el cine colombiano. Para ello, se ha realizado una investigación bibliográfica acerca de las metodologías, los paradigmas teóricos y los conceptos que son tomados en cuenta al momento de analizar la cinematografía colombiana.

El autor concluye que, a comparación de los estudios europeos, en Colombia no existe una tendencia o una visión dominante de cómo debería ser el análisis cinematográfico en Colombia. Es por lo que plantea una aproximación metodológica para poder crear un modelo de análisis e interpretación cinematográfica.

Igualmente, Neyla Guerrero (2018) realizó la tesis de maestría en Comunicación - Educación por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, (Colombia) titulada “Formar miradas en tiempos audiovisuales”.

En esta investigación, la cual se basó en un análisis cualitativo de los estudiantes de un colegio usando las herramientas de observación participante, entrevista y encuesta, se buscó establecer cuál es la relación entre el lenguaje audiovisual y su relevancia en el ámbito educativo.

La investigadora concluye que para lograr una buena comprensión y análisis fílmico es necesario conocer el lenguaje audiovisual y sus alcances interpretativos. Esto implica que los estudiantes hayan sido formados en cuestiones básicas de elementos audiovisuales, términos, teorías del cine, etc., que les permitan tener una visión global de lo que implica analizar un film. Asimismo, se concluyó que si existe una formación de alfabetización audiovisual cuya orientación esté dirigida a la reflexión del cine y los textos fílmicos, es posible contemplar la construcción de miradas justas y con criterio propio frente a las producciones cinematográficas. Esto implica que las universidades y escuelas formen las bases con las que los estudiantes desarrollarán criterios de valoración y análisis crítico.

Esta investigación resulta de utilidad porque profundiza y establece la influencia de la alfabetización audiovisual en la comprensión y el análisis de los filmes. Así como establece reflexiones importantes sobre la importancia de desarrollar capacidades críticas para cualquier manifestación artística.

De igual forma, Veloso-Pentón y Bonachea-Pérez (2018) realizaron el artículo “Proceder didáctico para la lectura del filme como texto audiovisual, presentado en la revista Pedagogía y Sociedad.

El propósito de esta investigación es proponer el proceder didáctico como un método para desarrollar la lectura del filme como texto audiovisual en los estudiantes del primer año de la Licenciatura en Educación Preescolar de la universidad de Sancti Spiritus “José Martí Pérez”, integrando las miradas didácticas, cinematográficas, semióticas y de trabajo con la lengua materna.

Para ello, se empeló una metodología que combina métodos teóricos y métodos empíricos, como la observación pedagógica, la prueba pedagógica, el pre-experimento, la valoración por especialistas.

Las conclusiones afirman que el aplicar el proceder didáctico permite leer el filme como un texto audiovisual, y, de esta forma, apreciar los significados y la calidad del filme. Asimismo, esta metodología otorga nuevos enfoques para que los futuros docentes puedan desarrollar herramientas que potencien las competencias audiovisuales de sus estudiantes.

También, Jorge Tamara (2019) presentó la investigación titulada “Hacia un canon de la alfabetización cinematográfica: identificación y análisis de los contenidos utilizados con estudiantes preuniversitarios en España”, en la revista *Communication & Society*.

El propósito del artículo fue establecer un diagnóstico de las principales iniciativas y proyectos que fomentan la alfabetización audiovisual en España, para poder identificar los contenidos y la metodología empleados. Se analizaron un total de 65 entidades y proyectos audiovisuales españoles.

El investigador concluye que los contenidos audiovisuales usados para la alfabetización de los estudiantes preuniversitarios se han centrado en un estudio biologicista de la historia del cine universal. No hay lugar para productos propios de España, y priman contenidos extranjeros que impiden establecer una memoria audiovisual del país.

Esta investigación resulta importante porque enfatiza en el valor de la alfabetización audiovisual como metodología que permite desarrollar una mirada crítica de la sociedad. El tener un dominio del análisis fílmico no sirve solo para conocer realizadores audiovisuales y películas, sino para formarnos un criterio propio del mundo que nos rodea y desarrollar un pensamiento analítico.

Así pues, Gonzáles de Arce (2021) presentó el artículo “Microanálisis fílmico y teoría del cine en la alfabetización audiovisual: estrategias didácticas desde y para la práctica docente universitaria”, en la *Revista de Investigación y Pedagogía “Praxis & Saber”*.

La investigación postula que el microanálisis fílmico mediante el análisis de secuencias es una herramienta pedagógica que permite enseñar cine en el ámbito universitario. Para ello, realiza un estudio de experiencias didácticas que buscan la alfabetización audiovisual.

El artículo concluye que el microanálisis es un punto de partida para la alfabetización audiovisual en los salones de clase. Sin embargo, para poder alfabetizar es necesario, primero, lograr que los alumnos reflexionen de forma crítica lo que están viendo y comprendan el trasfondo teórico del análisis cinematográfico.

El valor de esta investigación recae en la aproximación que hace sobre los intentos por desarrollar una teoría de alfabetización audiovisual en los salones de clase universitarios. Además, de proponer al análisis de secuencias (microanálisis) como una herramienta que puede propiciar la alfabetización audiovisual.

1.5.2 Antecedentes nacionales

Lecaros (2014) realizó una tesis de doctorado en Educación en la Universidad San Martín de Porres (Perú) titulada: “Material educativo audiovisual y su influencia en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de Opinión Pública: Universidad Jaime Bausate y Meza”.

La investigación tiene un diseño no experimental, nivel explicativo causal, de un enfoque cuantitativo, con una muestra no probabilística, intencional. Se aplicaron los métodos de observación, la entrevista y la encuesta, empleando el método inductivo deductivo. La muestra no probabilística estuvo conformada por tres docentes y doscientos estudiantes, del curso de Opinión Pública, V Ciclo académico del 2012-I y 2012-II turnos tarde y noche.

El tesista concluye en que la aplicación de los materiales educativos audiovisuales influye significativamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes en grado significativamente alto.

Esta investigación resulta de utilidad porque explica con profundidad la relación de los textos audiovisuales y la educación superior en un contexto peruano, además de estar enmarcada en el ámbito de formación profesional de la carrera de Comunicación. Asimismo, aborda con precisión la influencia que tienen los textos audiovisuales en los procesos de aprendizajes.

De igual forma, Lombardi (2016) realizó la tesis de maestría en Educación en la Universidad Privada Antenor Orrego (Perú) titulada “Uso de cortometrajes como estrategia didáctica para mejorar la competencia comunicativa de los estudiantes del curso Narrativa Audiovisual de Ciencias de la Comunicación de la UPAO 2014”.

El propósito de la investigación fue determinar en qué medida el uso de cortometrajes como estrategia didáctica mejora la competencia comunicativa de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. El tipo de investigación fue aplicada y con un diseño cuasiexperimental con grupos no equivalentes con pretest y posttest. El uso de cortometrajes estuvo constituido por 10 sesiones de enseñanza-aprendizaje.

El tesista concluye que el nivel de las competencias comunicativas en el área audiovisual de los estudiantes es deficiente. Los alumnos reconocen la naturaleza y morfología narrativa, pero no de la narración audiovisual, desconocen los elementos de la narración audiovisual. El conocimiento del lenguaje audiovisual en sus dimensiones morfológica, sintáctica y semántica es básico y experiencial como parte de su vida cotidiana, pero no profesional ni técnica. Asimismo, en el lado de la escritura de guion, los estudiantes tienen problemas al identificar géneros, personaje y escenario; así como, en la construcción de significados. Esto al ser aplicado al diseño de un guion evidencian que los estudiantes no argumentan racionalmente con criterio técnico sus decisiones y planteamientos. Finalmente, en el campo de la producción audiovisual, el trabajo en equipo resulta difícil, igual que el desempeño de

roles dentro de la realización -director, productor, actor, guionista- debido a que existen diferentes modos de abordar las tareas.

Esta investigación resulta muy útil porque aborda una problemática que está presente en los estudiantes de la carrera de Comunicación en el Perú: las deficientes competencias comunicativas en el área audiovisual.

Por otro lado, Arbañil, Martínez y Zorrilla (2016) realizaron la investigación titulada “El cine peruano en el aula de las escuelas secundarias como medio de construcción de la memoria histórica peruana”, que se presentó como artículo en la Revista Educación y Comunicación.

El propósito de la investigación fue usar el cine peruano como una herramienta de aprendizaje para la construcción de la memoria histórica peruana, como parte de una metodología de enseñanza para las escuelas de secundaria.

Los investigadores concluyeron que, para poder usar películas en las escuelas secundarias, estas deben estar contextualizadas y organizadas de modo que haya mayor comprensión. Además de hacer énfasis en el poder educativo del cine, y el uso de películas como sustento político, cultural, ideológico, y para conocer otros modos de entender la sociedad.

Asimismo, Meza y Helfer (2018) presentaron la investigación titulada “El cine como recurso pedagógico en el aprendizaje significativo en los estudiantes de la Universidad Científica del Sur”, como tesis de maestría para la Escuela de Posgrado de la Universidad Tecnológica del Perú.

En la tesis, los autores buscan explorar las posibilidades que les ofrece el cine como herramienta para una propuesta pedagógica. Mediante el uso de un diseño preexperimental, los investigadores proyectaron un número de películas a los alumnos del curso de Marketing Global para poder evaluar el desempeño y la obtención de logros de aprendizaje. Para ello, se establecieron indicadores como logro cognitivo, logro procedimental y logro actitudinal.

Se concluyó que el cine como recurso pedagógico incide de manera favorable en el desarrollo del aprendizaje significativo en los estudiantes del curso de Marketing Global de la Universidad Científica del Sur. De este modo, el uso del cine como herramienta para entender casos o temas complejos de la asignatura resulta favorable.

La importancia de esta investigación recae en el reconocimiento de la alfabetización audiovisual como una metodología necesaria para el desarrollo profesional de los estudiantes de la carrera de Comunicación. Asimismo, los tesisistas enfatizan en potenciar la competencia en comunicación audiovisual de modo que permita una comprensión holística de todos los elementos y factores que implican a un producto audiovisual.

1.5.3 Antecedentes locales

Ingrid Paredes-Zapata (2018) realizó la tesis “El cine como recurso educativo para la apreciación de valores en alumnos universitarios: diseño de propuesta metodológica”, como tesis de Maestría en Educación con Mención en Psicopedagogía por la Universidad de Piura.

En la investigación buscó demostrar que el cine puede ser un efectivo recurso educativo para la apreciación en valores en alumnos universitarios, ello a través del diseño de una propuesta metodológica que propicie la captación de los valores en las películas, por parte de los estudiantes universitarios. Para ello se aplicó un diseño metodológico que constó del análisis de cuatro películas a alumnos universitarios.

La tesista concluye que el cine es una herramienta que permite mostrar y reflejar valores. Asimismo, plantea que el diseño de análisis permite comprender que cada espectador analiza e interpreta los valores de las películas desde su propia escala de valores y perspectiva.

Esta investigación resulta de importancia porque muestra al cine como una herramienta psicopedagógica y su capacidad de transmitir valores y realidades. Asimismo, en este estudio se plantea una guía de análisis que puede ser de utilidad para diseñar métodos que midan el análisis fílmico.



Capítulo 2 Marco teórico

En este capítulo se estudiarán las bases conceptuales del análisis fílmico y sus dimensiones.

2.1 La competencia en comunicación audiovisual y educación cinematográfica

Antes de profundizar en la base teórica de la presente investigación, se debe precisar algunos alcances sobre la competencia en comunicación audiovisual como la capacidad que permite desarrollar el dominio de análisis fílmico. Los estudiantes que ingresan a las facultades de comunicación poseen un determinado bagaje audiovisual, el cual ha sido potenciado, en mayor o menor medida, en sus centros de estudios previos.

La alfabetización audiovisual en las escuelas posibilita el desarrollo de competencias en comunicación audiovisual, esto es, “la capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo” (Férreres, 2002, p. 102). De esta forma, estimular la alfabetización mediática –y, en consecuencia, la audiovisual– permite ejercer libremente los derechos de la libertad intelectual y el acceso a la cultura, planteados por la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (González, 2021).

En este sentido, ser competente en comunicación audiovisual implica comprender de manera crítica los contenidos audiovisuales, pero también poder producir mensajes audiovisuales capaces de ser entendidos y que sean eficaces (Santibáñez et al., 2016).

Frente a la problemática planteada en el capítulo anterior, donde los productos audiovisuales son vistos como mero entretenimiento, Joan Ferrés (2007) realizó una investigación titulada “La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores”, cuyo “objetivo pretende definir las dimensiones que debería atender una educación en comunicación audiovisual y señalar los indicadores mediante los que se deberían valorar los resultados de esta educación” (p. 100). Mediante este documento, Ferrés busca precisar cómo medir e incluir la educación en comunicación audiovisual en los currículos educativos. Para ello, recurrió a la ayuda de 54 expertos del ámbito latinoamericano.

Entre sus resultados se resalta la aplicación de las seis dimensiones que comprenden la competencia en comunicación audiovisual: el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción y programación, la ideología y los valores, y la recepción y la audiencia.

La dimensión del lenguaje –la cual nos compete en el desarrollo de esta investigación– se basa en el conocimiento de los códigos del lenguaje audiovisual (Ferrés, 2007). De modo, que su identificación nos “permita analizar mensajes escritos y audiovisuales desde la perspectiva del sentido y el significado, de las estructuras narrativas y de las categorías y géneros” (Mateus y Suárez – Guerrero, 2017, p. 134).

Con esto, conocer los códigos audiovisuales les permite a los estudiantes valorar los recursos utilizados en el filme, desde una perspectiva narrativa, estética y expresiva (Ferrés, 2007). Además de

comprender el porqué de las decisiones tomadas, el uso de la iluminación, del sonido, de la edición, del ritmo. Del mismo modo, la capacidad de identificar los distintos géneros de ficción, no ficción, y valorar la estructura de un relato audiovisual (Mateus, Andrada y Ferrés).

Así pues, el estudio y valoración de los códigos del lenguaje audiovisual en un determinado producto son parte del análisis fílmico, una herramienta necesaria para la alfabetización cinematográfica. Por ello, para poder identificar si un estudiante universitario ha desarrollado una buena competencia en comunicación audiovisual es necesario conocer qué es el análisis fílmico, cuáles son los métodos de análisis fílmico que existen y sus elementos.

En la misma línea, tenemos la competencia en educación cinematográfica. La cual es descrita como "(...) la capacidad de ser consciente y curioso en la elección de películas; la competencia para ver críticamente una película y analizar su contenido, lenguaje cinematográfico y aspectos técnicos (...)" (Comisión Europea, 2017, p.3).

Para poder desarrollar esta competencia, el Film Education Group plantea que antes de deben desarrollar cuatro competencias específicas (Hinterberg, 2013):

- Competencia analítica: comprender y analizar los elementos formales y narrativos del lenguaje audiovisual.
- Competencia contextual: conocimiento de contexto social, económico e histórico de la producción y consumo de los filmes.
- Competencia de producción: capacidad de los escolares para crear sus propias obras audiovisuales.
- Competencia canónica: identificación de un corpus de filmes que se considera imprescindible.

Las competencias en comunicación audiovisual y educación cinematográfica resaltan la importancia de la alfabetización audiovisual en las escuelas. Para poder medir estas competencias, es necesario conocer la herramienta del análisis fílmico.

2.2 Base conceptual de la investigación: el análisis fílmico

2.2.1 Análisis fílmico

Para Vayone y Goliot-Lété (2008), el análisis fílmico debe ser comprendido como un encargo, como una tarea a nivel institucional, más no como un fin en sí mismo. En este sentido, para los autores el análisis fílmico tiene dos significados: el análisis y el resultado de dicho análisis. Por ello, afirman:

“Analizar una película o un fragmento es, ante todo, en el sentido científico del término —al igual que se analiza, por ejemplo, la composición química del agua, descomponerla en sus elementos constituyentes. Es romper, descoher, desensamblar, sacar muestra, separar, quitar y nombrar materiales que percibimos aisladamente ‘a simple vista’ porque estamos acaparados por la totalidad. Se parte, por tanto, del texto cinematográfico para ‘deconstruirlo’

y obtener un conjunto de elementos distintos a los de la película en sí” (Vayone y Goliot-Lété, 2008, pp. 11-12).

En este planteamiento, el análisis fílmico es una actividad que depende de quién la realiza y de los objetivos que este persiga. No es por ello, una actividad meramente neutral u objetiva, sino que va a estar limitada por su utilidad final.

En la misma línea, Aumont y Marie (1990) llegan a la conclusión de que para realizar un análisis fílmico es necesario seguir las siguientes premisas:

- No existe un método universal para analizar films.
- El análisis del film es interminable, porque siempre quedará en diferentes grados de precisión y de extensión, algo que analizar.
- Es necesario conocer la Historia del cine y la Historia de los discursos existentes sobre el film escogido para no repetirlos, además de elegir en primer término el tipo de lectura que se desea practicar (Pérez y Muñoz, 2014).

Por otro lado, Marzal Felici (2007, pp. 64-65), plantea que el análisis fílmico es una actividad imprescindible para “la formación de ciudadanos críticos y constituye un background imprescindible para abordar el estudio y análisis de otros medios de comunicación audiovisuales”. Esto es, el análisis fílmico sirve como un puente que permite plantear métodos de comprensión no solo de los films, sino de cualquier otro contenido puramente audiovisual.

2.2.2 Métodos de análisis fílmico

Son muchos los estudios y las teorías que proponen modelos de análisis fílmico. Esto se debe a que no existe un solo método que pueda analizar un film en todas sus manifestaciones. Siempre es quien analiza el que establece y adapta sus propios métodos, de acuerdo con el fin o intención que busca (Sulbarán, 2000).

Las propuestas de análisis fílmicos más importantes siempre han sido las impuestas por las industrias europeas y estadounidenses.

Así, Cassetti y Di Chio (1994) proponen en su estudio “Cómo analizar un film”, cuatro etapas de análisis de un texto audiovisual.

- Segmentar o descomposición: subdividir el film en sus partes.
- Estratificar: examinar los componentes internos.
- Enumerar y ordenar.
- Recomponer y remodelizar.

En esta propuesta, los autores hacen énfasis en el análisis de la forma y el fondo de un texto audiovisual, es decir, un acercamiento a su función gramática y retórica. (p.89).

Por su parte, David Bordwell (1990) plantea un método de análisis fílmico que se centra en el cine clásico de Hollywood. El autor destaca el estudio descriptivo de siete elementos que, según él,

componen el cine narrativo. Estos son: causalidad, tiempo, espacio, estructura narrativa, tipo de narración, narrador y, las convenciones o géneros (Sulbarán, 2000). Sin embargo, este método resulta incompleto, puesto que el autor no considera a los personajes los cuales constituyen una parte fundamental de toda obra cinematográfica.

Por otro lado, Gispert (2009) entiende a un texto fílmico como una unidad discursiva que tiene un significado en sí mismo, en la cual hay una coexistencia de imágenes y sonidos, y que se caracteriza por tener elementos propios de la representación y la narración.

La representación es entendida como reproducción, hacer presente algo que no está y sustituirlo (Casetti y Di Chio, 1994). La idea de representación también se identifica con la evocación y el acto de situar elementos parecidos a algo en relación con la mente y los sentidos (Zunzunegui, 1992). Desde una perspectiva aristotélica, la representación está compuesta por mimesis y poiesis. “La mimesis consiste en la capacidad que tienen las artes para imitar el mundo existente, mientras que la poiesis se caracteriza por la posibilidad de construir un universo artístico a partir de la imaginación” (Gispert, 2009, p.52).

Mientras que la narración, señala Gispert (2009), es un discurso que, en un determinado medio de expresión, explica una historia, que se rige por sus propias leyes diegéticas. Chantman (1990) explica que la narración se puede dividir en dos partes: la forma narrativa y su manifestación.

Por otra parte, Lamet, Ródenas y Gallego (1968) explican varios esquemas o modelos de análisis de textos audiovisuales. Dentro de estos encontramos, el Esquema Estético-Moral de Guidetti, que busca una valoración estética, centrándose en el tratamiento cinematográfico del texto en relación con el tema que toca (encadres, planos, iluminación, música, vestuario, diálogos, actores), y una valoración moral, esto, es si son morales o inmorales, convenientes o inconvenientes, los aspectos estudiados anteriormente.

Otro esquema tratado en este estudio es el Esquema Fenomenológico de Cameli, el cual divide el análisis en cuatro fases:

- Evocación: tratar los temas e ideas generales del film.
- Clasificación: identificar los principales aspectos estéticos, psicológicos, filosóficos, sociales y técnicos del film.
- Comprensión: el sentido moral o filosófico del filme.
- Apreciación: establecer contrastes entre el fil y otras realidades, films, libros, obras de teatro.

En la misma línea, el Esquema Analítico de Rambaud busca estudiar todos los aspectos de un texto audiovisual separándolos en

- Análisis de la trama: expresar el argumento y las secuencias
- Análisis dramático: la atmósfera y la progresión dramática.

- Análisis cinematográfico: planificación de imágenes, planos y movimientos, el montaje y el sonido.
- Género y estilo: identificar el género del film así como los rasgos propios del autor.
- Temas y significación del film: identificar los problemas, las soluciones y las comparaciones con otros textos.

Frente a los modelos anteriores, el Esquema por etapas del film de Rafael de Andres plantea un estudio que ocupe los momentos de creación del texto audiovisual.

- Guion: analizar los aspectos literarios y técnicos del guion.
- Rodaje: se divide en el estudio de la dirección, la interpretación (de actores), los movimientos de cámara, el sonido, la luz, el decorado, la indumentaria y el color.
- Montaje: la selección de fragmentos, el uso de enlaces, el ritmo, y el doblaje.

Por su parte, Sánchez Noriega (2002) evidencia la existencia de cuatro elementos en el lenguaje audiovisual: los elementos profílmicos, los códigos visuales, los códigos sonoros y los códigos sintácticos

Los elementos profílmicos hacen referencia a la escenografía y la caracterización. En los códigos visuales encontramos el <<cuadro>>, también conocido como plano, la iluminación y el movimiento. Mientras que los códigos sonoros son la banda sonora de un texto audiovisual que está compuesta por voz, ruidos y música. Por último, los códigos sintácticos abarcan el montaje.

Un último modelo de análisis audiovisual es el planteado por Caparrós (2007), que lo divide en elementos éticos, estéticos y dialécticos:

- Elementos éticos: se encuentra el argumento, los temas, el contexto y la significación del film.
- Elementos estéticos: es decir, los elementos técnicos (óptica, tono, color, enfoque, recursos técnico-físicos) y los elementos técnico-lingüísticos (encuadres, disposición y la parte creacional.
- Elementos dialécticos: las significaciones y connotaciones del film.

Finalmente, es necesario entender que, como lo afirma Bordwell (1989), los métodos de análisis que han derivado de las teorías cinematográficas han ido evolucionando desde una búsqueda de métodos específicos hacia la integración de elementos que provienen de campos tan diversos como la antropología, la teoría literaria, la teoría del arte, la fotografía y, en general, todas las disciplinas sociales y humanísticas (Zavala, 2015)

No obstante, desde el punto de vista pedagógico y educativo, existen algunos métodos de análisis fílmicos que buscan una comprensión más colaborativa e integradora. Uno de ellos es el planteamiento de Ortega (1999), el cual en su análisis colaborativo destaca el diseño de estrategias

didácticas que buscan combinar el análisis de los planos de las secuencias claves y el análisis global de grandes unidades estructurales usando como herramienta pedagógica los debates críticos.

Ortega (1999) plantea la existencia de cuatro campos de análisis colaborativos.

- Valoración estética. Se realiza delimitando el tema, estudiando la riqueza del guion, la adecuación a la traducción audiovisual, la funcionalidad de las escenas respecto al guion, el ritmo de atención del espectador, el nivel de belleza y armonía conseguidos en el decorado, exteriores, vestuario, gestos, lenguaje verbal, música, doblaje, etcétera.
- Valoración psicoemocional. Expresa la significación personal del argumento, los efectos emotivos y persuasivos de las secuencias clave, iluminación, cromatismo, encuadre y angulación, efectos sonoros y melodías musicales, ritmo del texto audiovisual, etcétera.
- Valoración social. Teniendo en cuenta el momento de aparición y difusión de la obra, los posibles intereses económicos que persigue, los grupos sociales a los que defiende, el público a quien va dirigida y sus fines sociológicos.
- Valoración ética, mediante el descubrimiento de los valores y contravalores ocultos en el guion, el comportamiento de los personajes, las letras de las canciones, los ocultamientos argumentales, las secuencias fotográficas, etcétera.

Otra herramienta valiosa, que suele ser definida como un método de análisis filmico, es el cinefórum. González (1980), lo define como

“una actividad grupal en la que, a partir del lenguaje cinematográfico o el cine, y a través de una dinámica interactiva o de comunicación entre sus participantes, se pretende llegar al descubrimiento, la interiorización y la vivencia de unas realidades y actitudes latentes en el grupo o proyectadas en la sociedad” (Pérez y Muñoz, 2014, p. 128).

El aporte significativo del cinefórum radica, según González (1996), en sus características como método integrador y colaborativo:

- El cinefórum es una actividad de grupo. Su principal objetivo es completar esta experiencia individual mediante el diálogo, estimulando la expresión de las emociones suscitadas y las ideas sugeridas.
- Es una herramienta educativa, ya que persigue una reflexión crítica sobre las propias actitudes, valores y creencias. El diálogo de grupo debe ser la vía que permita manifestar y contrastar las respectivas posturas personales y, de esta forma, confrontándolas, revisar su validez, descubrir nuevas perspectivas, etcétera.
- Debe ser una actividad atractiva al conjugarse los objetivos educativos relacionados con actitudes y valores con la apreciación de los aspectos lúdicos y estéticos propios de las películas: la música, la fotografía, la intriga, la acción.

- Debe incorporar un claro componente cinéfilo, al permitir el descubrimiento de las características y las posibilidades del lenguaje cinematográfico.
- Tiene que valorar el impacto emocional producido, alentando la manifestación y la puesta en común de las emociones suscitadas por la película.

Después de una breve descripción sobre los diferentes métodos de análisis, y a efectos de esta investigación, se abordarán las cinco dimensiones del análisis fílmico las cuales corresponderán como indicadores para medir el dominio del análisis en estudiantes de primer ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Las dimensiones consideradas en nuestro estudio están basadas en la propuesta metodológica de análisis fílmico de Antonio Cantos (2013). Creemos pertinente la elección de esta metodología por tres razones: por ser actual, por estar pensada para aplicarla en las aulas y porque recoge la mayoría de las teorías cinematográficas referidas al análisis cinematográfico.

Cantos (2013), es consciente de la necesidad de la alfabetización audiovisual y del análisis fílmico como recurso didáctico: “Como solución a este problema, nuestro enfoque metodológico propone un proyecto amplio de alfabetización audiovisual en el aula tomando como eje globalizador el cine: trascender la mera contemplación de una película para generar un recurso didáctico muy valioso que ayude a la alfabetización audiovisual del alumno-futuro ciudadano” (p. 1).

Cabe destacar que la metodología de Cantos considera dos procesos importantes del análisis fílmico, la descripción y la interpretación: “Desde esta perspectiva en la que abordamos el análisis fílmico, nos centramos, por consiguiente, en una doble tarea: descomponer el film en sus elementos constituyentes (deconstruir para describir) y establecer relaciones entre tales elementos para comprender y explicar los mecanismos que le permiten constituir un “todo significativo”(reconstruir para interpretar)” (2013, p. 5).

En resumen, en el mencionado método de análisis fílmico hay interpretación y valoración del texto fílmico en la que, según Cantos, se persiguen tres objetivos:

1. Contextualizar el film (lectura situacional): situarlo dentro de la filmografía del autor, de la historia del cine, de la industria y del ámbito sociocultural en que se inscribe.
2. Buscar la idea central desde los núcleos narrativos (lectura fílmica): analizar el film desde el punto de vista narrativo (argumento, historia, estructura, personajes, relato), artístico o estético (elementos lingüísticos) y temático.
3. Realizar un juicio global sobre el film en cuanto recibido (lectura valorativa).

Seguidamente desarrollaremos cada una de las dimensiones del análisis fílmico, tomando en cuenta los indicadores y contenidos que corresponden a cada una.

2.2.2.1 Elementos situacionales. La lectura situacional es la contextualización del film, esto es, situarlo dentro de la filmografía del autor, de la historia del cine, de la industria y del ámbito sociocultural en que se inscribe (Cantos, 2013). El análisis situacional implica centrarse en el texto audiovisual como hecho cinematográfico, es decir, estudiar lo “exterior al filme como objeto concreto” (López, 2003, p.265).

En este análisis se debe tomar en cuenta elementos como la ideología y la cultura de la época. Cantos (2013) explica que dentro de los elementos situacionales es importante tomar en cuenta “el espacio sociocultural en que se inscribe la película, es decir, la ideología y la cultura de la época y del país en cuestión, que ponen de relieve, tanto desde la industria como desde la recepción por el público” (p.9).

Asimismo, también, conocer las otras obras audiovisuales del autor implica una profundización de las cuestiones estilísticas de este y sus preocupaciones temáticas, para poder indicar en qué medida este film las subraya o las contradice y las razones para una u otra decisión estilística tomada (Sánchez, 2002)

El elemento situacional es importante porque gracias a este podemos medir qué tanto de cultura cinematográfica tienen los estudiantes, qué tanto conocen de directores de cine, de corrientes y estilos cinematográficos. Pero, también, permite desarrollar o poner de relieve capacidades espaciotemporales que permitan situar el texto audiovisual en una determinada época y lugar, para poder ser comprendida desde ese contexto y enriquecer su análisis.

2.2.2.2 Elementos narrativos. Un texto audiovisual debe ser entendido como una narración de sucesos, con una secuencia lógica ubicados en un espacio y tiempo, protagonizados por unos personajes que transmiten discursos (Sánchez, 2002). Es por ello, que se puede afirmar que “la lectura narrativa se centra en el análisis de los elementos formales del relato” (Cantos, 2013, p.11).

En este sentido, un texto fílmico es un relato, una narración, que se compone de tres elementos: narrador, tiempo y existentes.

“El narrador o voz narrativa es quien produce la acción narrativa, las técnicas y estrategias por medio de las cuales se cuenta una ficción. Se postula en la medida en que es responsable de los componentes, tanto de la historia como del discurso, y, en conjunto, del estilo literario o fílmico” (Sanchez, 2002, p.47).

El narrador se convierte en la voz y el prisma desde la cual se muestra una parte todo el film. En este sentido el narrador puede ser de tres formas: intradiegético (forma parte del texto audiovisual), extradiegético (se encuentra fuera del texto audiovisual) o metadiegético (Gómez, 2010).

En el aspecto del narrador también es necesario hablar del punto de vista, esto es, la relación entre el narrador y el film y todo el universo fílmico representado en el texto audiovisual. “El punto de

vista se ocupa de la narración de la historia a través de un personaje, presente en la mayoría de las escenas, y determina el eje del relato, así como su línea dramática” (Sulbarán, 2000, p.58).

Por otro lado, tenemos el tiempo. Vale (1992) entiende que el tiempo al ser abstracto e invisible solo puede ser representado por sus manifestaciones concretas. Es por ello por lo que, dentro del film, el tiempo es entendido en términos de orden, duración y frecuencia.

El orden es la disposición temporal del texto audiovisual el cual puede estar narrado de forma lineal, donde los sucesos se dan de modo cronológico, o el relato no lineal, donde se rompe la cronología de los acontecimientos (Sánchez, 2002).

Dentro de la narración no lineal, se usan técnicas de narración para lograr ese efecto de ausencia de cronología, estas son las analepsis (saltos al pasado) y las prolepsis (saltos al futuro) (Cuevas, 2009).

La duración del tiempo está definida por la relación entre el tiempo del relato y el tiempo de la historia, dependiendo de esto, se establecen las siguientes operaciones:

Sumario: el relato acelera la historia y, por lo tanto, el tiempo del relato es menor que el tiempo de la historia (Cuevas, 2009).

Dilación: es el procedimiento contrario al sumario. Por ello, se toma más tiempo en narrar algunos hechos que el que esos hechos ocupan en la historia. Se usa para subrayar la intensidad dramática de un momento (Sánchez, 2002).

Escena: el tiempo del relato y el tiempo de la historia coinciden.

Elipsis: es una técnica retórica en la cual el relato omite un fragmento de la historia (Sánchez, 2002).

Pausa: el tiempo de la historia es cero mientras que el tiempo del relato adquiere un tiempo indefinido. Se usa como una función descriptiva (Cuevas, 2009).

Finalmente, dentro del tiempo tenemos la frecuencia, la cual es el número de veces en la que un hecho de la historia se repite en un relato. Puede ser: singular (los hechos han sucedido el mismo número de veces en la historia), repetitivo (un hecho que ha sucedido una sola vez es contado varias veces) y reiterativo (un hecho que ha sucedió varias en la historia es contado una sola vez).

La última parte de los elementos narrativos son los existentes, que comprenden personajes y escenarios.

Por un lado, el personaje ha sido entendido y clasificado de varias formas. Una de ellas, planteada por Cassetti y Di Chio (1994) entiende al personaje como persona, rol y actante. Otra clasificación, Egri (2009) apunta al personaje desde un estudio tridimensional atendiendo a sus características físicas psicológicas y sociológicas. Por último, Forster (1983) desde la perspectiva de representación y construcción de personajes plantea la existencia de dos tipos: planos y redondos.

El personaje puede ser analizado desde varias perspectivas, pero es esencial que todo personaje atraviese por conflictos que condicionan sus futuras acciones y decisiones (Seger, 1999). Ya que el conflicto es considerado “la esencia de cualquier relato” (Sanchez-Escalonilla, 2016, 19), porque a su vez, condiciona la estructura dramática que tendrá el relato.

El otro elemento existente es el escenario o espacio. Este puede tener dos funciones. Espacio como acción o marco de referencia donde se sitúan los personajes, lo que permite contextualizar el lugar, la época y el entorno en el que se desarrolla el relato. Y el espacio como actuación, cuando el espacio se vuelve un personaje más porque ha sido construido y dotado de significado y relevancia (Sánchez, 2002). El escenario, en este sentido, es “un contenedor de lo que ocurre en el filme” (Pérez, 2016, p.546).

No obstante, el valor de un escenario reside en qué tanto permite conocer al personaje. Los escenarios o espacios que estén asociados a ciertos personajes suelen tener un carácter más simbólico que narrativo (Welleck y Warren, 1985). Así a través del espacio que ocupan se puede conocer su psicología, conflictos, etc. (Neira, 1998). y son los espacios más cercanos e íntimos los que mostrarán más datos y características de los personajes que la misma narración (Pérez, 2016).

2.2.2.3 Elementos estéticos. Comprenden los elementos profílmicos, los códigos visuales, los códigos sonoros y los códigos sintácticos.

Los elementos profílmicos hacen referencia a la escenografía y la caracterización. Lo profílmico, conocido como puesta en escena, implica la escenificación de la acción a filmar frente a la cámara. Para ello se apoya del espacio real seleccionado para grabar, los objetos elegidos distribuidos en dicho espacio, los actores en su ubicación concreta junto con el vestuario y maquillaje, y los efectos especiales (Sánchez, 2002).

La importancia de la puesta en escena radica en que intensifica el dramatismo de escenas concretas, materializa los sentimientos y emociones de los personajes, compone un clima plástico y fija las condiciones del lugar y del tiempo (Zubiaur, 1999). Es por ello que Zavala (2015) afirma que “la puesta en escena está sometida a las necesidades dramáticas de la narración, de tal manera que el espacio acompaña al personaje” (p.109). esta relación entre escenografía y personaje es lo que le otorga unidad a cada secuencia.

La caracterización, en cambio, “es el conjunto de detalles que constituyen el aspecto y el comportamiento de un personaje determinado” (Chion, 1988, p.178). Y, además, busca similar a una época y lugar, lo cual ubica al texto audiovisual dentro un determinado género; además, de informar sobre los personajes y sus características, tales como su profesión, cultura, modo de vida, etc. (Sánchez, 2002). La caracterización comprende todos los aspectos de un ser humano materializados en el film.

Sin embargo, la caracterización, para Sulbarán (2000), está muy ligada con el conflicto de los personajes y la temática del film. Esto se aleja de los planteamientos anteriores, puesto que esta definición está más centrada en el personaje, sus acciones, conflictos y psicología.

En los códigos visuales encontramos el plano. El plano resulta importante porque es reconocido como la unidad mínima del lenguaje cinematográfico (Pérez y Muños, 2014). Es en la combinación de planos donde se le da el sentido a un film.

El plano tiene varias acepciones, de entre ellas se destacan dos. La primera entiende al plano como una escala, la cual depende de la distancia entre el objeto o sujeto y la cámara. Aquí se identifican varios tipos de plano: gran plano general, plano general, plano conjunto, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano, primerísimo primer plano, y plano detalle (Martin, 2005). mientras que la segunda acepción, según Begoña (2005), el plano es la unidad mínima que capta una cámara durante una toma ininterrumpidamente.

Por otro lado, el carácter narrativo y simbólico de un plano depende del encuadre y su duración. Un determinado encuadre puede resaltar algunos elementos y no mostrar otros (Pérez-Ruffi, 2016). De este modo, el plano potencia ciertas características, objetos y sujetos de acuerdo a su presencia en él. Asimismo, el plano no solo se construye en el espacio sino también en el tiempo. El sentido de un plano depende en gran medida de los otros y de su duración (López-Agulló, 2013). es por ello, que un plano corto puede no ser tan importante como un plano largo donde nuestra atención es más requerida.

Otros códigos visuales son la iluminación, la cual determina las claves visuales -clave alta o baja- del texto; y el movimiento, que otorga dinamismo a la acción dramática.

También están los códigos sonoros. La banda sonora de un texto audiovisual está compuesta por voz, ruidos y música. La voz supone la caracterización de los personajes. La banda de ruidos, o efectos sonoros, tiene una función representativa que otorga realismo y verosimilitud al texto audiovisual, y una función expresiva que crea un ritmo en el texto. Como último elemento, la música funciona como un elemento que otorga significados, refuerza lo reproducido en pantalla y facilita la transición de imágenes (Sánchez, 2002).

Finalmente, los códigos sintácticos abarcan el montaje. Esto es, la articulación de los planos y secuencias para crear ritmo y establecer la duración del texto. El análisis del montaje busca “determinar las estrategias de compaginación que contribuyen a la legibilidad e intencionalidad de la narración” (Aristizábal y Pinilla, 2017). El tipo de montaje ayuda a construir la intencionalidad del filme, y permite cohesionar la estructura narrativa de modo que el inicio y el final del relato tengan relación en la forma, fondo y argumentación (Eisenstein, 2012).

2.2.2.4 Elementos temáticos. Entre los elementos temáticos se encuentra la identificación del tema o idea central del film. Así como, de los problemas que se presentan y las soluciones (o no soluciones) que busca el texto audiovisual.

Esto es posible ya que “todo el texto e incluso toda la obra de un cineasta, en cierto modo, constituye una afirmación emblemática que remite a una determinada visión del mundo, confiriendo inteligibilidad y peso humano al relato” (Cantos, 2013, p. 14).

Así pues, es necesario establecer una diferencia entre tema, motivo y argumentos. El argumento “son todos los hechos de la historia, la continuidad de sucesos, la articulación de motivos” (Sánchez, 2002, p.64). mientras que los motivos son las unidades mínimas de significación, es reiterativo y simbólico (Sulbarán, 2000).

Para poder analizar los elementos temáticos, Cantos (2013) plantea los siguientes procedimientos metodológicos:

- Detectar los ejes estructurales: entendidos como líneas de fuerza o constantes ideológicas en torno a las que se organizan los núcleos narrativos. Suponen una abstracción de las acciones y de las situaciones que vertebran la historia.
- Analizar el nivel de universalidad o de significación: nos referimos, concretamente, al grado último de simbolismo, que admiten los personajes o la historia. Descubrir si tienen un valor único en su singularidad o funcionan como símbolos, como representación de una categoría más amplia de persona, de relato.
- Formular el tema principal: la idea central, la intención última, explícita o implícita, o como significación última.

De este modo quedará claro cuál es la intención del autor del texto audiovisual. Así atendemos al porqué de su narración.

2.2.2.5 Elementos valorativos. La valoración implica entender el film de un modo global, y poder así emitir un juicio crítico con respecto a elementos particulares y generales del texto audiovisual.

Caparrós (2007) explica que la valoración del film se basa en identificar y sustentar cuáles han sido desde la propia opinión, las cualidades y los defectos u errores de la obra audiovisual.

Esta valoración, en el fondo, lo que busca es explicar si ha habido una coherencia interna entre los elementos formales y los elementos temáticos. Tal como lo menciona Lamet, Ródenas y Gallego (1968) por medio de estos elementos se busca rescatar el valor y las características propias del texto que lo hacen diferentes de los otros; así como, atender a la lógica del texto y la relación del todo con sus partes.

En el siguiente apartado se va a diseñar la metodología para poder medir los elementos situacionales, narrativos, estéticos, temáticos y valorativos, como dimensiones del análisis fílmico.

Capítulo 3 Metodología

3.1 Paradigma o enfoque de investigación

La investigación se realizará asumiendo los fundamentos y orientaciones del paradigma cuantitativo o positivista

Se medirá la variable el dominio de análisis fílmico de los alumnos de I ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, mediante un instrumento sistemático, cuyos resultados se procesarán estadísticamente para determinar el grado del nivel antes mencionado.

El enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4).

3.2 Tipo de investigación

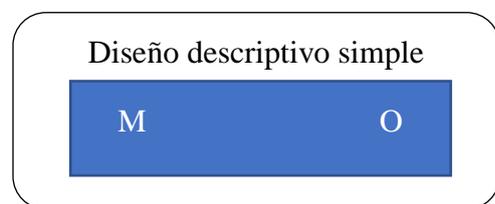
El estudio, según su finalidad, es una investigación básica; y según su nivel de profundidad es una investigación descriptiva (La torre, Del Rincón y Arnal, 2005).

Por un lado, es básica porque se pretende aportar explicación teórica sobre el dominio de análisis fílmico de los alumnos de I ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, y, por otro lado, es descriptiva porque va a enumerar características generales del hecho o fenómeno.

De allí que, de acuerdo con Vara (2015, p. 202) la investigación básica es aquella que tiene como propósito producir conocimiento, probando o adaptando teorías o investigando la relación entre variables. Asimismo, según Sanchez y Reyes (2006, p. 38) la investigación descriptiva “está orientada al conocimiento de la realidad tal como se presenta una situación espacio-temporal dada”.

3.3 Diseño de investigación

El diseño que orientará la observación y medición de la variable es descriptivo simple el mismo que se representa de la siguiente manera:



En el diagrama anterior

M: Representa la muestra de alumnos de I ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

O: Representa la observación o medición de la variable del análisis fílmico.

Un diseño descriptivo simple, de acuerdo con Sanchez y Reyes (2005, p. 103), “el investigador busca y recoge información contemporánea con respecto a una situación previamente determinada (objeto de estudio), no presentándose la administración o control de un tratamiento”.

3.4 Objeto de estudio

El objeto de estudio de esta investigación es el cortometraje Pop Squad perteneciente al segundo volumen de la antología de cortometrajes de animación de la serie de Netflix, Love, death and robots. Pop Squad ha sido dirigida por Jennifer Yuh Nelson, con guion adaptado a cargo de Phillip Gelatt y Tim Miller.

La serie es una de las más vistas de esta plataforma, sobre todo por un público joven:

“Netflix está en una racha infinita. Ya no se puede decir que sea casualidad; su plan, apropiarse del amor y la identidad de la generación millennial, funciona. Death & Robots tiene un 9 de media en IMDB con ya más de 20.000 votos. Y ha subido la escandalosa cifra de 514 puestos en el top de series más buscadas. Está en el número nueve y pronto es de esperar que asalte la parte más alta de la tabla, que domina Juego de Tronos inmediatamente seguida por dos originales de Netflix: La orden y The Umbrella Academy. Netflix es, por supuesto, la cabecera que más nombres acumula en el Top Ten (cuatro de diez)” (Sucasas, 24 de marzo de 2019).

La sinopsis de Pop Squad es “En un futuro en el que los recursos están controlados por los ricos, tener hijos está prohibido por el Estado. Un policía encargado de controlar a la población se verá enfrentado a una situación que le hará replantearse sus valores” (FILMAFFINITY, 2021).

De acuerdo a FilmAffinity, el corto ha recibido muy buenas críticas en: "Un corto que da mucho que pensar y que fácilmente puede ser uno de los mejores del año (...) Puntuación: ★★★★★ (sobre 5)" Greg Wheeler: The Review Geek. "Es de lejos la visión distópica más desafiante, emotiva y mejor desarrollada de todo el Volumen 2" Reuben Baron: CBR. "Es bastante oscuro y es uno de los cortometrajes más largos, pero aprovecha al máximo sus 15 minutos para contar una historia conmovedora". Petrana Radulovic: Polygon.

Cabe señalar que, la selección de un cortometraje como objeto de estudio responde, además de razones prácticas, a la tendencia de su uso como medio didáctico. El análisis fílmico de un cortometraje en las aulas permite iniciar un proceso de alfabetización audiovisual, en tanto se entienda al cortometraje como un texto audiovisual. Esta metodología resulta valiosa porque se centra la atención del estudiante en un producto audiovisual con una duración menor a la de una película, lo que requiere menos tiempo para su visualización y mayor tiempo para su análisis y discusión. Del mismo modo, al tener menor duración condensa mejor las ideas y los temas de tal forma que el proceso de alfabetización audiovisual toma menos tiempo y resulta más atractivo en las aulas (González, 2021).

El análisis de cortometrajes o secuencias es una herramienta muy utilizada en el campo escolar y universitario en Francia. De hecho, es un medio o modo de ingresar a la universidad: “El análisis de

secuencias es una herramienta requerida para los concursos escolares, administrativos y académicos, quizá desde hace quince años. Por otra parte, también es una carrera y un método para la aceptación de estudiantes en el sistema escolar de nivel superior. Esto significa que, si se tiene éxito en el análisis de secuencias, se puede ingresar a una de las universidades en Francia. El análisis cinematográfico es un método de selección entre buenos y malos estudiantes” (Zavala, 2011).

Una vez establecida la importancia del objeto de estudio, es necesario identificar y representar a la población y muestra de nuestra investigación.

3.5 Población y muestra

3.5.1 Población

La población estará representada por los alumnos del I nivel de la facultad de Comunicación.

La población se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 1.

Distribución de la población

Facultad Comunicación UDEP	Periodismo	Comunicaciones de Marketing	Comunicación Audiovisual	Total
Población	9	41	23	73

Fuente: Elaboración propia

La población está conformada por alumnos del I nivel de la facultad de Comunicación de las especialidades de Periodismo, Comunicaciones de Marketing y Comunicación Audiovisual. Son varones y mujeres con una edad promedio de 17 años.

3.5.2 Muestra

La muestra se determinó por muestreo no probabilístico, específicamente, muestreo intencional o por conveniencia, dado que se seleccionó a los estudiantes de primer ciclo de la facultad de Comunicación, para conocer su bagaje audiovisual antes de ingresar a la Universidad. La muestra es igual a la población.

3.6 Variables de investigación

Se medirá una variable: Análisis fílmico.

Tabla 2

Operacionalización de variable

PROBLEMA	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es el nivel de análisis fílmico de los estudiantes de I nivel de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021?	Análisis fílmico	Examen de los componentes del lenguaje cinematográfico que permite distinguir una película de otra, es decir, los 5 componentes esenciales: Imagen, Sonido, Montaje, Puesta en escena y Narración	• Elementos situacionales	<ul style="list-style-type: none"> • Contexto de la obra audiovisual en: <ul style="list-style-type: none"> - Filmografía del autor. - De la historia del cine. - De la industria. - Del ámbito socio cultural en que se inscribe.
			• Elementos narrativos	<ul style="list-style-type: none"> • Narrador <ul style="list-style-type: none"> - voz narrativa - punto de vista • Tiempo <ul style="list-style-type: none"> - Orden - Duración - Frecuencia • Existentes <ul style="list-style-type: none"> - Personajes - Escenarios
			• Elementos estéticos	<ul style="list-style-type: none"> • Códigos visuales <ul style="list-style-type: none"> - Cuadro - Luz - Color - Movimiento • Códigos sonoros <ul style="list-style-type: none"> - Voz - Ruido - Música • Códigos sintácticos <ul style="list-style-type: none"> - Montaje
			• Elementos temáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Idea (o problema) que aborda • Solución • Comparación con otras obras.
			• Elemento valorativo	<ul style="list-style-type: none"> • Cualidades • Defectos

Fuente: Elaboración propia

3.7 Técnicas de instrumentos de recolección de datos/información

La medición de la variable se realizará mediante la técnica del test, considerando que es el procedimiento más adecuado para determinar el nivel de comprensión de textos audiovisuales de los alumnos de I nivel de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura.

El instrumento de medida será un cuestionario que se aplicará con el propósito de describir la comprensión de textos audiovisuales en los alumnos del I nivel de la facultad de Comunicación de la Universidad de Piura. El cuestionario se basará o tomará en cuenta las 5 dimensiones y sus indicadores de análisis fílmico que vimos en el marco teórico y que como señalamos Cantos propone su utilización en las aulas.

Cantos (2013) divide las 5 dimensiones del análisis fílmico en tres grandes bloques: la lectura situacional, lectura fílmica y lectura valorativa.

En primer lugar, la lectura situacional ubica al filme en la filmografía del autor, el contexto sociocultural, la historia del cine y la industria cinematográfica. También se le conoce como lectura contextual.

En segundo lugar, tenemos a la lectura fílmica, que es la más importante porque ahí se encuentran todos los recursos y elementos propios del análisis fílmico. Está estructurada en tres fases que corresponden a las dimensiones presentes en todos los filmes: lectura narrativa, análisis formal (lectura estética) y lectura temática.

Finalmente, la lectura valorativa, se hace desde las tres dimensiones anteriores de la lectura fílmica. Implica mostrar la apreciación que se tiene sobre todo los recursos, código decisiones que se han identificado y detectado a lo largo de la lectura fílmica.

Esta división en tres bloques de las 5 dimensiones del análisis fílmico hecha por Cantos resulta importante para el momento que se analicen los resultados del cuestionario en el capítulo 4.

El cuestionario está conformado por 20 ítems de escala ordinal. (Ver Anexo)

3.7.1 Validación

El cuestionario será sometido a validez de contenido de tres expertos o jueces: un metodólogo, un comunicador audiovisual con experiencia en comprensión audiovisual y un profesor con la especialidad en comunicación audiovisual. (Ver Anexos)

3.7.2 Confiabilidad

El cuestionario cuenta con 20 preguntas cuyas respuestas están presentadas en opción múltiple; en ellas, solo una de las opciones es la correcta. Por lo tanto, las variables son nominales, y no es posible calcular la confiabilidad del instrumento de acuerdo con las herramientas usuales como los coeficientes de Alfa de Crombach.



Capítulo 4 Resultados de la investigación

4.1 Descripción del contexto y de los sujetos

La investigación se realizó en la Universidad de Piura (UDEP), específicamente en alumnos de la facultad de Comunicación de esta casa de estudios.

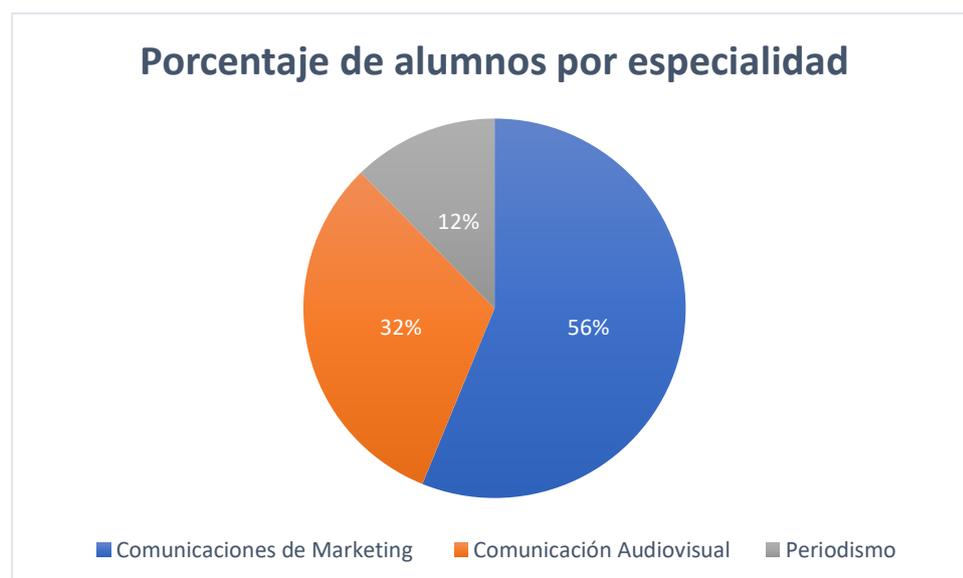
La Universidad de Piura, es una universidad privada que cuenta con dos campus, ubicados en la ciudad de Piura y Lima. Los cuales brindan los siguientes programas académicos: Ingeniería, Ciencias Económicas y Empresariales, Derecho, Ciencias de la Educación, Medicina, Medicina, Humanidades y Comunicación.

La investigación se realizó sobre una audiencia compuesta por estudiantes de la Facultad de Comunicación (FCOM), la cual cuenta con tres especialidades: comunicaciones de marketing, comunicación audiovisual y periodismo. Esta facultad de Comunicación tiene 50 años de fundación dentro de la Universidad de Piura.

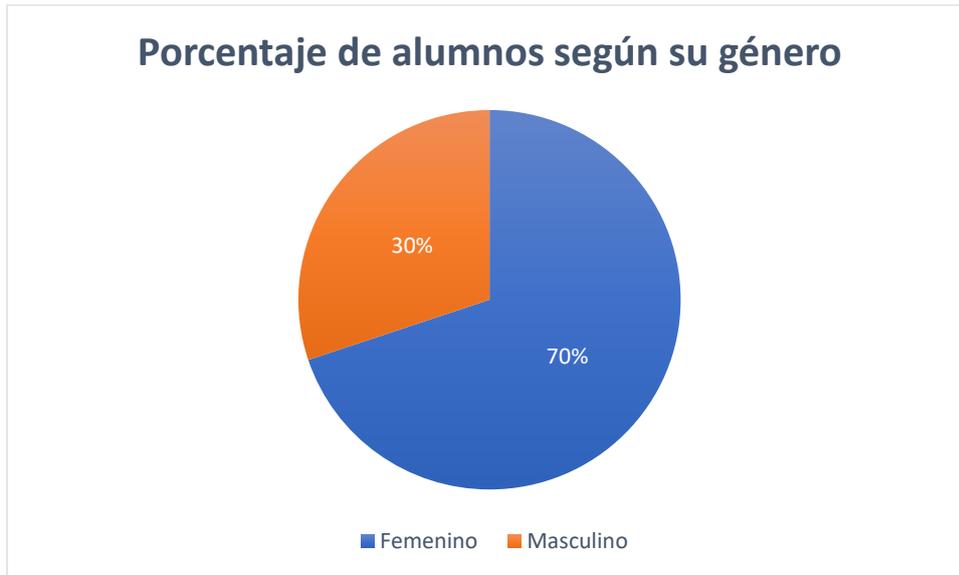
El test se aplicó sobre estudiantes de primer ciclo. Los sujetos que participaron ascienden a 73 estudiantes, y se encuentran distribuidos en las siguientes carreras: 41 en Comunicaciones de Marketing, 23 en Comunicación Audiovisual y 9 en Periodismo. En su distribución por género, 51 son mujeres y 22 son hombres.

Figura 1

Distribución de la población de acuerdo con su especialidad



Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 2*Distribución de la población según género*

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Una vez hecha la descripción de la composición de la población según la especialidad de los alumnos y su género, procederemos a realizar la descripción de los resultados usando como indicador el dominio de análisis fílmico.

4.2 Descripción de resultados

A continuación, se realizará la descripción de los resultados de acuerdo con los elementos del dominio de análisis fílmico.

4.2.1 Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales del filme

En la presente investigación se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello se aplicó un cuestionario con 20 preguntas, de las cuales las 4 primeras permiten medir esta dimensión.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión situacional.

En la pregunta 1, se busca medir el conocimiento que se tiene sobre los productores involucrados en el cortometraje *Pop Squad*. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 3

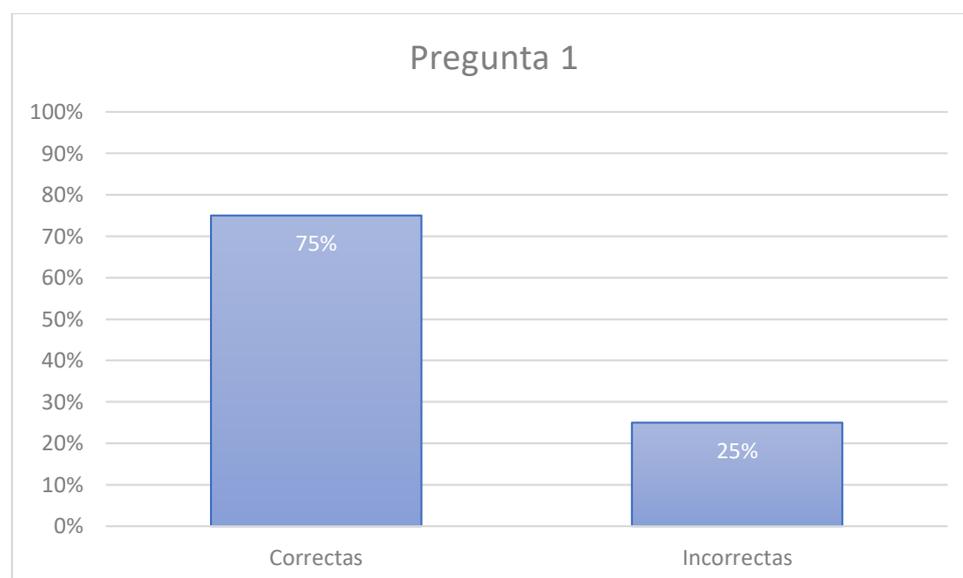
Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales.

Respuestas	f	%
Correctas	55	75
Incorrectas	18	25
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 3

Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 2 indaga sobre el material original que adapta el cortometraje *Pop Squad*, debido a que este no es un guion original sino más bien una adaptación. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 4

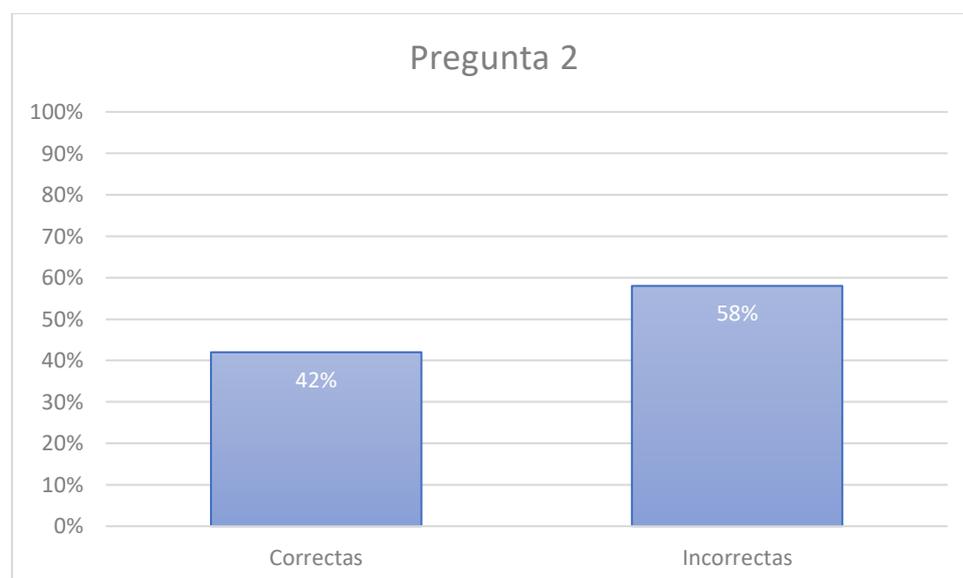
Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.

Respuestas	f	%
Correctas	31	42
Incorrectas	42	58
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 4

Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 3, se busca medir el conocimiento acerca de la directora del cortometraje y su filmografía, de modo que los alumnos puedan hacer una asociación entre algunos productos audiovisuales pertenecientes a su filmografía. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 5

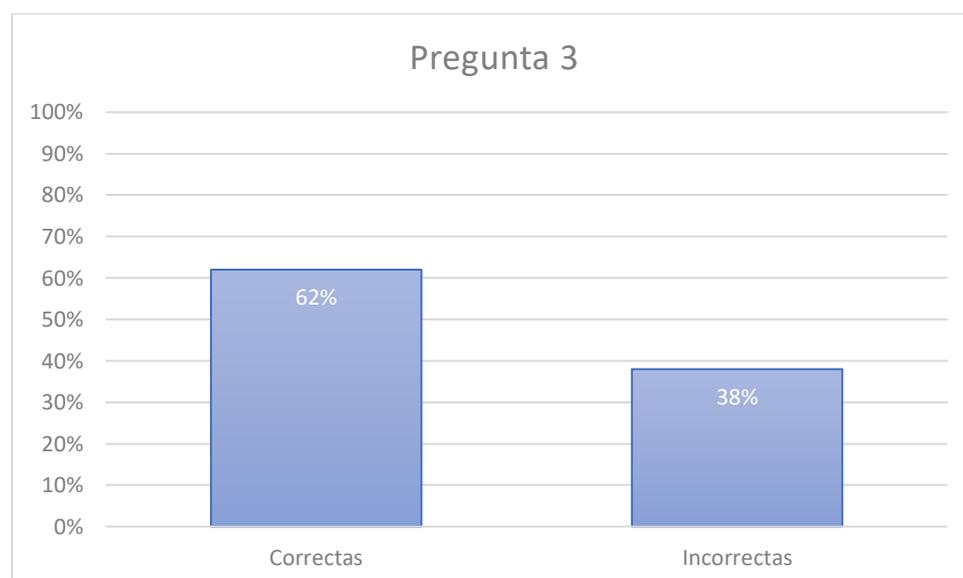
Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.

Respuestas	f	%
Correctas	45	62
Incorrectas	28	38
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 5

Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 4 está enfocada en las referencias filmográficas presentes en el cortometraje, que aluden a otros filmes del mismo género. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 6

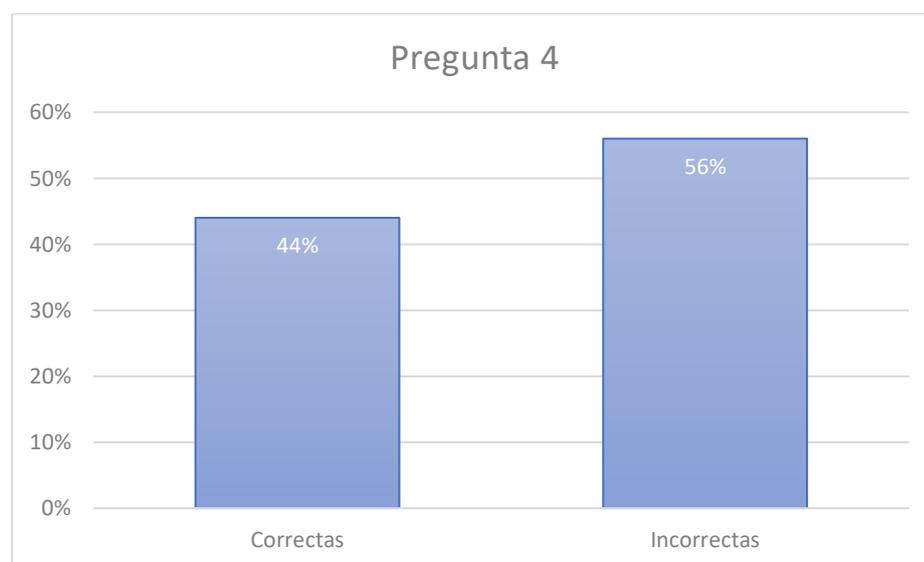
Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.

Respuestas	f	%
Correctas	32	44
Incorrectas	41	56
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 6

Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de elementos situacionales.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de respuestas de todo el elemento situacional está expresado en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 7

Resultados de los elementos situacionales.

			Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Total
Respuestas	Correctas	n	55	31	45	32	163
		%	75	42	62	44	56
	Incorrectas	n	18	42	28	41	129
		%	25	58	38	56	44
	Total	n	73	73	73	73	
		%	100	100	100	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

En la sistematización de los elementos situacionales se identifica que hay mayor número de alumnos que comprenden este ítem. Las respuestas correctas alcanzaron un 56% a comparación de las respuestas incorrectas que ocuparon un 44%.

En las preguntas 1 y 3, el porcentaje de alumnos que respondió correctamente fue superior a quienes contestaron incorrectamente. Lo cual evidencia un mayor conocimiento por los aspectos relacionados con la producción del cortometraje.

Sin embargo, en las preguntas 2 y 4, se obtuvieron un 58% y 56% de respuestas incorrectas, respectivamente. Lo cual demuestra un ligero desconocimiento sobre las referencias y la obra de consulta del filme.

4.2.2 Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos del filme

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello se aplicó un cuestionario con 20 preguntas, de las cuales las pregunta 5, 6, 7 y 8 permiten medir esta dimensión.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión narrativa.

La pregunta 5 busca medir el conocimiento de los estudiantes en relación con los símbolos visuales presentes en el cortometraje *Pop Squad* que hacen referencia al argumento de este. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 8

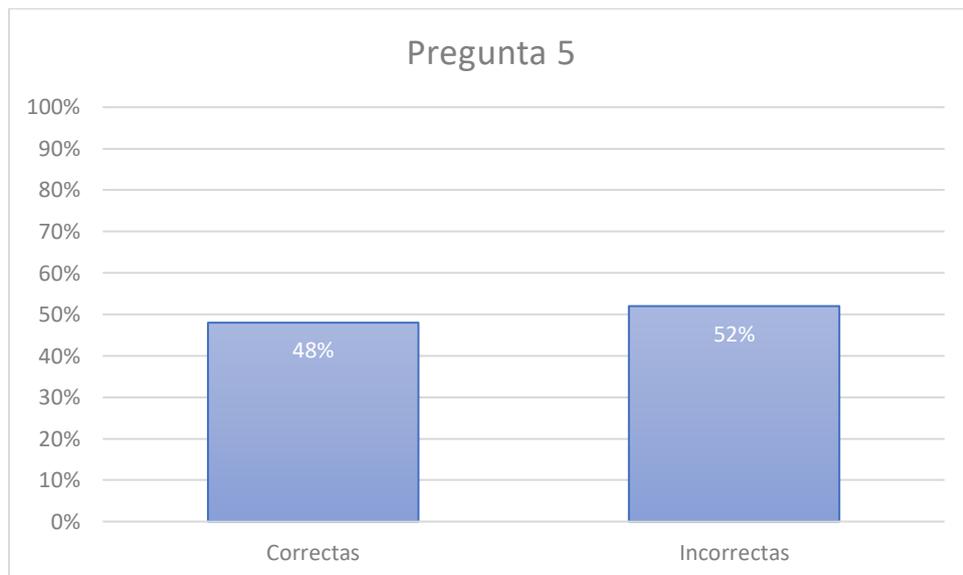
Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.

Respuestas	f	%
Correctas	35	48
Incorrectas	38	52
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 7

Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 6 se indaga sobre el personaje principal del cortometraje, y su tipología dentro del lenguaje audiovisual. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 9

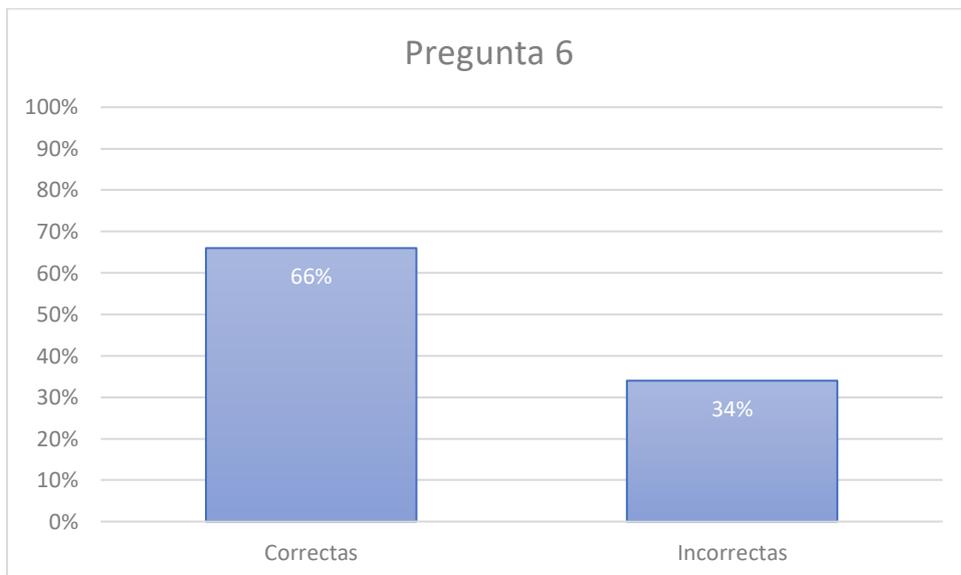
Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.

Respuestas	f	%
Correctas	48	66
Incorrectas	25	34
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 8

Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 7 mide el conocimiento en relación con el orden del desarrollo del tiempo y cómo es usado para contar la historia del cortometraje Pop Squad. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 10

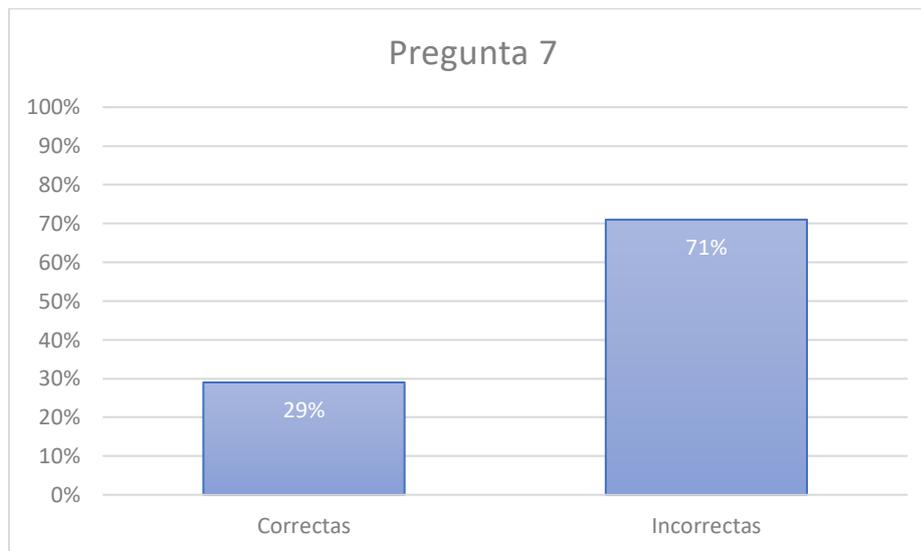
Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.

Respuestas	f	%
Correctas	21	29
Incorrectas	52	71
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 9

Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 8, se busca medir el conocimiento relacionado con la ambientación utilizada para recrear los espacios junto con los elementos visuales que lo componen (colores, atmósfera, iluminación, entre otros). A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 11

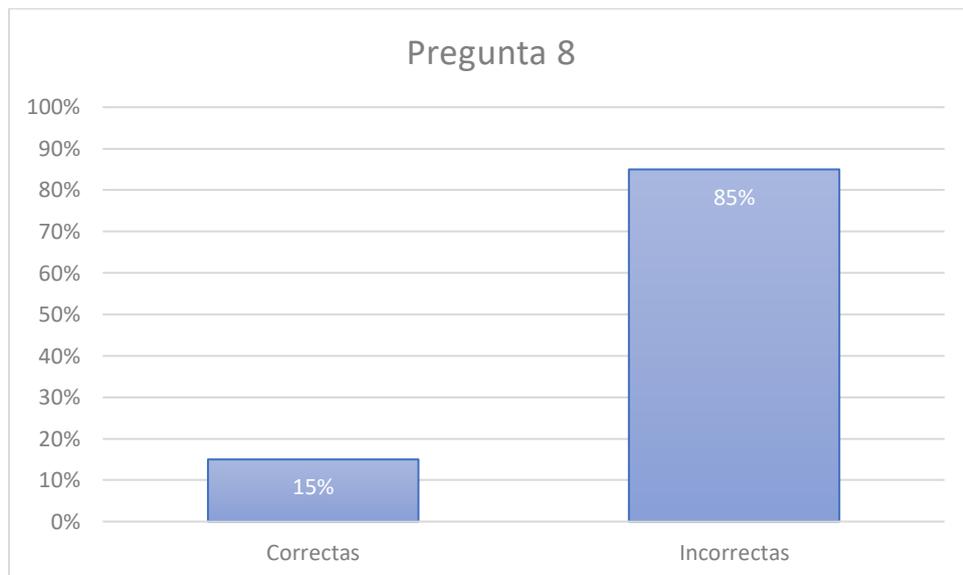
Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.

Respuestas	f	%
Correctas	11	15
Incorrectas	62	85
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 10

Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de elementos narrativos.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de respuestas de todo el elemento narrativo está expresado en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 12

Resultados de los elementos narrativos.

			Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Total
Respuestas	Correctas	n	35	48	21	11	115
		%	48	66	29	15	39
	Incorrectas	n	38	25	52	62	177
		%	52	34	71	85	61
	Total	n	73	73	73	73	
		%	100	100	100	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

En la sistematización de los elementos narrativos se identifica que hay mayor número de alumnos que no comprenden esta dimensión. Las respuestas incorrectas alcanzaron un 61% a comparación de las respuestas correctas que ocuparon un 39%.

Tres preguntas, 5, 7 y 8, han obtenido más respuestas incorrectas que correctas, 52%, 71% y 85%, respectivamente. Esto demuestra un bajo dominio al momento de identificar el tiempo y los elementos espaciales en el cortometraje.

De estas preguntas, la 5 fue la única con más respuestas correctas, expresando así una comprensión por los tipos de personaje dentro del filme.

4.2.3 Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos del filme

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello se aplicó un cuestionario con 20 preguntas, de las cuales las pregunta 9, 10, 11 y 12 permiten medir esta dimensión.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión estética.

La pregunta 9 indaga sobre el encuadre y los recursos que se emplean para enfatizar o acentuar determinadas escenas o aspectos narrativos. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 13

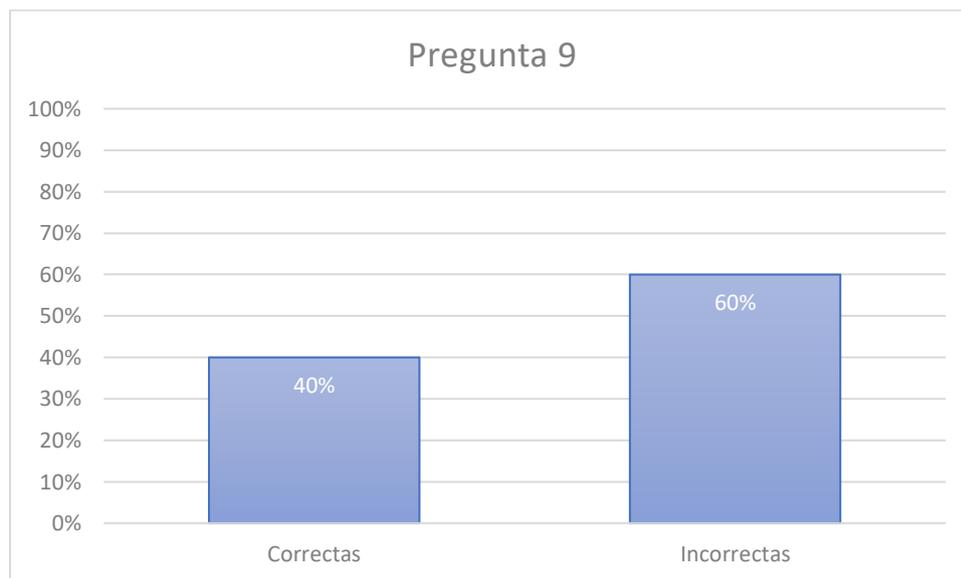
Resultados de la pregunta 9. Nivel de comprensión de elementos estéticos.

Respuestas	f	%
Correctas	29	40
Incorrectas	44	60
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 11

Resultados de la pregunta 9. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 10 se centra en medir el conocimiento acerca del uso de la iluminación y los tipos de luces presentes en el cortometraje *Pop Squad*. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 14

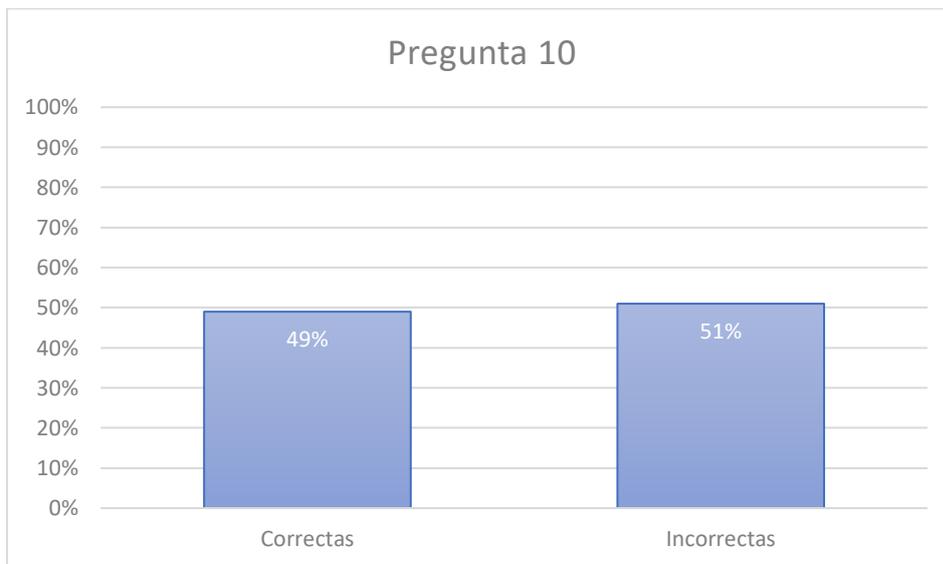
Resultados de la pregunta 10. Nivel de comprensión de elementos estéticos.

Respuestas	f	%
Correctas	36	49
Incorrectas	37	51
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 12

Resultados de la pregunta 10. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 11, se analizan el uso de la angulación y los tipos de ángulos usados en el cortometraje como parte de las decisiones estéticas de los directores y productores. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 15

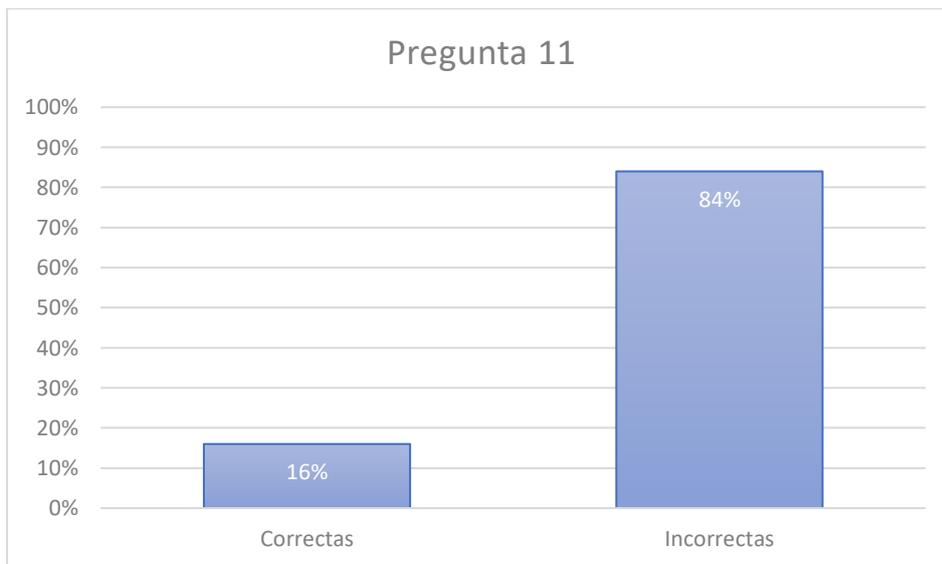
Resultados de la pregunta 11. Nivel de comprensión de elementos estéticos.

Respuestas	f	%
Correctas	12	16
Incorrectas	61	84
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 13

Resultados de la pregunta 11. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 12 hace referencia a la edición usada en el cortometraje, así como, los tipos de corte usados para enfatizar la narrativa de este. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 16

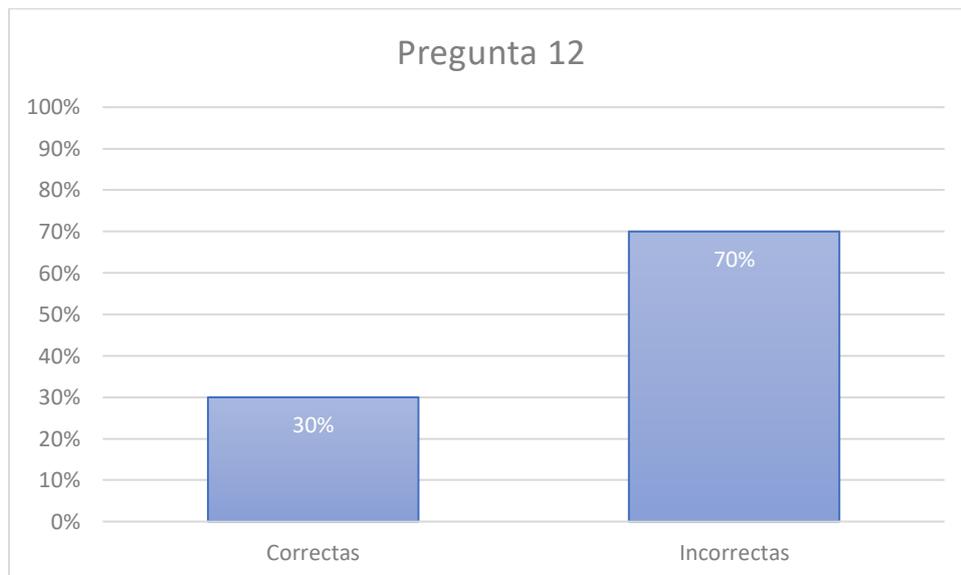
Resultados de la pregunta 12. Nivel de comprensión de elementos estéticos.

Respuestas	f	%
Correctas	22	30
Incorrectas	51	70
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 14

Resultados de la pregunta 12. Dominio de análisis fílmico de elementos estéticos.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de respuestas de la dimensión estética está expresada en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 17

Resultados de los elementos estéticos.

			Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Total
Respuestas	Correctas	n	29	36	12	22	99
		%	40	49	16	30	34
	Incorrectas	n	44	37	61	51	193
		%	60	51	84	70	66
Total		n	73	73	73	73	
		%	100	100	100	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

En la sistematización de los elementos estéticos se identifica que no hay una total comprensión de esta dimensión. Las respuestas incorrectas con un 66% superaron a las respuestas correctas con un 34%.

Todas las preguntas obtuvieron un porcentaje mayor en respuestas incorrectas. Esto evidencia un desconocimiento sobre los elementos estéticos en cuanto a los indicadores de encuadre, iluminación, ángulo y cortes de edición en el filme.

4.2.4 Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos del filme

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello se aplicó un cuestionario con 20 preguntas, de las cuales las pregunta 13, 14, 15 y 16 permiten medir esta dimensión.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión temática.

En la pregunta 13, se busca medir el conocimiento de ellos alumnos en cuanto a la identificación del tema mediante el uso de símbolos y objetos por parte de los personajes. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 18

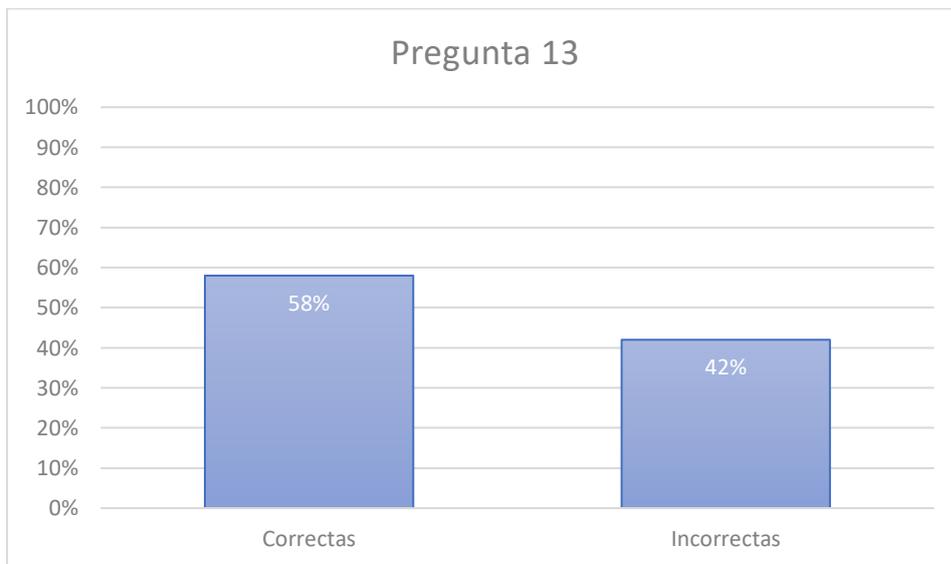
Resultados de la pregunta 13. Nivel de comprensión de elementos temáticos.

Respuestas	f	%
Correctas	42	58
Incorrectas	31	42
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 15

Resultados de la pregunta 13. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 14 se centra en indagar la identificación del tema o temas mediante los diálogos dichos por los personajes. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 19

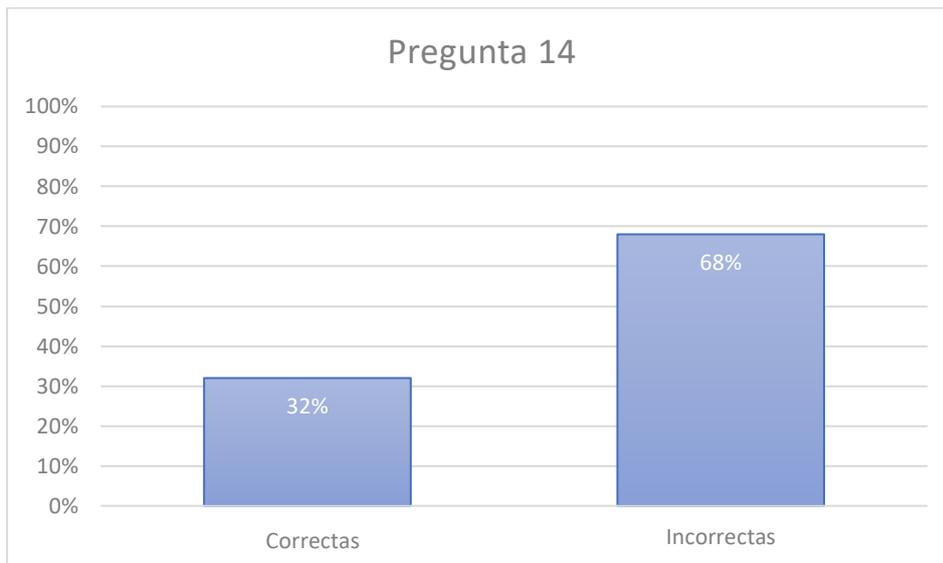
Resultados de la pregunta 14. Nivel de comprensión de elementos temáticos.

Respuestas	f	%
Correctas	23	32
Incorrectas	50	68
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 16

Resultados de la pregunta 14. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 15 se busca medir el conocimiento en relación con la identificación de los temas mediante el uso de objetos dentro del cortometraje, en este caso, la figura del elixir. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 20

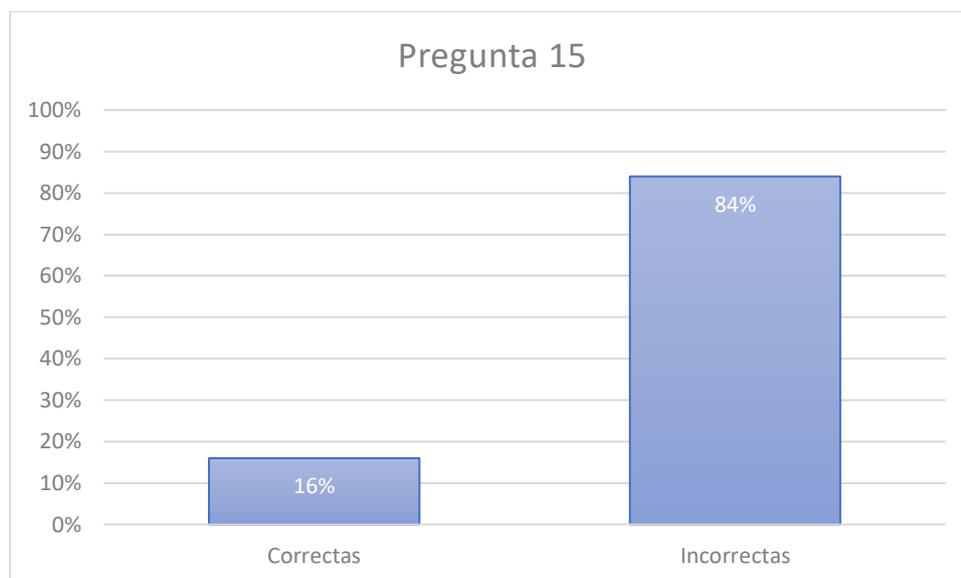
Resultados de la pregunta 15. Nivel de comprensión de elementos temáticos.

Respuestas	f	%
Correctas	12	16
Incorrectas	61	84
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 17

Resultados de la pregunta 15. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 16 está enfocada en la identificación del tema o temas mediante el uso de los espacios y la ambientación. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 21

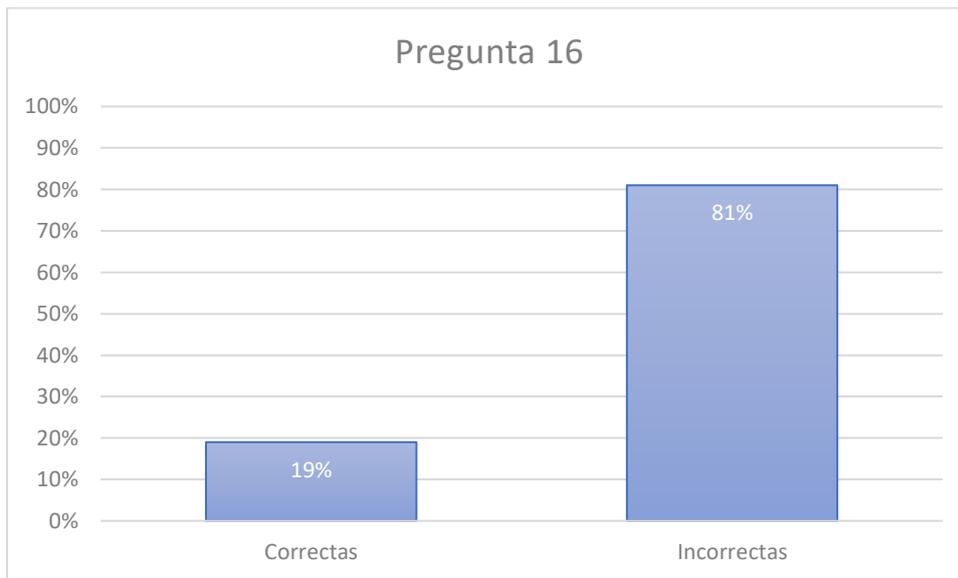
Resultados de la pregunta 16. Nivel de comprensión de elementos temáticos.

Respuestas	f	%
Correctas	14	19
Incorrectas	59	81
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 18

Resultados de la pregunta 16. Dominio de análisis fílmico de elementos temáticos.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de respuestas de la dimensión temática está expresada en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 22

Resultados de los elementos temáticos.

			Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Total
Respuestas	Correctas	n	42	23	12	14	91
		%	58	32	16	19	31
	Incorrectas	n	31	50	61	59	201
		%	42	68	84	81	69
Total		n	73	73	73	73	
		%	100	100	100	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

En la sistematización de los elementos temáticos se identifica que hay mayor número de alumnos que no comprenden esta dimensión. Las respuestas incorrectas alcanzaron un 69% a comparación de las respuestas correctas que ocuparon un 31%.

En las preguntas 14, 15 y 16 el número de alumnos que respondió incorrectamente fue superior a los que contestaron de forma correcta. La mayoría de los alumnos no comprende el tema

del cortometraje y los contenidos que se muestran en él. Mientras que la pregunta 13 obtuvo un mayor porcentaje de respuestas correctas: 58%. De este modo, se evidencia un ligero dominio en cuanto al uso de los símbolos para expresar las temáticas del cortometraje.

4.2.5 Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos del filme

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello se aplicó un cuestionario con 20 preguntas, de las cuales las pregunta 17, 18, 19 y 20 permiten medir esta dimensión.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión valorativa.

En la pregunta 17, se busca medir el conocimiento de los alumnos sobre la carga antropológica presente en el cortometraje en relación a la construcción de los personajes. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 23

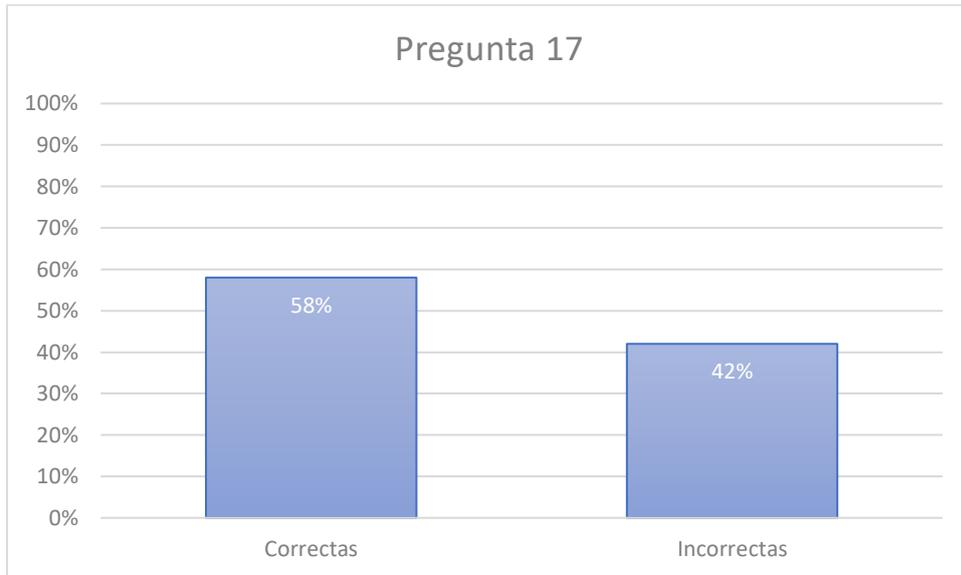
Resultados de la pregunta 17. Nivel de comprensión de elementos valorativos.

Respuestas	f	%
Correctas	42	58
Incorrectas	31	42
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 19

Resultados de la pregunta 17. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos.



Fuente: Elaboración propia

La pregunta 18 se centra en indagar sobre las explicaciones simbólicas de determinados objetos en el cortometraje, esto es, identificar el significado y la justificación de ciertos objetos relevantes para la trama. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 24

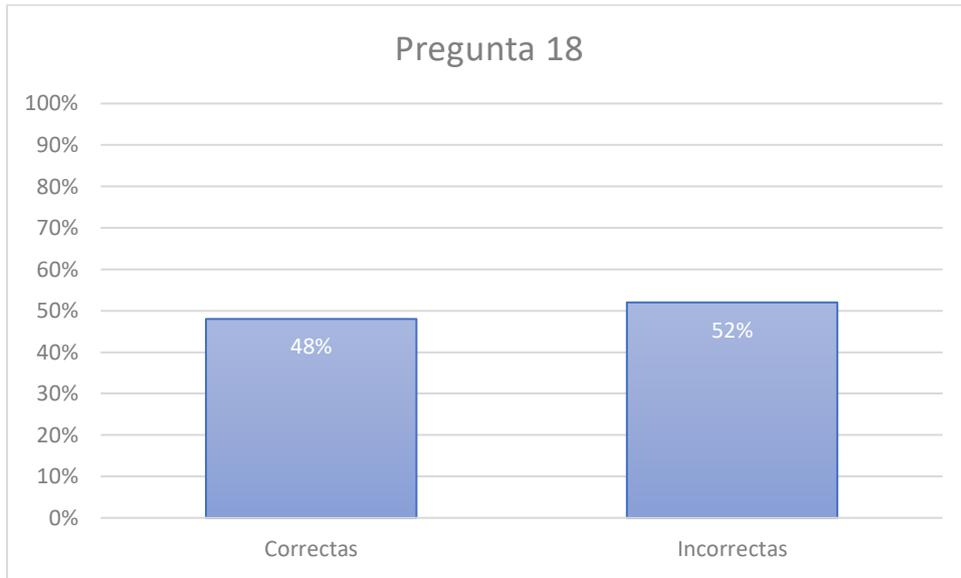
Resultados de la pregunta 18. Nivel de comprensión de elementos valorativos.

Respuestas	f	%
Correctas	35	48
Incorrectas	38	52
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 20

Resultados de la pregunta 18. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos.



Fuente: Elaboración propia

En la pregunta 19, se busca medir el conocimiento en relación con la identificación de la idiosincrasia y posturas ideológicas presentes en el cortometraje. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 25

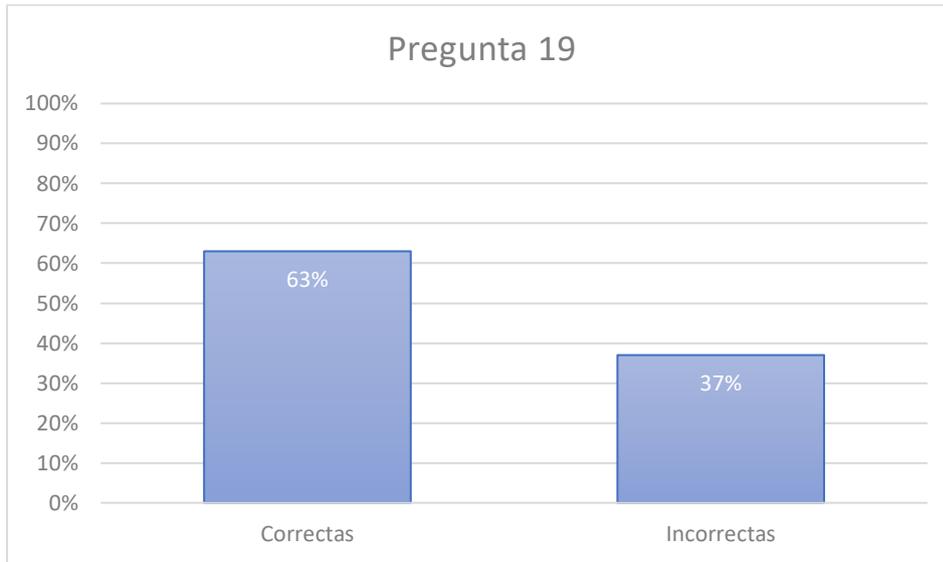
Resultados de la pregunta 19. Nivel de comprensión de elementos valorativos.

Respuestas	f	%
Correctas	46	63
Incorrectas	27	37
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 21

Resultados de la pregunta 19. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos.



Fuente: Elaboración propia

Por último, la pregunta 20 se enfoca en la identificación de otros temas presentes en el cortometraje, además del argumento principal. A continuación, se muestran los resultados:

Tabla 26

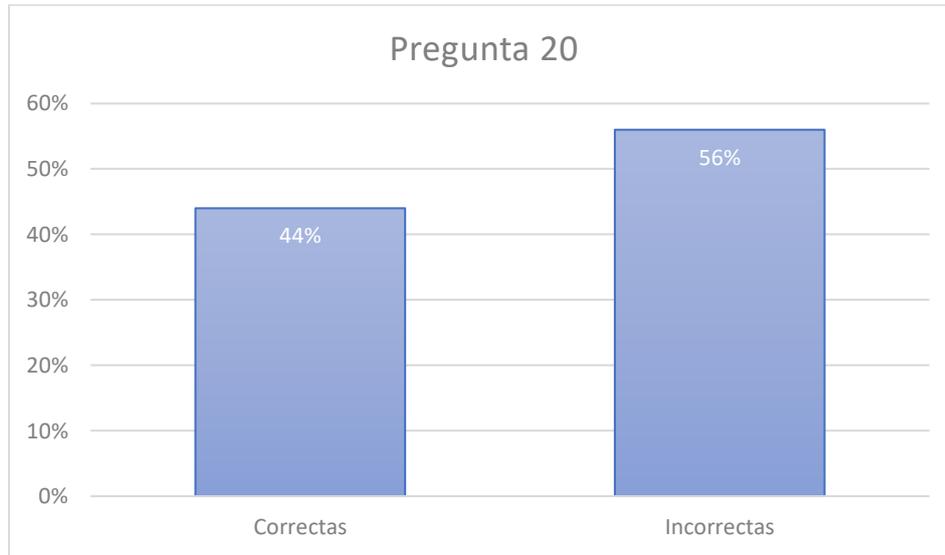
Resultados de la pregunta 20. Nivel de comprensión de elementos valorativos.

Respuestas	f	%
Correctas	32	44
Incorrectas	41	56
Total	73	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Figura 22

Resultados de la pregunta 20. Dominio de análisis fílmico de elementos valorativos.



Fuente: Elaboración propia

Finalmente, la distribución de respuestas de la dimensión valorativa está expresada en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 27

Resultados de los elementos valorativos.

			Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	Pregunta 20	Total
Respuestas	Correctas	n	42	35	46	32	155
		%	58	48	63	44	53
	Incorrectas	n	31	38	27	41	137
		%	42	52	37	56	47
	Total	n	73	73	73	73	
		%	100	100	100	100	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

En la sistematización de los elementos valorativos se identifica que hay mayor número de alumnos que comprenden esta dimensión. Las respuestas correctas alcanzaron un 53% a comparación de las respuestas incorrectas que ocuparon un 47%.

Así, las preguntas 17 y 19 obtuvieron mayor porcentaje de respuestas. Las preguntas 17 y 19 son las que más respuestas correctas han alcanzado, 58% y 63%, respectivamente. Por otro lado, las preguntas 18 y 20 obtuvieron mayor número de respuestas incorrectas. Si bien esto evidencia un

porcentaje mayor de estudiantes que respondieron correctamente, no se puede afirmar que exista una total comprensión de los elementos valorativos del filme.

4.2.6 Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales del filme en relación con su especialidad

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello, se les aplicó el cuestionario a 73 estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión situacional, segmentado por especialidad.

Tabla 28

Resultados de la pregunta 1. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	16	70	33	80	6	67
Incorrectas	7	30	8	20	3	33
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 29

Resultados de la pregunta 2. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	14	61	15	37	2	22
Incorrectas	9	39	26	63	7	78
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Tabla 30

Resultados de la pregunta 3. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	16	70	25	61	4	44
Incorrectas	7	30	16	39	5	56
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Tabla 31

Resultados de la pregunta 4. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	12	52	14	34	6	67
Incorrectas	11	48	27	66	3	33
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021.

Finalmente, la distribución de las 292 respuestas del elemento situacional está expresado por especialidades en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 32

Resultados del elemento situacional según la especialidad.

.	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	58	63	87	53	18	50
Incorrectas	34	37	77	47	18	50
Total: 292	92	100	164	100	36	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

La distribución por especialidades de la muestra indicó que 23 pertenecen a la especialidad de Comunicación Audiovisual, 41 a Comunicaciones de Marketing y 9 a Periodismo.

En la sistematización de los elementos situacionales se identifica en primer lugar que, los estudiantes de Comunicación Audiovisual han obtenido un mayor porcentaje de respuestas correctas, 63%. Esto demuestra una mayor comprensión por parte de este grupo de alumnos hacia la dimensión situacional. En las cuatro preguntas (pregunta 1, 2, 3 y 4) demostraron tener un dominio satisfactorio de este apartado.

En segundo lugar, los estudiantes de Comunicaciones de Marketing obtuvieron porcentaje de respuestas correctas por encima de la media, 53%. Las preguntas 1 y 3 reflejan un dominio del tema; sin embargo, en las preguntas 2 y 4, sus respuestas se encuentran por debajo de la media.

Por último, los alumnos de periodismo obtuvieron un 50% de respuestas correctas y un 50% de respuestas incorrectas. Los estudiantes de esta especialidad tuvieron un dominio satisfactorio en las preguntas 1 y 4, mientras que obtuvieron mayor número de respuestas incorrectas en las preguntas 2 y 3.

4.2.7 Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos del filme en relación con su especialidad

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello, se les aplicó el cuestionario a 73 estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión narrativa, segmentado por especialidad.

Tabla 33

Resultados de la pregunta 5. Dominio de análisis fílmico de los elementos situacionales según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	12	52	18	44	5	56
Incorrectas	11	48	23	56	4	44
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 34

Resultados de la pregunta 6. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	16	70	27	66	5	56
Incorrectas	7	30	14	34	4	44
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 35

Resultados de la pregunta 7. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	7	30	11	27	3	33
Incorrectas	16	70	30	73	6	67
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 36

Resultados de la pregunta 8. Dominio de análisis fílmico de los elementos narrativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	3	13	5	12	3	33
Incorrectas	20	87	36	88	6	67
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Finalmente, la distribución de las 292 respuestas del elemento narrativo está expresado por especialidades en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 37

Resultados del elemento narrativo según la especialidad.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	38	41	61	37	16	44
Incorrectas	54	59	103	63	20	56
Total: 292	92	100	164	100	36	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

En la sistematización de los elementos narrativos se identifica que los estudiantes de Comunicación Audiovisual han obtenido un mayor porcentaje de respuestas incorrectas, 59%. Esto demuestra un bajo dominio de esta especialidad en la dimensión narrativa. El mayor número de respuestas incorrectas fue en la pregunta 7 y 8, mostrando un desconocimiento hacia los indicadores de uso del tiempo y ambientación en el filme.

Del mismo modo, los estudiantes de Comunicaciones de Marketing obtuvieron un bajo porcentaje de preguntas correctas. En las preguntas 5, 7 y 8 demostraron un bajo dominio de los elementos narrativos, mientras que en la pregunta 6 consiguieron un porcentaje alto de respuestas correctas, evidenciando su conocimiento sobre los tipos de personajes en el filme.

Igualmente, la especialidad de periodismo obtuvo un 44% de respuestas correctas y un 56% de respuestas incorrectas. De este modo, respondieron correctamente las preguntas 5 y 6, pero

incorrectamente las pregunta 7 y 8, demostrando un dominio sobre la argumentación y desarrollo de personajes en el filme.

4.2.8 Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos del filme en relación con su especialidad

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello, se les aplicó el cuestionario a 73 estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión estética, segmentado por especialidad.

Tabla 38

Resultados de la pregunta 9. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	9	39	17	41	3	33
Incorrectas	14	61	24	59	6	67
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 39

Resultados de la pregunta 10. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	10	43	22	54	4	44
Incorrectas	13	57	19	46	5	56
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 40

Resultados de la pregunta 11. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	7	30	5	12	0	0
Incorrectas	16	70	36	88	9	100
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 41

Resultados de la pregunta 12. Dominio de análisis fílmico de los elementos estéticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	9	39	11	27	2	22
Incorrectas	14	61	30	73	7	78
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Finalmente, la distribución de las 292 respuestas del elemento estético está expresado por especialidades en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 42

Resultados del elemento estético según la especialidad.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	35	38	55	34	9	25
Incorrectas	57	62	109	66	27	75
Total: 292	92	100	164	100	36	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

En la sistematización de los elementos estéticos se identifica que los estudiantes de Comunicación Audiovisual han obtenido un menor porcentaje de respuestas incorrectas, 38%. En todas las preguntas, el número de respuestas correctas se encuentra por debajo de la media. Esto demuestra una baja comprensión por parte esta especialidad hacia la dimensión estética, con una cifra inferior a comparación de los resultados mostrados en las dimensiones situacionales y narrativas.

Por su parte, la especialidad de Comunicaciones de Marketing obtuvo más respuestas incorrectas que correctas en una relación de 34% y 66%, respectivamente. En la pregunta 11 alcanzaron el mayor porcentaje de respuestas incorrectas, 88%, demostrando así un pobre dominio sobre la angulación en el filme. En las preguntas 9, 11 y 12, las respuestas correctas se encuentran por debajo de la media.

En el caso de los estudiantes de Periodismo, el porcentaje de respuestas incorrectas es tres veces mayor al de respuestas correctas, 75% y 25% respectivamente. Todas las preguntas fueron respondidas de modo incorrecto demostrando un pobre dominio de los elementos estéticos. Además, la pregunta 11 obtuvo el 100% de respuestas incorrectas.

4.2.9 Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos del filme en relación con su especialidad

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello, se les aplicó el cuestionario a 73 estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión temática, segmentado por especialidad.

Tabla 43

Resultados de la pregunta 13. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	15	65	23	56	4	44
Incorrectas	8	35	18	44	5	56
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 44

Resultados de la pregunta 14. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	6	26	13	31	4	44
Incorrectas	17	74	28	69	5	56
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 45

Resultados de la pregunta 15. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	7	30	5	12	0	0
Incorrectas	16	70	36	88	9	100
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 46

Resultados de la pregunta 16. Dominio de análisis fílmico de los elementos temáticos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	6	26	6	15	2	22
Incorrectas	17	74	35	85	7	78
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Finalmente, la distribución de las 292 respuestas del elemento temático está expresado por especialidades en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 47

Resultados del elemento temático según la especialidad.

.	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas Correctas	34	37	47	29	10	28
Incorrectas	58	63	117	71	26	72
Total: 292	92	100	164	100	36	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

En la sistematización de los elementos temáticos se identifica que los estudiantes de Comunicación Audiovisual han obtenido un porcentaje mayor de respuestas incorrectas, 63%. Asimismo, todas las respuestas correctas tienen un porcentaje inferior, a excepción de la pregunta 13, evidenciando un dominio sobre el uso de simbolismos en el filme.

Del mismo modo, la especialidad de Comunicaciones de Marketing obtuvo un porcentaje de 29% de respuestas correctas. En la pregunta 15 alcanzaron el mayor porcentaje de respuestas incorrectas, 88%, demostrando el poco conocimiento sobre la identificación de temas en el filme.

Por otro lado, la especialidad de Periodismo obtuvo un 28% de respuestas incorrectas y un 72% de respuestas correctas, siendo la pregunta 15 donde los dos estudiantes fallaron y respondieron de forma incorrecta.

4.2.10 Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos del filme en relación con su especialidad

En el presente trabajo se buscó medir el dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos en el cortometraje *Pop Squad*. Para ello, se les aplicó el cuestionario a 73 estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación.

A continuación, se expondrán los resultados que se encontraron después de la aplicación del cuestionario pregunta por pregunta en la dimensión valorativa, segmentado por especialidad.

Tabla 48

Resultados de la pregunta 17. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	12	52	23	56	7	78
Incorrectas	11	48	18	44	2	22
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 49

Resultados de la pregunta 18. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	14	61	18	44	3	33
Incorrectas	9	39	23	56	6	67
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 50

Resultados de la pregunta 19. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Respuestas						
Correctas	13	57	27	66	6	67
Incorrectas	10	43	14	34	3	33
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Tabla 51

Resultados de la pregunta 20. Dominio de análisis fílmico de los elementos valorativos según especialidad de Comunicación.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	10	43	18	44	4	44
Incorrectas	13	57	23	56	5	56
Total	23	100	41	100	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

Finalmente, la distribución de las 292 respuestas del elemento valorativo está expresado por especialidades en la siguiente tabla de frecuencias:

Tabla 52

Resultados del elemento valorativo según la especialidad.

	Comunicación Audiovisual		Comunicaciones de Marketing		Periodismo	
	f	%	f	%	f	%
Correctas	49	53	86	52	20	56
Incorrectas	43	47	78	48	16	44
Total: 292	92	100	164	100	36	100

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de la carrera profesional de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021

En la sistematización de los elementos valorativos se identifica que los estudiantes de Comunicación Audiovisual han obtenido un porcentaje mayor de respuestas correctas, 53%. De este modo, el elemento valorativo se convierte en una de las dimensiones que mejor comprenden los alumnos de Comunicación Audiovisual. El mayor número de respuestas correctas fue en la pregunta 18, logrando un 61%. De este modo, los estudiantes pueden valorar el cortometraje y extraer “lecciones” de él, mediante las asociaciones simbólicas.

Del mismo modo que el grupo anterior, la especialidad de Comunicaciones de Marketing obtuvo un porcentaje menor de respuestas incorrectas, 48%. Además, obtuvo un mayor dominio en la pregunta 19, evidenciando un mayor conocimiento sobre las decisiones del director en la construcción de los personajes.

Por otro lado, la especialidad de periodismo obtuvo un mayor número de respuestas correctas en la pregunta 17, un 78%; y el menor porcentaje en la pregunta 18 con un 33%. El apartado valorativo es la dimensión de mayor dominio por parte de esta especialidad, a comparación de los resultados obtenidos en los elementos situacionales, narrativos, estéticos y temáticos.

4.3 Análisis de resultados y discusión

Después de haber realizado una profunda descripción sobre los resultados obtenidos al aplicar el cuestionario, podemos examinar las diferencias que existen entre las respuestas de las dimensiones analizadas.

En primer lugar, la dimensión que mejor dominan los estudiantes es la dimensión situacional, con un 56% de preguntas correctas; seguida de la dimensión valorativa, que tiene un 53% de respuestas correctas. Si bien ambos porcentajes se encuentran por encima de la media, no alcanzan a ser cifras muy elevadas que reflejen un alto dominio de estos elementos.

Entre los indicadores que consiguieron altos porcentajes de respuestas correctas, en los elementos situacionales, se encuentran el conocimiento sobre los productores (pregunta 1) y la directora y su filmografía (pregunta 3). Del mismo modo, entre los elementos valorativos, destaca el dominio sobre la explicación simbólica de las decisiones de la directora en el filme (pregunta 17 y 19).

Los resultados confirman que la dimensión narrativa, estética y temática son las que menos comprenden los estudiantes, siendo la temática la que mayor porcentaje de respuestas incorrectas obtuvo, un 69%.

En el caso de los elementos narrativos, con un 61% de respuestas incorrectas, los indicadores con mayor desconocimiento son: el uso del espacio (pregunta 8), el uso del tiempo (pregunta 7) y el uso de símbolos para la narración (pregunta 5). Por otro lado, entre los elementos estéticos, con un 66% de respuestas incorrectas, los indicadores con bajo dominio son: el uso de la angulación (pregunta 11), los tipos de corte en edición (pregunta 12) y el encuadre (pregunta 9). Es importante resaltar que en esta dimensión todas las preguntas obtuvieron resultados desfavorables por debajo de la media.

Finalmente, en la dimensión temática, la que menor dominio poseen los estudiantes, los indicadores con menos comprensión son: representación de los temas mediante el uso de objetos (pregunta 15), representación de los temas mediante el espacio/ambientación (pregunta 16) y la representación de los temas mediante los personajes (pregunta 14). De todas las dimensiones, esta es sobre la que menos dominio tienen los estudiantes.

En los resultados por especialidades, encontramos que la especialización en Comunicación audiovisual es la que tiene un mayor dominio de análisis fílmico con un 47% de respuestas correctas (tomando en cuenta que representan un 32% del total de la muestra). En el caso de las especialidades de Comunicaciones de marketing y Periodismo, ambas poseen un 41% de respuestas correctas. Sin

embargo, es necesario precisar que la especialización de Comunicaciones de marketing representa el 56% del total de la muestra, y periodismo, el 12%.

En la sistematización de la especialidad de Comunicación audiovisual, la dimensión con mayor dominio en la situacional (63%), seguida de la valorativa (53%), la narrativa (41%), la estética (38%) y la temática (37%). Los resultados muestran que los elementos narrativos, estéticos y temáticos son los menos comprendidos.

En el caso de la especialización en Comunicaciones de marketing, se repiten el mismo orden que en el apartado anterior: dimensión situacional (53%), dimensión valorativa (52%), dimensión narrativa (37%), dimensión estética (34%) y dimensión temática (29%). Del mismo modo, los elementos narrativos, estéticos y temáticos tienen un bajo dominio de análisis fílmico. Sin embargo, los resultados arrojan cifras más bajas en comparación a la especialidad de audiovisuales, evidenciando un déficit mayor en los estudiantes de esta carrera.

Para los alumnos de Periodismo, hay una mayor comprensión de la dimensión valorativa (56%), seguida de la dimensión situacional (50%), la dimensión narrativa (44%), la dimensión temática (28%) y la dimensión estética (25%). En comparación con las especialidades anteriores, los porcentajes son más bajos, mostrando así un bajo dominio de análisis fílmico. No obstante, hay que precisar que la especialidad de periodismo representa el 12% del total de la muestra.

Como hemos diagnosticado, en todas las sistematizaciones, por elementos o por especialidad, las dimensiones situacionales y valorativas son las que muestran un mayor dominio por parte de los estudiantes. En ese sentido, las dimensiones narrativas, estéticas y temáticas se encuentran por debajo de la media, evidenciando una mala comprensión de estos apartados.

Tomando en cuenta lo planteado por Cantos (2013), la lectura fílmica, que incluye a las dimensiones narrativas, estéticas o formales y temáticas, es donde se puede apreciar el análisis fílmico. La lectura fílmica refleja el conocimiento de los aspectos y recursos propios de un análisis que descompone y estudia todos los aspectos resaltantes de un filme. Como se puede ver en los resultados obtenidos es precisamente en este apartado donde se encuentran las mayores falencias. El dominio de la lectura fílmica es bajo en los estudiantes de la muestra seleccionada.

El desconocimiento de los elementos propios de la lectura fílmica es signo de una mala alfabetización mediática en las escuelas peruanas. Por ejemplo, tener una baja comprensión de los aspectos narrativos de un filme implica, en cierta medida, un déficit de comprensión lectora. Tal como lo manifestaba Cantos (2013), la lectura narrativa se enfoca en los elementos formales del relato; comprender el uso del tiempo, de los personajes, del narrador, compromete la capacidad de los alumnos para identificar historias y cómo son estructuradas y narradas.

Del mismo modo, un bajo dominio de los elementos estéticos demuestra un déficit de los estudiantes peruanos en cuanto a la identificación de los códigos de comunicación. Todos los días nos

encontramos expuestos a ruidos, imágenes, figuras y sonidos que se almacenan en nuestra memoria. Y la lectura formal o estética, según Sánchez (2002), se basa en los códigos visuales, sonoros y sintácticos. Los estudiantes muestran una carencia en cuanto al reconocimiento de signos y símbolos estéticos, como la iluminación, los cortes de edición, la angulación y el encuadre.

La lectura temática también es un aspecto bastante desatendido en las escuelas peruanas. Los resultados muestran que es la dimensión con menor comprensión por parte de los estudiantes. Considerando lo planteado por Cantos (2013) y Sánchez (2002) al afirmar que los elementos temáticos representan la visión del mundo de los realizadores y el simbolismo mediante el cual buscan explicar una parte de la realidad humana, los porcentajes evidencian un desconocimiento de las representaciones y abstracciones de los conceptos en el filme. Las ficciones y los relatos son un modo de simplificar algunas ideas y hacerlas más digeribles para el público; o simplemente de visibilizar alguna temática o situación que considera importante. El hecho de que los estudiantes sean incapaces de identificar conceptos mediante asociaciones o generalizaciones refleja las carencias educativas con las que ingresan a la universidad.

Finalmente, es importante resaltar que la mayoría de los estudiantes no ha desarrollado la competencia en comunicación audiovisual y educación cinematográfica. Tal como lo planteaban Férres (2002), Mateus (2019) y Tamara (2018) no se ha desarrollado una capacidad analítica, valorativa ni mucho menos crítica de los aspectos formales de un filme, así como de las decisiones del director y las implicancias que tienen dentro y fuera de la pantalla.



Conclusiones

Primera. La investigación evidencia un bajo dominio de análisis fílmico en los estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura, 2021. Esto como consecuencia de un desconocimiento de los aspectos formales y la lectura fílmica. Además, de no haber desarrollado una competencia en comunicación audiovisual y educación cinematográfica, desde su educación escolar.

Segunda. Los aspectos más desatendidos son los pertenecientes al análisis fílmico como herramienta de la alfabetización audiovisual. El dominio de las dimensiones narrativas, estéticas y temáticas se encuentran muy por debajo de la media. Mientras que las dimensiones situacionales y valorativas muestran una mayor comprensión de sus elementos.

Tercera. La especialidad de Comunicación audiovisual es la especialización con mayor dominio de análisis fílmico. Sin embargo, las especialidades de Comunicaciones de marketing y Periodismo obtuvieron los resultados con más bajo dominio de análisis fílmico. La dimensión temática es la que mayor déficit presenta al momento de comprender sus elementos, en ambas especialidades

Cuarta. La presente investigación pone de relevancia la importancia del dominio de análisis fílmico como herramienta de la alfabetización audiovisual. Es necesario formar a los estudiantes para que desarrollen estas capacidades que les permitan tener una observación más crítica de la realidad, relacionar distintos elementos para elaborar un juicio y promover su creatividad.

Quinta. Finalmente, la presente investigación hace énfasis en la especial promoción de estas capacidades en los estudiantes de la carrera de Comunicación, y sus especialidades. El dominio de análisis fílmico les permite desarrollar habilidades comunicativas importantes para su desarrollo profesional y, a largo plazo, laboral.



Lista de referencias

- Adelantado, E. y Martí, J. (2011). Contenidos audiovisuales y televisivos para dispositivos móviles: una aproximación al mercado español. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 11(1), 99-113. <https://bit.ly/3sLAQbn>
- Aguaded – Gómez, I. y Pérez – Rodríguez, M. (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. *New Approaches in Educational Research*, 1(1), 25-30. <https://doi.org/10.7821/naer.1.1.22-26>
- Amar, V. (2009). El cine en la encrucijada de la educación y el conocimiento. *En@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6(2) 131-140.
- Arana, E., Mimenza, L. y Narbaiza, B. (2020). Pandemia, consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *RCYS, Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 149-183. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).149-183](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).149-183)
- Arbañil, I., Martínez, M., y Zorrilla, J. (2016). El cine peruano en el aula de las escuelas secundarias como medio de construcción de la memoria histórica peruana. *Educación y comunicación*, 9, 19-26. <https://bit.ly/2M2SZ1g>
- Arbeláez, R., Corredor, M. y Pérez, M. (2009). *Concepciones sobre competencias*. Publicaciones UIS.
- Aristizábal, J., y Pinilla, O. (2017). Una propuesta de análisis cinematográfico integral. *Revista KEPES*, 14(16), 11-32. <https://doi.org/10.17151/kepes.2017.14.16.2>
- Aristizábal, J., Pinilla, O. y Vásquez, C. (2016). Una mirada a las tendencias contemporáneas de análisis cinematográfico en Colombia. *Nexus Comunicación*, 20(16), 86-103. <https://doi.org/10.25100/nc.v0i20.1836>
- Bergala, A., Aidelman, N. y Colell, L. (2007). *La hipótesis del cine: pequeño tratado sobre la transmisión del cine en la escuela y fuera de ella*. Laertes.
- Cantos, A. (2013). Cine y alfabetización audiovisual: el análisis del filme como agente activo de comunicación para la educación ciudadana. *Razón y palabra*, 82(1), 1-23. <https://bit.ly/2XYz064>
- Caparrós, J. (2007). *Guía del espectador de cine*. Alianza Editorial.
- Cassetti, F., y Di Chio, F. (1994). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Castro, A. (2018). Las redes sociales, las nuevas pantallas y el cine: una breve introducción. *Ventana Indiscreta*, 19(1), 5-9.
- Chantman, S. (1990). *Historia y discurso*. Alfaguara.
- Chion, M. (1988). *Cómo se escribe un guion*. Editorial Cátedra.
- Clarembaux, M. (2010). Film Education: Memory and Heritage. *Comunicar*, 35, 25-32. <https://doi.org/10.3916/C35-2010-02-02>

- Clares-Gavilán, J. y Median-Cambrón, A. (2019). Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin. *Profesional De La Información*, 27(4), 909–920. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.19>
- Clavero, S. (2016). Alfabetización cinematográfica en las aulas. Aturuxo Films. *Journal of Communication*, 12(1), 167-182. <https://doi.org/10.14201/fjc201612167182>
- Comisión Europea. (2007). *A European approach to media literacy in the digital environment*.
- Cuevas, E. (2009). *La narratología audiovisual como método de análisis*. PortalComunicación.
- De la Garza, D. y Pineda, X. (2019). Cine y proceso de enseñanza: Cómo el séptimo arte puede ser utilizado para establecer reflexiones en el aula universitaria. *AKADEMIA: Revista Internacional & Comparada de Derechos Humanos*, 2(1), 55-77.
- Dussel, I. (2009). Escuela y cultura de la imagen: los nuevos desafíos. *Nómadas* 30(1), 180-193. <https://bit.ly/2y0iSxb>
- Egri, L. (2009). *El arte de la escritura dramática. Fundamentos para la interpretación creativa de las motivaciones humanas*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ferreras, J. y Vergilio, L. (2008). A vueltas con la alfabetización visual: lenguaje y significado en las películas de Wes Anderson. *I/C – Revista Científica de Información y Comunicación*, 5(1), 248-287. <https://bit.ly/3ulpX9r>
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 29(15), 87-93.
- García-Orta, M., García-Prieto, V. y Suárez-Romero, M. (enero – junio 2019). Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas. *Doxa Comunicación*, (28), 13-32.
- Gispert, E. (2009). *Cine, ficción y educación*. Laertes S.A.
- Gómez, F. (2010). ¿Quién narra en un film? Herencias teóricas, jerarquías e hibridaciones varias. *Repositori Universitat Jaume I*, 1, 1-17. <https://bit.ly/2JF6ZfU>
- González, J. (1996). *El cine en el universo de la ética. El cinefórum*. Madrid: Grupo ANAYA.
- González de Arce, R. (2021). Microanálisis fílmico y teoría del cine en la alfabetización audiovisual: estrategias didácticas desde y para la práctica docente universitaria. *Praxis & Saber*, 12(29), 1-19. <https://doi.org/10.19053/22160159.v12.n29.2021.11834>
- Gubern, R. (2010). *Metamorfosis de la lectura*. Anagrama.
- Guerrero, N. (2018). *Formar miradas en tiempos audiovisuales* (Tesis de maestría). Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Interamericana Editores, S.A. de C.V.

- Hinterberger, J. (2013). *Making Film Education Matter* [Tesis Doctoral]. Universidad de Viena, Austria.
- Kantar Media (2020). Cómo han cambiado los hábitos de consumo de TV durante el COVID-19. *Kantar Media*. <https://bit.ly/2Wop22R>
- La Ferla, J. (2009). *Cine (y) Digital. Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Manantial.
- Lamet, P., Ródenas, J., y Gallego, D. (1968). *Lecciones de cine*. Bilbao: Ed. Mensajero del Corazón de Jesús.
- Latorre, A., Del Rincón, D. y Arnal, J. (2010). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Ediciones Experiencia.
- Lecaros, O. (2014). *Material educativo audiovisual y su influencia en el desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes de periodismo en el curso de Opinión Pública: Universidad Jaime Bausate y Meza* (Tesis de doctorado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. <https://bit.ly/2JWmE9H>
- León, I. (2020). *La revolución de Netflix en el cine y la televisión. Pantallas, series y streaming*. Fondo Editorial Universidad de Lima.
- Lipovetsky, G. y Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Editorial Anagrama.
- Lombardi, L. (2016). *Uso de cortometrajes como estrategia didáctica para mejorar la competencia comunicativa de los estudiantes del curso Narrativa Audiovisual de Ciencias de la Comunicación de la UPAO 2014* (Tesis de maestría). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. <https://bit.ly/2Gm9Uba>
- López, A. (2003). El análisis cronológico-secuencial del documento fílmico. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 26(1), 261-294. <https://bit.ly/2JY4FzI>
- López-Agullo, J. (Diciembre 2013). Algunos apuntes sobre el plano en Gerry (2002) de Gus Van Sant. En *La sociedad ruido: Entre el dato y el grito*. Conferencia llevada a cabo en V Congreso Internacional Latino de Comunicación Social, Tenerife, España.
- Martin, M. (2005). *El lenguaje en el cine*. Gedisa.
- Marzal, J. (2007). El análisis fílmico en la era de las multipantallas. *Comunicar*, 15(29), 63-68. <https://bit.ly/2JluDZ3>
- Mateus, J. (25 de marzo de 2020). "No hemos desarrollado en la región un proyecto que incluya la educación mediática". Universidad de Lima. <https://bit.ly/3Dq498u>
- Mateus, J., Andrada, P. y Ferrés, J. (2019). Evaluar la competencia mediática: una aproximación crítica desde las perspectivas pedagógica, política y metodológica. *Revista de Comunicación*, 18(2), 287-301. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A14>

- Mateus, J. y Suárez-Guerrero, C. (2017). La competencia TIC en el nuevo currículo peruano desde la perspectiva de la educación mediática. *EDMETIC*, 6(2), 129-147. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i2.6908>
- Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. (2007). *Eje 2: uso pedagógico de las tecnologías de la información y la comunicación. Alfabetización audiovisual: módulo para docentes*. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.
- Neira, M. (1998). El espacio en el relato cinematográfico. Análisis de los espacios en un film. *Archivum: Revista de la Facultad de Filología*, 48(1), 373-397. <https://bit.ly/2LZYQ7i>
- Oliva, M. (2006). Panorámica de l'educació en comunicació audiovisual. *Quaderns del CAC*, (25), 23-49.
- Olivares, L. (12 de setiembre de 2019). Un 72% de escolares, de colegios particulares de la región Piura, han sido contactado por desconocidos en el último año; un 34% asistiría a eventos convocados por estos y 32% a una cita. *Udep Hoy*. <https://udep.edu.pe/hoy/2019/09/un-estudio-revela-que-los-escolares-estan-expuestos-a-ciberbullying-por-usar-la-internet-sin-ningun-control/>
- Ortega, F., González Ispuerto, B. y Pérez Peláez, M. (2015). Audiencias en revolución, usos y consumos de las aplicaciones de los medios de comunicación en tabletas y teléfonos inteligentes. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 627-651. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1063>
- Ortega, J. (1999). *Comunicación visual y Tecnología Educativa*. Grupo Editorial Universitario.
- Paredes, I. (2018). *El cine como recurso educativo para la apreciación de valores en alumnos universitarios: diseño de propuesta metodológica* (Tesis de maestría). Universidad de Piura, Piura, Perú. <https://bit.ly/2GkFxSK>
- Pérez, A., y Muñoz, D. (2014). Análisis didáctico de narrativa audiovisual. En A. Alberto, F. García y P. Alves (Eds.), *Aprender del cine: narrativa y didáctica* (pp111-148). Madrid, España: Icono 14 Editorial. <https://bit.ly/2M2UI6K>
- Pérez-Ruffi, J. (2016). Metodología de análisis del personaje cinematográfica: Una propuesta desde la narrativa fílmica. *Razón y palabra*, 20(4), 534-552. <https://bit.ly/2Z3svAb>
- Plataformas.News. (27 de noviembre de 2020). El crecimiento del SVOD sigue a ritmo firme en América Latina. *Plataformas. News*. <https://plataformas.news/ott/nota/el-crecimiento-del-svod-sigue-a-ritmo-firme-en-america-latina>
- Portalés, M. (2014). *La alfabetización cinematográfica en España. Diagnóstico y análisis de las principales iniciativas* [Tesis de maestría]. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, España. <https://bit.ly/2JHwzAI>
- Ramos, R. y Pac, D. (2019). La juventud como early adopter del cambio tecnológico: un análisis de los jóvenes aragones (España). *Sociología, Problemas e Praticas*, 91, 1-13. <https://bit.ly/2Wn3yDc>

- Reia – Baptista. (2012). La alfabetización fílmica: apropiaciones mediáticas con ejemplos de cine europeo. *Comunicar*, 10(39), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-08>
- Sánchez-Escalonilla, A. (2016). *Del guion a la pantalla. Lenguaje visual para guionistas y directores de cine*. Editorial Ariel.
- Sánchez, H. y Reyes, C. (2006). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Editorial Visión Universitaria.
- Sánchez, J. (2002). *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Alianza Editorial.
- Sánchez, J. (2008). *Pequeños directores. Niños y adolescentes creadores de cine, vídeo y televisión. Un recorrido por experiencias de producción, lectura crítica y alfabetización audiovisual*. Aconcagua Libros.
- Santibáñez, J., Santiago, R., Pérez, C., Sáenz, M. y Tejada, M. (2016). Competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital en la enseñanza no universitaria: necesidades y carencias. *RELATEC. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15(3), 127-140. <https://doi.org/10.17398/1695288X.15.3.127>
- Seeger, L. (1999). *Making a good writer great: A creativity workbook for screenwriters*. Silman-James Press.
- Sulbarán, E. (2000). El análisis del film: entre la semiótica del relato y la narrativa fílmica. *Opción*, 31(1), 44-71. <https://bit.ly/32w4a8e>
- Turiweb. (13 de octubre de 2020). Perú es el quinto país de Latinoamérica con más usuarios de video streaming. *Turiweb*. <https://bit.ly/3sKjPya>
- UNESCO. (1987). Grünwald Declaration. UNESCO.
- UNESCO. (2012). The Moscow Declaration on Media and Information Literacy.
- Unger, S. (2011). *Cultivating audiences: Filmbildung, Moral Education, and the Public Sphere in German* [Tesis de doctorado]. The University of Michigan, Michigan, Estados Unidos. <https://bit.ly/2YdnJmE>
- Vale, E. (1992). *Técnicas de guion para cine y TV*. Editorial Gedisa.
- Vara-Horna, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual breve para los tesistas de Administración, Negocios Internacionales, Recursos Humanos y Marketing*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres.
- Vayone, F., y Goliot-Lété, A. (2008). *Principios de análisis cinematográfico*. Abada Editores.
- Veloza-Pentón, M y Bonachea-Pérez, A. (2018). Proceder didáctico para la lectura del filme como texto audiovisual. *Pedagogía y Sociedad*, 21(51), 138-161. <https://bit.ly/3DfsQUN>
- Welleck, R., y Warren, A. (1985). *Teoría literaria*. Gredos.
- Wiener, C. (2017). El audiovisual en la escuela y la ley. *Idee Revista*, 271. <https://bit.ly/3ziQ7CL>

Zunzunegui, S. (1992). *Pensar la imagen*. Cátedra.

Zavala, L. (2011). La teoría del cine en la región latinoamericana y las políticas de la investigación.

Comunicación y medios, 24(1), 8-24. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2012.19891>

Zavala, L. (2015). *Narratología y lenguaje audiovisual*. Universidad Nacional de Cuyo.

Zubiaur, F. (1999). *Historia del cine y de otros medios audiovisuales*. EUNSA.



Apéndices





Apéndice 1. Cuestionario para medir el dominio de análisis fílmico de los estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura

Cuestionario para medir el dominio de análisis fílmico de los estudiantes de primer año de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura

Estimado alumno:

El presente cuestionario se aplica con el propósito de medir tu dominio de análisis fílmico como estudiante de Comunicación y se enmarca dentro de una tesis de maestría que se viene ejecutando en la Universidad de Piura.

Se proyectará un cortometraje animado titulado *Pop Squad*. Esta obra pertenece a la serie *Love, death and robots. Vol. 2* producida por Netflix. Mire y escuche el corto atentamente y luego resuelva el cuestionario. Lea con detalle cada una de las preguntas y marque con un aspa (X) la alternativa que considera correcta. Se le invoca sinceridad en sus respuestas, recuerde que el instrumento es anónimo y la información que nos proporciona se usará con absoluta confidencialidad. El tiempo previsto para el desarrollo del cuestionario es de 60 minutos.

DATOS INFORMATIVOS

Sexo: Femenino ___ Masculino: ___

Ciclo: ___

Especialidad: _____

Fecha: _____

ELEMENTOS SITUACIONALES

1.- *Love, death and robots. Vol. 2* tiene como productores al equipo conformado:

- a) David Fincher y Dominique Boidin.
- b) David Fincher y Tim Miller.
- c) David Fincher y Alex Beaty.

2.- *Pop Squad* es una adaptación en el cuento del mismo nombre escrito por:

- a) Veronica Roth
- b) Aldous Huxley
- c) Paolo Tadini Bacigalupi

3.- *Pop Squad* es dirigida por Jennifer Yu Nelson, quien también dirigió la película:

- a) Kung Fu Panda2.
- b) Monster House.
- c) Wolfwalker

4.- Pop Squad es un corto distópico que tiene referencias de:

- a) Metrópolis.
- b) Blade Runner.
- c) Matrix.

ELEMENTOS NARRATIVOS

5.- En todos los cortometrajes de la serie siempre aparecen, antes del título, imágenes que representan elementos importantes de su argumento. En pop Squad estos elementos son:

- a) Una jeringa, un sombrero y un muñeco de dinosaurio.
- b) Un ojo, un sombrero y un muñeco de dinosaurio.
- c) Nubes y lluvia, un sombrero y un muñeco de dinosaurio.

6.- El personaje principal de Pop Squad, el policía Briggs, es un:

- a) Personaje plano.
- b) Personaje redondo.
- c) Personaje estático.

7.- El orden del desarrollo del tiempo en Pop Squad es:

- a) Empieza en presente con momentos en futuro y termina en presente.
- b) Empieza en presente y termina en presente.
- c) Empieza en presente con momentos de pasado y termina en presente.

8.- En el ambiente donde viven los “criadores” predomina el color verde, lluvia constante y también:

- a) Ausencia de luz solar.
- b) Presencia de luz solar.
- c) Pequeñas mascotas para los niños.

ELEMENTOS ESTÉTICOS

9.- En la escena final de Pop Squad vemos a los policías y escuchamos el llanto del niño, ese recurso se llama:

- a) Fuera de campo.
- b) Fuera de cuadro.
- d) Fuera de imagen.

10.- En Pop Squad se ven las luces de las linternas, lámpara, postes. Este tipo de iluminación se le conoce como :

- a) Fuente de luz
- b) Luz tangible
- c) Luz visible.

11.- Pop Squad inicia y termina (opening y ending) con los siguientes ángulos de cámara:

- a) Picado- Picado.
- b) Nadir-cenital.
- c) Nadir-Nadir.

12.- Cuando el policía Briggs está a punto de dispararles a los niños hay un corte brusco. A ese corte se le llama:

- a) Jump Cut.
- b) Smash cut.
- c) Cross cut.

ELEMENTOS TEMÁTICOS

13.- El sombrero del policía Briggs representa, al final, el tema de:

- a) La Redención
- b) El Castigo.
- c) El perdón.

14.- El tema del control de natalidad se ve y remarca en lo que dicen los siguientes personajes:

- a) Policiá Briggs: "Pero no podemos dejar que otros se unen a la fiesta si nadie se va"
- b) Una de las criadoras: "Recuerdo todos esos momentos porque sé que no habrán muchos "
- c) Alice "No tener hijos me parece un sacrificio mínimo"

15.- El tema de la eterna juventud se ve en el corto con la inoculación de:

- a) El elixer del amor.
- b) El elixer de la vida.
- c) El elixer rejoyo.

16.- Además de representar el tema de la diferencia de clases a través de los que viven en la cima de los edificios y los que viven en los suburbios, en la parte de abajo, Pop Squad representa de manera sutil el tema de:

- a) Abuso policial.
- b) Calentamiento global.
- c) La opulencia.

ELEMENTO VALORATIVO

17.- Se puede decir que Pop Squad es un cortometraje con carga antropológica por:

- a) Porque sus personajes están bien definidos en su ambigüedad moral.
- b) Porque en todo el relato Briggs se centra en sus cuestionamientos con respecto a la vida ajena, al bien común, a sus decisiones y a la propia existencia de él como un ser vivo.
- c) Por el mensaje que transmite hacia el final de la historia, donde un personaje tiene la oportunidad de redimirse.

18.- ¿Qué afirmación es la que mejor se adecua a la explicación simbólica de un elemento en 'Pop Squad'?

- a) El simbolismo visual de los rascacielos y la lluvia es una analogía de los peligros humanos en los que se ve involucrado cada personaje, según su modo de vida y trabajo. La lluvia solo refuerza el contexto sombrío de las escenas.
- b) El simbolismo metafórico (del cigarro) se aplica para añadirle mayor tensión a la psicología del personaje y, de esta manera, resguardar la figura de un hombre reservado, incognito y atormentado.

c) El simbolismo infantil (dinosaurio, niños) se aplica con la intención de encontrar un apoyo para la intención protagónica del personaje, que es alcanzar su arco de transformación y encontrar los motivos suficientes de actuación.

19.- Cómo se explica mejor las diferencias de idiosincrasias y estilos de vida de los personajes expuestos:

a) Por medio de las decisiones humanas a las que se ven expuestos los personajes y cómo los utiliza a su favor o en su contra.

b) Solo por medio de los edificios, la lluvia y la putrefacción de los colores.

c) A través de los niveles de condición humana en el que se encuentra cada personaje, según su modo de vida, y cómo reacciona a ellos.

20.- Además del argumento principal de la trama, ¿qué otro tema implica la directora en 'Pop Squad'?

a) Utilizar la inmortalidad solo para vivir de fiestas y disfrutar la adrenalina de asesinar por gusto.

b) La sobrevaloración de la exterioridad y los placeres carnales como el único propósito de una vida inmortal.

c) La insensibilidad y subordinación humana de ver sufrir al otro a costa de la injuria de otros.

Fuente: Elaboración propia



Anexos





Anexo 1. Fichas de Validación del Instrumento

◆◆ FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO ◆◆

I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 Nombres y apellidos del validador : Gerson La Rosa Lama
 1.2 Cargo e institución donde labora : Oficina de apoyo al investigador – Universidad de Piura
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : Cuestionario para medir el nivel de análisis filmico de los estudiantes de comunicación audiovisual de la Universidad de Piura.
 1.4 Autor del instrumento : Alejandro Machacuay Arévalo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1	2	3	4	5
Nula	Baja	Aceptable	Buena	Muy buena
El 50% de los ítems no cumple con el indicador.	Entre el 51% a 70% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 71% y 80% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 81% y 90% de los ítems cumple con el indicador	Más del 90% de los ítems cumple con el indicador

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	4	5	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se podría desglosar la pregunta. La dimensión valorativa tiene más de un indicador.
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Se puede dar un mejor espaciado entre preguntas y espacio entre líneas para la pregunta abierta. Cuidar cuando una pregunta con sus respuestas no entran en una sola página.

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	4	5	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Algunas opciones de respuestas están sesgadas. Unas respuestas se repiten en todas las opciones.
CONTEO TOTAL (Sumar de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)							
		Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	Total

Coefficiente de validez :

$$\frac{Nu + Ba + Ac + Bu + Mb}{50}$$

= **0.92**

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente obtenido en uno de los intervalos y escriba sobre el espacio el resultado de validez.

Validez muy buena

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,50	• Validez nula
0,51 – 0,70	• Validez baja
0,71 – 0,80	• Validez aceptable
0,81 – 0,90	• Validez buena
0,91 – 1,00	• Validez muy buena



Piura, 04 de noviembre 2019.

◆◆ FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO ◆◆

I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 Nombres y apellidos del validador : Mgtr. Tomás Ricardo Atarama Rojas
 1.2 Cargo e institución donde labora : Docente e investigador en la Facultad de Comunicación de la Udep
 1.3 Nombre del instrumento evaluado : Cuestionario para medir el nivel de análisis fílmico de los estudiantes de comunicación audiovisual de la Universidad de Piura
 1.4 Autor del instrumento : Alejandro Machacuay Arévalo

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1	2	3	4	5
Nula	Baja	Aceptable	Buena	Muy buena
El 50% de los ítems no cumple con el indicador.	Entre el 51% a 70% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 71% y 80% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 81% y 90% de los ítems cumple con el indicador	Más del 90% de los ítems cumple con el indicador

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	4	5	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Hay información contextual que no se desprende del cortometraje.
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	El elemento valorativo debería medirse también cuantitativamente.
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL (Sumar de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)				6	24	10	40
		Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	Total

Coefficiente de validez :

$$\frac{Nu + Ba + Ac + Bu + Mb}{50}$$

= 0.80

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente obtenido en uno de los intervalos y escriba sobre el espacio el resultado de validez.

Validez aceptable

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,50	• Validez nula
0,51 – 0,70	• Validez baja
0,71 – 0,80	• Validez aceptable
0,81 – 0,90	• Validez buena
0,91 – 1,00	• Validez muy buena



Piura, 07 de octubre de 2019.

◆◆ FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO ◆◆

I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1 Nombres y apellidos del validador : Manuel Jacinto Prendes Guardiola
- 1.2 Cargo e institución donde labora : Docente de la Facultad de Humanidades de la Universidad de Piura (Dpto. de Lengua y Literatura)
- 1.3 Nombre del instrumento evaluado : Cuestionario para medir el nivel de análisis fílmico de los estudiantes de comunicación audiovisual de la Universidad de Piura.....
- 1.4 Autor del instrumento : Alejandro Machacuay Arévalo.....

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1	2	3	4	5
Nula	Baja	Aceptable	Buena	Muy buena
El 50% de los ítems no cumple con el indicador.	Entre el 51% a 70% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 71% y 80% de los ítems cumplen con el indicador	Entre el 81% y 90% de los ítems cumple con el indicador	Más del 90% de los ítems cumple con el indicador

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	4	5	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	
• PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	La voz me parece un elemento más estético que narrativo dentro del cine. De hecho, en el apartado de "códigos sonoros" parece la voz En el lenguaje visual también puede incorporarse la palabra mediante textos escritos (rótulos, títulos...)
• SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y acciones observables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	

• ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	<input type="checkbox"/>	
• FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
• ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	X	
CONTEO TOTAL (Sumar de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)							
		Nu	Ba	Ac	Bu	Mb	Total

Coefficiente de validez :
$$\frac{Nu + Ba + Ac + Bu + Mb}{50} = 0,96$$

III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente obtenido en uno de los intervalos y escriba sobre el espacio el resultado de validez.

Piura, 29 de octubre de 2019.

Intervalos	Resultado
0,00 – 0,50	• Validez nula
0,51 – 0,70	• Validez baja
0,71 – 0,80	• Validez aceptable
0,81 – 0,90	• Validez buena
0,91 – 1,00	• Validez muy buena

