



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



**NARRATIVA AUDIOVISUAL DE LOS SPOTS DE “PULGAR
ARRIBA” Y “RETO PEPSI”**

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. JHOVISSA CARLA BARRIONUEVO TERAN

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

PUNO – PERÚ

2019



DEDICATORIA

**A Dios por brindarme inspiración y
sabiduría para superar todo obstáculo
conduciéndonos siempre en hacer lo
correcto y culminar con esta
investigación.**

**A mis padres Dr. José Luis Barrionuevo
Apaza y Marta Terán Figueroa, por ser
parte de mi vida, por todo su apoyo que me
dan día a día, a mi novio Hebert Joshep y a
mi tesorito Santhiago Joaquín por estar a mi
lado en las buenas y malas, incitándome a
seguir adelante y a superar los obstáculos.**



AGRADECIMIENTOS

A mi familia: por su apoyo incondicional que me han ofrecido a lo largo de mi vida y apoyo para culminar mi carrera profesional.

A la Universidad Nacional del Altiplano Puno: Especialmente a la Facultad de Ciencias Sociales, Escuela profesional de Ciencias de la Comunicación Social por brindarme el conocimiento y una excelente formación académica con valores, como profesional y como persona.

A mi asesor de tesis Lic. Fermín Gómez Pineda por su constante apoyo en la sistematización teórica y metodológica de mi trabajo de investigación. De igual manera a los Docentes jurados de la tesis Dra. María del Rosario Vera del Carpio. Dra. Yudi Janeh Yucra Mamani. Dr. Luigi Hedrik Rodríguez Rocha por su constante apoyo en el fortalecimiento de la teoría de la investigación.

Finalmente, mi profundo agradecimiento al M. Sc. Percy Gómez Bailón y al Lic. Dulio Cesar Palomino Asqui, por su apoyo incondicional y por brindarme información para realizar mi trabajo de investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN 8

ABSTRACT..... 9

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 11

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 13

1.2.1 Pregunta General..... 13

1.2.2 Preguntas Específicas 13

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO..... 14

1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN..... 14

1.4.1 Objetivo General..... 14

1.4.2 Objetivos Específicos 14

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES..... 15

2.1.1 Antecedentes internacionales..... 15

2.1.2 Antecedentes Nacionales 15



2.2 MARCO TEÓRICO	16
2.2.1 Definición de Estructura	16
2.2.2 Narrativa Audiovisual	17
2.2.3 Aspecto	18
2.2.4 El Lenguaje Audiovisual	19
2.2.5 Aspectos Morfológicos	19
2.2.6. Aspectos Sintácticos	24
2.2.7 La semiología	32
2.3 MARCO CONCEPTUAL	34
2.3.1 Narrativa Audiovisual	34
2.3.2 Audiovisual	34
2.3.3 Morfología	34
2.3.4 El Punto	34
2.3.5 La Línea	34
2.3.6 La Forma	34
2.3.7 El Color	35
2.3.8 Sintácticos	35
2.3.9 Auditivo	35
2.3.10 Publicidad	35
2.3.11 Spot	35
2.3.12 Efectos de Video	36
2.3.13 Barrido	36
2.3.14 Monologo	36
2.3.15 Denotativo	36
2.3.16 Connotativo	36
2.4 OPERACIÓN DE VARIABLES	37



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	38
3.2 EL TIPO O NIVEL DE ESTUDIO	38
3.3 DISEÑO	38
3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS	38
3.5 UNIDAD DE OBSERVACIÓN	39
3.6 DIMENSIONES	39
3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA	39
3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	39

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.- MORFOLÓGICO	40
4.2.- SINTÁCTICO	40
V. CONCLUSIONES	87
VI. RECOMENDACIONES	88
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
ANEXOS	91

ÁREA: MARKETING – PUBLICIDAD

TEMA: MEDIOS AUDIOVISUALES

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 23 DE DICIEMBRE DEL 2019



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ESCENA DEL EXTERIOR DEL ESTADIO	41
Tabla 2 ESCENA DEL INTERIOR DEL ESTADIO.....	46
Tabla 3 ESCENA DEL INTERIOR DE UN BAR.....	52
Tabla 4 ESCENA DE UNA LAVANDERIA	57
Tabla 5 ESCENA DE UNA TORRE DE CONTROL	61
Tabla 6 ESCENA DE UN JUEGO DE MESA	65
Tabla 7 ESCENA DE UNOS LETREROS.....	72
Tabla 8 ESCENA DE UNA ACTRIZ	77
Tabla 9 ESCENA DE LA PLAYA	81



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “NARRATIVA AUDIOVISUAL DE LOS SPOTS DE “PULGAR ARRIBA” DE COCA COLA Y RETO PEPSI”, tiene como propósito analizar la narrativa audiovisual de los anuncios publicitarios de Coca Cola y Pepsi identificando el empleo de los aspectos morfológicos y sintácticos. La tesis adjunta conceptos que fortifican en mayor grado el conocimiento del tema. La metodología aplicada en esta investigación tiene un enfoque cualitativo, el tipo de investigación hermenéutico, la técnica que se utilizó es el análisis mediante una ficha de observación, para lo cual fue validado por expertos. Se llegó a la conclusión de que la narrativa audiovisual empleado en ambas publicidades es importante para la construcción del mensaje publicitario. La publicidad es indispensable para las empresas así atraer más clientes, dar a conocer los beneficios de los productos, y si es un producto ya conocido la publicidad persuade para que sigan comprándolo; la publicidad trata de mantener viva la imagen de la marca.

Palabras Claves: Narrativa, Audiovisual, Morfológico, Sintáctico, Publicidad.



ABSTRACT

The present research work entitled “AUDIOVISUAL NARRATIVE OF” THUMB UP” OF COCA COLA AND RETO PEPSI”, aims to analyze the audiovisual narrative of Coca Cola and Pepsi commercials identifying the use of visual and morphological and syntactic aspects. The thesis attached concepts that strengthen the knowledge of the subject to a greater degree. The methodology applied in this research has a qualitative approach, the type of hermeneutic, the technique used is the analysis using an observation sheet, for which it was validated by experts. It was concluded that the audiovisual narrative used in both advertisements is important for the construction of the advertising message. Advertising is essential for companies thus attracting more customers, publicizing the benefits of the products, and if it is a well-known product, advertising persuades them to continue buying it; Advertising tries to keep the brand image alive.

Keyword: Narrative, Audiovisual, Morphological, Syntactic, Advertising.



CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Las empresas luchan por conquistar preferencias y lealtad de los consumidores, ya que son conscientes que, sin su fidelidad, la empresa peligra en su logro de sobrevivir en un mercado que se presenta dinámico, cambiante y altamente competitivo.

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, pero para las empresas es una herramienta clave para el éxito. En pocas palabras la publicidad es información. Desde tiempos pasados la publicidad ha sido de gran ayuda en el mundo de los negocios.

Como indica Rubén Treviño (2007) La publicidad comunica ideas, propuestas y sentimientos y los colores juegan un importante papel para lograrlo. Su sentido puede cambiar de país en país, o de consumidor a consumidor.

El presente estudio de investigación va a permitir a los comunicadores a analizar mensajes a través de la narrativa audiovisual y de esta manera les sirva como referente para aportar nuevas ideas en las producciones audiovisuales como spots, documentales o cortometrajes. Por tal razón la presente investigación lleva como título “NARRATIVA AUDIOVISUAL DE LOS SPOTS DE PULGAR ARRIBA“ DE COCA COLA Y RETO PEPSI”.

Cabe resaltar que el buen manejo de la narrativa audiovisual ha sido importante para logara despertar el interés y la atención del espectador. En la televisión el spot tiene que ser claro y preciso para dar a conocer sus beneficios por el corto tiempo que tiene para mostrarse.



Se eligieron dos empresas conocidas a nivel internacional siendo competitivas como son Coca Cola y Pepsi, se tomó como referencia los anuncios televisivos que lanzaron en fecha 14 de junio al 14 de julio del presente año.

El contenido de la investigación: En el primer capítulo está referido al planteamiento del problema, y los objetivos del trabajo de investigación.

El segundo capítulo contiene los antecedentes, tanto a nivel internacional, nacional y local, el marco teórico desarrollando el marco referencial, así como el marco conceptual, donde plasmó temas la narrativa audiovisual, la estructura de la narrativa, elementos morfológicos y sintácticos, spots, audiovisual, audio, encuadre, publicidad, y mensaje.

En el tercer capítulo hace referencia a la metodología de la investigación, el nivel de estudio, unidad de análisis, dimensiones, población y muestra, técnicas e instrumentos, así como el instrumento aplicado en la presente investigación.

La exposición y análisis de los resultados de la investigación realizada, como producto de la verificación de las hipótesis asumidas en el proyecto de investigación.

El resultado denota que el spot televisivo de COCA COLA Y PEPSI en América televisión utilizan los elementos morfológicos y sintácticos. La importancia de la narrativa audiovisual radica en el modo adecuado de la utilización de estos elementos ya que el excesivo uso de estos elementos trae como consecuencia que el espectador no reciba un mensaje apropiado.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La televisión brinda a diario anuncios publicitarios, estos han existido desde siempre en estos medios, muchos de estos anuncios resultan ser muy atractivos y



despiertan el interés del consumidor estos han evolucionado en cuanto a su lenguaje audiovisual mostrando cada vez en las pantallas situaciones que se asemejan a la realidad.

La publicidad se sirve de los medios de comunicación para alcanzar objetivos y cobertura, dejando en segundo plano la segmentación y la diferenciación de público. Cabe indicar que los contenidos publicitarios que se realizan, para diferentes contextos sociales y culturales muestran un importante porcentaje de anuncios dirigidos a jóvenes y adultos. Se ha visto también que los anunciantes utilizan estrategias persuasivas específicamente dirigidas a captar atención de este público, como son las técnicas de animación, el uso de testimonios, personajes célebres y famosos de nuestro medio. Muchos trabajos de investigación han demostrado la influencia de estos mensajes publicitarios ejercen en las preferencias de consumo.

Tal es el ejemplo de marcas como Coca Cola y Pepsi Cola, que las dos se caracterizan por la polémica que causan, siendo estas dos marcas reconocidas a nivel internacional y una innovación tan creativa que impacta. En 1960, Coca Cola, lanza una campaña llamada “La pausa que refresca”, que impacto mucho en el mercado y así han ido evolucionando sus ideas y creaciones innovadoras, así mismo Pepsi, en un año similar en 1958, Pepsi ya se vendía en 120 países. Fue en esa época que la marca empezó a dirigidos a los jóvenes con innovadores slogans como “Se sociable, bebe Pepsi” y “Ahora es Pepsi, para los que piensan de forma joven”, obteniendo bastante aceptación del grupo objetivo como una marca jovial y de buena calidad.

En el Perú la publicidad de Coca Cola y Pepsi utilizan varios medios y en esta investigación se analiza la narrativa audiovisual puesto que permite transmitir un mensaje a través de imágenes que logran mediante elementos y en el mismo elemento que permite crear un lenguaje, el lenguaje audiovisual facilita al anuncio publicitario a transmitir un



mensaje. Los spots “pulgar arriba” y “Reto Pepsi” ha sido estudiada es la que se estrenó en la competencia de la copa américa 2019, que fue emitida por América televisión, quien mediante la subasta adquirió los derechos de emisión.

En este mundo competitivo las empresas y en este caso las empresas de bebidas gaseosas luchan por permanecer en el mercado, es importante que se use adecuadamente los elementos del lenguaje audiovisual. Los aspectos morfológicos y los aspectos sintácticos son básicamente la estructura de la narrativa audiovisual, teniendo a la imagen y al sonido como los elementos principales de la morfología, y en lo sintácticos está compuesto por planos, ángulos, movimientos de cámara e iluminación. Debido a que estos le brindan el anuncio publicitario distintos ángulos de los que se quiere transmitir y por eso se desea determinar **cómo los spots de Coca Cola y Pepsi elaboran sus publicidades, por el motivo siguiente**, el problema de investigación para el presente trabajo se formula de la siguiente forma:

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Pregunta General

¿De qué manera se presenta la narrativa audiovisual en los spots de “Pulgar arriba” de Coca Cola y “Reto Pepsi”?

De esta interrogante se deriva las siguientes preguntas específicas.

1.2.2 Preguntas Específicas

- a) ¿Cómo se presenta en la narrativa audiovisual en los aspectos morfológicos en el spot “pulgar arriba” de Coca Cola y “Reto Pepsi”?
- b) ¿Cómo se presenta en la narrativa audiovisual en los aspectos sintácticos en el spot “pulgar arriba” y “Reto Pepsi”?



Por lo consiguiente los objetivos son los siguientes:

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La evolución audiovisual ha permitido conocer nuevas perspectivas, así como el desarrollo de la producción audiovisual, es a partir de los spots publicitarios de “pulgar arriba y reto Pepsi” que surge esta investigación, que pretende analizar la narrativa audiovisual, asimismo analizar los aspectos morfológicos y sintácticos.

Es importante analizar estos aspectos puesto que sin ellos no se construiría el spot publicitario. Los elementos del aspecto morfológico y sintáctico, logran despertar emociones en el receptor, estas emociones son provocadas cuando la imagen y el sonido se complementan adecuadamente e intentan seducir al receptor.

1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Analizar la narrativa audiovisual de los spots “Pulgar arriba” y “Reto Pepsi”

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar cómo se presenta en la narrativa audiovisual los aspectos morfológicos de los spots “Pulgar arriba” y “Reto Pepsi”
- Analizar cómo se presenta en la narrativa audiovisual los aspectos sintácticos de los spots “Pulgar arriba” y “Reto Pepsi”



CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Durante los últimos años se ha ido realizando diferentes estudios sobre la narrativa audiovisual para que se tome mayor importancia a la producción audiovisual y a los elementos que la componen, puesto que es importante en el desarrollo de lo que se quiere dar a conocer al espectador.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Universitat Politècnica de Valencia, Facultat de Belles Arts de Sant Carles, (GRIFO MAS, 2016). En su tesis indica la marca Coca Cola refiriéndose estrictamente en el campo visual, ha logrado establecer como una de las mejores marcas a nivel mundial, en gran parte gracias a la relación inquebrantable como la música tanto dentro y fuera de sus spots.

Universidad Pontificia Comillas Madrid -España (Perlado Diez, 2014), concluye que toda empresa que ofreciendo un producto prácticamente idéntico al de la competencia, con un mismo sistema de distribución similar y unas diferencias de precios poco significativas, tenga por objeto penetrar en la mente del consumidor hasta llegar a posicionarse como marca de referencia del sector en el que se desarrolla la competencia.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultat de Ciències i Arts de la Comunicació, tesis para optar el título Profesional en comunicación Audiovisual (Castillo Bernal, 2012 – 2013) en sus tesis indica que, dentro de las variables del lenguaje audiovisual que se considera innovadoras, se puede precisar la edición, el uso de plano



(plano americano, plano medio, primer plano y plano detalle), la posición y movimientos de cámara y la dirección de arte.

Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Tesis para optar el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación (Chirito Murillo, 2018), la importancia del manejo del lenguaje audiovisual radica en el buen complemento de los elementos del aspecto morfológico y sintáctico, los cuales logran captar la atención y despertar el interés en el espectador.

Pontificia Universidad Católica del Perú, Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, tesis para optar el título Profesional en Comunicación Audiovisual (Soto Chumpitaz, 2018). Precisa que el lenguaje en los planos, mostradas en las escenas, recurre mayormente a los planos contraplanos para generar continuidad en los diálogos. Y en los ángulos, muchas de estas escenas mantienen un ángulo normal sobre todo en los diálogos.

Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, tesis para optar el título Profesional en comunicación Audiovisual (Cornejo Chillce, 2017), Concluye en su tesis que el lenguaje audiovisual fueron aplicados en el spot rifa emitido en el año 2016 brindándole soporte al relato de la historia originando así el mensaje general que es el de concientizar a la persona para comprar una rifa de Fe, y Alegría y con esto, a través de la educación se lograra cambiar el destino de muchos niños.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 Definición de Estructura

Este capítulo tiene como objetivo tratar los conceptos teóricos del anuncio publicitario que es un producto audiovisual; en la presente investigación se aplica la teoría estructuralista que expresa que un grupo de elementos combinados da origen a una



estructura y los conceptos fundamentales de Roland Barthes, que servirá más adelante para el análisis de los spots “pulgar arriba y reto Pepsi”.

Según (Graells, 1995) Define como estructura al sistema de conjunto de sistemas relacionados entre sí. Tales sistemas de diversas clases; lingüísticos, sociales, económicos, entre otros. Es importante resaltar que los sistemas que forman una estructura son sistemas lingüísticos, puesto que las estructuras se pueden estudiar a través del lenguaje verbal.

La narrativa audiovisual se basa en estructuras bien constituida para hacer llegar un mensaje coherente, estas estructuras se encuentran en los aspectos morfológicos y aspectos sintácticos que son la combinación de las imágenes y los sonidos.

2.2.2 Narrativa Audiovisual

Según Staehlin (1982) el cine está configurado por una serie de partes que fragmentados darían la posibilidad de analizar todos los factores que constituyen la construcción narrativa, la descomposición de los elementos morfológicos que conforman toda la narración audiovisual:

- La cosmología, se plantea el estudio de la siguiente forma:
 - El espacio desde dos variantes: cualitativa, en la que se describe por medio de los recursos espaciales lo que acontece en la acción, y cuantitativa, en la que los elementos morfológicos refuerzan la tensión.
 - El tiempo se valora de una manera cronométrica o dramática.
 - El movimiento, que igual que los anteriores puede ser descriptivos o mecánico y dramático.



- La iconología. - trata de la representación de las formas simbólicas, su significado profundo y lo que pretende el autor al incorporar elementos de la naturaleza. La estructura, la naturaleza y las funciones son las siguientes:
 - Figurativa, a través de la valoración de los personajes, estableciendo las categorías de cada uno y sus perfiles.
 - Narrativa, donde se estudiaría el desarrollo argumental, con las tramas y su evolución.
 - A través, del estudio del montaje, que podría ser presentado sujeto a una tipología variada: analítica, con los planos concatenados; sintéticos, en donde la música sería el nexo entre escenas o secuencias, en donde los diálogos se anticipan unos segundos a las imágenes.
- La dramática, estudia la evolución de una historia desde el nacimiento o guion, hasta sus últimos fines, es decir, hasta que entra en fase de realización. Ya lo hemos analizando anteriormente.
- La estética, trataría sobre los procesos creativos y artísticos, con una valoración de los elementos narrativos, interpretativos y fotográficos.

2.2.3 Aspecto

Indica (Graells, 1995), que en el lenguaje audiovisual, como en los lenguajes verbales, se pueden considerar diversos aspectos o dimensiones:

- Morfológica
 - Elementos visuales: figurativos, esquemáticos abstractos.
 - Elementos sonoros: voz, música, efectos, silencios.
- Sintáctico - Estructural
 - Planos, ángulos, composiciones, profundidad de campo.
 - Ritmo, continuidad, signos de puntuación.



- Iluminación, colores, intensidad de sonido, textos.
- Movimientos de objetos, físicos, ópticos.

2.2.4 El Lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual es un medio de comunicación que nos permite construir un mensaje a través de la interacción entre sonido e imagen dentro de un contexto secuencial.

Como diría Santos (1984), el lenguaje audiovisual es sintético: sonido-imagen-movimiento, “el lenguaje audiovisual es un lenguaje de participación en el acontecimiento”, pues permite representar la realidad de modo tal que nos sentimos identificados con lo que vemos y escuchamos, captando con más fuerza nuestra atención, despertando múltiples emociones.

2.2.5 Aspectos Morfológicos

Indica (Graells, 1995) De la misma manera que cuando se elabora un mensaje con los lenguajes verbales se utiliza nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen utilizando los siguientes elementos morfológicos:

2.2.5.1 Elementos Visuales, Las Imágenes:

Sus elementos básicos son: puntos, líneas, formas y colores. Con estos elementos las imágenes pueden representar cosas que existen y también cosas que nunca han existido. Villafañe (2006).

Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.



2.2.5.1.1. Composición

Según Nino Ghelli “El encuadre tiene, en el estudio estético del arte, dos significados distintos, que completándose recíprocamente lo revelan como una unidad esencial figurativo-narrativa”

Se denomina composición a la distribución de los elementos que intervienen en una imagen dentro del encuadramiento que se realiza a partir del formato de la imagen. En la composición se pueden considerar diversos aspectos:

- Líneas verticales. Producen una sensación de vida y cierta situación de quietud y se asocian a una situación de estabilidad. Se alcanzan esta composición cuando la mayoría de los objetos del plano estas dispuestos verticalmente.
- Líneas horizontales. Producen una sensación de paz, de quietud, de serenidad y a veces incluso a muerte. Al igual que las líneas verticales, se asocian a una situación de estabilidad.
- Líneas inclinadas y curvas. Producen una sensación de dinamismo, movimiento, agitación. Las líneas inclinadas también producen sensación de peligro, mientras que las curvas, en cambio aportan sensualidad. En general estas líneas dan relieve y sensación de continuidad a las imágenes y proporción a un ritmo más dinámico a las secuencias de video.

2.2.5.1.2. Forma

Indica (Villafañe, 1992), Toda imagen que podamos percibir un contorno o una forma, la cual visualizamos a través de la combinación del plano, la línea o el punto.

“todo lo que puede ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción. Los elementos conceptuales no son visibles. Así, el punto, la línea o el plano, cuando son visibles se convierten en forma”.



2.2.5.1.3 Color

Según (Graells, 1995) el color de los objetos se produce por la luz que reflejan. Los objetos que no reflejan la luz aparecen de color negro. Los colores nos producen, de manera inconsciente, diversos sentimientos y sensaciones. Cuando se crean imágenes conviene limitar los colores puros que se utilizan ya que si se usan un único color dominante se podrán centrar mejor el interés en la idea principal. Según su tonalidad los colores se clasifican en dos grupos:

Colores cálidos. - En general los espacios con colores cálidos parecen más grandes, cercanos y pesados.

- Blanco. Es el color de la luz y de la claridad. Se asocia a limpieza, pureza, paz, calma.
- Amarillo. Es el color de sol y llama la atención por su brillantez. Evoca alegría, vitalidad y diversión. También es un color asociado a la riqueza, ya que el oro es amarillo
- Naranja. Sus tonalidades suaves transmiten una sensación agradable de ambiente familiar y de confort. Por otro lado, como es un color muy visible se usa para señalar peligros y llamar la atención.
- Rojo. Es el color de la sangre y del fuego. Se relaciona con la acción, el coraje y la pasión, el dinamismo, etc. Comunica sensaciones de excitación, agresividad y movimiento. También se usa para llamar la atención e indicar peligro.

Colores fríos. En general los espacios con colores fríos parecen más pequeños y lejanos.

Entre ellos encontramos los siguientes:



- Verde. Es el color de la naturaleza que tranquiliza y relaja. También se asocia a la esperanza, salud, vitalidad, seguridad.
- Azul. Es el color del cielo y del mar. Simboliza cosas grandiosas, autoridad, lealtad, dignidad, el infinito. Cuando es claro refleja y proporciona frescor, seguridad y confianza, cuando es oscuro resulta triste.
- Violeta. Se relaciona con ambientes elegantes o lujosos.
- Gris. Color neutro, metálico. También evoca falta de color, tristeza, pobreza.
- Negro. Tiene dos significados principales. Por una parte, se relaciona con el misterio, la ignorancia, el miedo, la soledad, la oscuridad, la muerte. Pero también se asocia a poder, dominio, elegancia y sobriedad.

2.2.5.2 Elemento Sonoro

- Música
- Efectos de sonido
- Palabra
- Silencio

2.2.5.2.1. La música

Según (Graells, 1995) La música tiene un papel importante en la creación de los avientes y ha de conectar con la información de fondo que se quiere comunicar. La música puede cumplir diversas funciones:

- Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada: una radio que escuchan los personajes.
- Música incidental: que se usa para potenciar una determinada situación dramática: evocar, acompañar, remarcar.



- Música asincrónica: que se usa como contrapunto (música navideña acompañado imágenes de guerra)

2.2.5.2.2. Efectos sonoros

Indica (Graells, 1995), Los efectos sonoros, no han de ser simples complementados de un material visual sino que serán considerados desde el principio como elementos importantes, del material y con una función específica, con el fin de potenciar su impacto perceptivo algunos anuncios acompañan su acción de efectos sonoros creados artificialmente.

Según (García, 2007), Los efectos sonoros: con el fin de potenciar su impacto perceptivo algunos anuncios acompañan su acción de efectos sonoros creados artificialmente.

2.2.5.2.3. Palabra

Según (Graells, 1995). Ante la imposibilidad de registrar todas la palabras, frases, tonos, voces que aparecen en los anuncios parece conveniente, de cara a una sistematización general, centrar la observación en la importancia del slogan, y en la voz en off, que puede aparecer con distintos grados de protagonismos, determinar cuáles son, y con qué frecuencia se producen, ayudara a desentrañar la relación – directa o indirecta – entre la palabra y las imágenes.

Según (García, 2007). Taxonomía en la palabra: la palabra en audio y la locución pueden ser de varios tipos:

- Locución en off: aquella en la que no está presente la forma física la cabeza parlante.
- Locución en on: aquella en la que está presente la cabeza parlante.



- Mixta off y on: se produce la aparición sucesiva de cabeza parlante ausente, pero en audio.
- Mixta on y jingle: aparece conjuntamente una cabeza parlante con una canción de estilo publicitario.
- Mixta off y jingle: se produce un audio sin cabeza parlante, con una canción de estilo publicitario.
- Mixta off, on, y jingle: se entremezclan la canción publicitaria, se presenta visualmente en el habla.

2.2.5.2.4 Silencio

El silencio es un recurso sonoro (por oposición) no demasiado utilizado por los anuncios (que por el contrario suelen ser bastantes llamativos y ruidosos). Por eso mismo suponemos destacables su presencia. En la observación de ese elemento, debe tenerse en cuenta el necesario carácter evocador, significativo y esencial mismo, de tal manera que repercuta en la percepción del espectador. Elementos del ruido: se integran a la banda sonora, de un filme sea acompañada la presencia de sujetos u objetos que se encuentran dentro del encuadre o en el espacio circundante, entre ellos esta los ruidos naturales (lluvia, viento, truenos), otros de procedencia cultural (motores, maquinas, portazos, y otros generados por la creación humana).

2.2.6. Aspectos Sintácticos

Según (Graells, 1995) La sintaxis se encarga de estudiar cómo se unen y se relacionan las palabras con el fin de elaborar oraciones de modo coherente. Para construir un mensaje verbal., no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, hay que seguir una norma sintáctica que permiten elaborar frases significativas, porque esas nomas son las que usa el receptor para “comprender”.



De la misma manera, cuando se crea un mensaje audiovisual hay que seguir unas normas sintácticas que, además podrán incluir poderosamente en el significado final de nuestro mensaje, indica (Graells, 1995) “para construir un mensaje verbal, no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, sino que hay que sugerir unas normas sintácticos que permiten elaborar frases significativas”.

Los planos, ángulos, movimientos de cámara y la iluminación son elementos que estructurados de una manera idónea podrán influir en el mensaje final que se quiere dar a conocer al espectador.

2.2.6.1 El plano

Según (Graells, 1995) Los planos designan una relación de distancia, son elementos del encuadre que nos informa de la proximidad o lejanía desde la que percibimos los objetos del campo visual. Para describir las distintas posibilidades de la escala, se recurre al término “plano”. Los planos principales son las siguientes:

Planos descriptivos: tiene un valor descriptivo cuando su función principal es describir los personajes o el entorno en el que se desenvuelve su actuación. Los planos lejanos son eminentemente descriptivos, entre ellos encontramos los siguientes:

- Gran plano general o vista panorámica. - Bedoya y León (2003), en relación al gran plano general menciona que: “Cubre las extensiones visuales de mayor amplitud, necesariamente exteriores. El gran primer plano general tiene una función mayormente descriptiva, de allí que sean muy frecuentes en documentales acerca de la naturaleza o en la introducción de relatos de ficción”.
- Presenta un escenario muy amplio en el que puede haber múltiples personajes. Hay mucha distancia entre la cámara y el objeto que se registra. También puede adquirir



un valor expresivo cuando se quiere destacar la soledad o pequeñez de las personas dentro del entorno que les rodea.

- El plano general o Plano general largo.- Bedoya y León (2003), menciona que: “Cubre una porción de distancia más próxima que la del gran plano. En el plano general se puede percibir, comparativamente con el gran plano general, una mayor dosis de movimiento interno y es posible identificar, aunque se vagamente, personajes o componentes físicos”.

Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes, donde la persona que realiza la acción y donde está situada (actúa como el sujeto de una frase); no obstante, también puede mostrar varias personas sin que ninguna de ellas destaque más que las otras.

Planos narrativos. Un plano tiene valor narrativo cuando su función principal es narrar la acción que desenvuelve el personaje. Los planos entero y americano son los que tienen mayor potencial narrativo:

- Plano entero o Plano completo. - Al referirse al plano entero Bedoya y León (2003), menciona que: “Es el plano de la figura humana vista en cuerpo entero, desde el tope superior hasta el inferior del encuadre. El plano entero puede mostrar a un personaje detenido o en movimiento”.

Muestra perfectamente la acción que desarrollan los personajes. Puede tener cierto valor narrativo ya que permite apreciar las características físicas generales del personaje.

- El plano americano, es un plano medio ampliado que muestra los personajes desde la cabeza hasta las rodillas. En este plano lo que interesa sobre todo es mostrar la cara y las manos de los protagonistas por lo tanto tiene un valor narrativo y también expresivo.



- Plano medio.- los autores Bedoya y León (2003), indican que: “Es el plano de medio cuerpo. Se aplica exclusivamente a la figura humana y es un plano que cierra, más aun que el anterior; el o los personajes encuadrados. El cuadro medio suele mostrar a los personajes en su entorno físico más próximo”.

Aporta un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje (representa el verbo de la frase). En cambio, el ambiente que lo rodea ya no queda reflejado. También tiene un valor expresivo ya que la proximidad de la cámara permite apreciar un poco las emociones del personaje.

Planos expresivos: un plano tiene valor expresivo cuando su función principal es mostrar las emociones de los personajes. Los planos cercanos (plano medio, primer plano, plano detalle) son los que aportan mayor carga expresiva a las imágenes:

- El primer plano.- Bedoya y León (2003), en mención al primer plano, dicen que: “Este plano convoca la anterioridad del personaje, permite auscultar la intimidad a través del gesto, la mirada”.

Sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes. Añade calor y detalle a la trama.

- El plano detalle. - toma una parte del rostro, como los ojos, la nariz o boca. Su valor depende del contexto. Puede aportar un valor narrativo o un valor expresivo.

2.2.6.2. El ángulo

Si la escala de planos denota una relación de distancia con los objetos del campo visual, los ángulos designan la posición que mantenemos frente a la realidad registrada y revelan la altura desde la que los espectadores contemplamos el contenido del encuadre. Las posibilidades de desplazar el objetivo de la cámara y situarla frente a



la realidad son muy amplias y corresponden a los 180 grados que separan los puntos superior e inferior de la línea vertical.

Según Carlos Maria Stachlin en su teoría del cine indica que “Ángulo es la inclinación del eje óptico”, respecto al plano horizontal, con que desde el punto de vista se mira el campo (...) El Ángulo puede ser normal, con la línea de mirada del horizonte (eje óptico horizontal) y este es el más usado.

El teórico español nos habla después, de ángulos picado, contrapicados, inclinados e invertidos. Sin embargo, pensamos que una línea recta entre el objetivo de la cámara que enfoca una persona o a un objeto, no podría formar ningún ángulo con el horizonte.

Mientras otros autores indican lo siguiente:

- Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que:

“En el ángulo normal, los espectadores observan a los personajes registrados por una cámara situada a su altura. Hay que decir, además que el ángulo normal es el más empleado en el relato de ficción y es el mayoritario en el universo de los encuadres.

En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

- Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que:

“La cámara se ubica, pues, por encima del nivel habitual desde el que vemos la realidad y se inclina para registrar a los objetos o sujetos encuadrados.



Muchos cineastas han recurrido a este ángulo con el fin de propiciar un desequilibrio visual”.

Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

- Los autores Bedoya y León (2003), refiriéndose al ángulo contrapicado menciona que: “Presenta los elementos del campo visual desde un punto de vista bajo. El principal valor de un contrapicado, desde el punto de vista de la composición visual, radica en su capacidad para reforzar la envergadura o el volumen de los objetos contemplados desde abajo. Por eso se emplea a menudo para redoblar la intensidad dramática de una acción. El ángulo bajo aporta dinamismo a la composición visual”.

Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva el personaje queda engrandecido, potenciado, de manera que parecerá más grande y poderoso.

2.2.6.3 Los movimientos de cámara

Con la cámara es posible registrar la imagen en una posición quieta o estática, sin aquella se desplace, lo cual podría crear cierta sensación de estabilidad. Los variados movimientos de cámara, en cambio, tiene como función enriquecer la acción fílmica, describir los objetos o la posición de los personajes en el encuadre, ya estén quietos o en movimiento. Los movimientos de cámara pueden ser físicos u ópticos:

Movimientos físicos:



- Panorámica o paneo. - los autores Bedoya y León (2003), menciona que: “El movimiento panorámico o paneo es el giro horizontal o vertical de la cámara (pivoteando su propio eje y sin desplazarse). Se consigue haciendo que la cámara se mueva sobre ella misma manteniéndose en su punto de apoyo estacionario, sobre su eje fijo. Algunas veces se usa para seguir el itinerario transversal. El movimiento panorámico se usa con el fin de mantener a los objetos móviles dentro del campo visual”.

En este tipo de movimiento la cámara se apoya sobre su mismo eje, su función es netamente descriptiva, se utiliza para detallar parte de una escena y sirve de acompañamiento de la acción.

- Travelling. - Bedoya y León (2003), menciona que: “Se obtiene colocando la cámara sobre cualquier soporte móvil. Así se desplaza hacia o desde un objeto el rostro de un personaje o un paisaje describiendo movimientos que puedan ser breves o extensos, simples o elaborados”.

Tiene un gran valor expresivo, da relieve y perspectiva narrativa. También puede aportar un valor narrativo: nos hace sentir que estamos tomando parte de la acción que el travelling acompaña.

Movimientos ópticos:

- El zoom.- es un acercamiento producido a través del movimiento focal variable del lente de la cámara, cuyo efecto visual se asemeja al desplazamiento por su acercamiento, aunque no es exactamente un movimiento de esta, que permanece inmóvil. Por el contrario, el zoom back es el movimiento inverso, que produce un alejamiento.



Respecto al movimiento del zoom los autores Bedoya y León (2003), menciona que: “la virtud del zoom es facilitar la realización de acercamiento (zoom in) y el alejamiento (zoom out) del contenido del campo visual, sin necesidad de llevar a cabo desplazamientos reales de la cámara

El zoom solo puede simularse aproximaciones y alejamientos, pero no el efecto del movimiento lateral o circular de la cámara.

2.2.6.4. Iluminación

Según (Graells, 1995) La iluminación tiene un valor expresivo ya que puede resaltar o suprimir formas y crear una atmósfera determinada que produce diversas sensaciones. Se puede distinguir dos tipos básicos de iluminación suave y dura:

- Iluminación principal. - Es la que proporciona la mayor parte de luz a la escena.
- Iluminación de relleno. - Tiene la función de suavizar los contrastes que origina el foco principal y así eliminar algunas sombras.
- Iluminación posterior. - Tiene la función de dar relieve al sujeto y separarlo del fondo. El foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.
- Iluminación de fondo. - Ilumina el escenario y da relieve al decorado.
- Iluminación suave o iluminación tonal. - es una iluminación que reduce los contrastes excesivos y permite apreciar bien los detalles a la sombra. Es menos dramática que la iluminación dura y proporciona una apariencia agradable a las personas.
- Iluminación dura o iluminación de claro y oscuro. Es una iluminación direccional que sirve para destacar las formas y los contornos de las personas y los objetos.



2.2.7 La semiología

Barthes indica que la semiología sirve como análisis para desmontar las representaciones de la cultura de masas. “la crítica ideológica parte de definición de ideología en términos de discursos que oscurecen las relaciones sociales que naturalizan y universalizan”.

Barthes se basa en la línea del pensamiento de Saussure, al igual que otros semiólogos. Por ellos utilizara elementos analizados por Saussure en la lingüística estructural y los agrupa de igual manera en términos dicotómicos tales son:

1. Lengua – habla
2. Significado – significante
3. Sistema – sintagma (paradigma)
4. Denotación – connotación.

El mensaje publicitario

Según Barthes (1993) toda publicidad es un mensaje: una fuente de emisión que es de donde es emitido el producto y el punto de recepción, que es el público y un canal de trasmisión que se le denomina el “soporte publicitario”.

La unión del plano de expresión con el plano del contenido da como resultado el sistema de significaciones, toda imagen representa una visión del mundo de una forma particular, o también representa una ideología, por tanto las imágenes son y se consideran como verdad según la etimología antigua, imitari representación analógica o copia de la realidad, además las imágenes contienen un doble carácter en su mensaje; denotativo y connotativo y son portadoras de una sentido (Barthes, 1993).



Para Barthes centrara en analizar de qué modo la imagen adquiere sentido, por ello analiza la imagen publicitaria ya que la considera que la significación es intencional y por lo tanto están formados con vistas a la mejor lectura posible.

Mensaje lingüístico: la imagen de inmediato su primer mensaje cuya sustancia es lingüística; sus soportes son la leyenda marginal y las etiquetas en la naturalidad de la escena, para ser descifrado no quiere más que el conocimiento que el de la escritura (Barthes, 1993).

El mensaje denotado: constituye un mensaje privativo, constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran los signos de connotación, es decir identifican la imagen con el mensaje, la imagen es objetiva, inocente.

El mensaje connotado: Barthes le llama también simbólico, cultural o connotado, lo denomina de esta manera ya que considera que los signos provienen de un código cultural, y el número de lecturas de un mismo signo varía según el individuo.

El primer mensaje sirve para “naturalizar” al segundo mensaje: añadiendo un plus estético para Barthes es una forma sutil que apela al gusto a través de la forma, es decir del actor un equilibrio entre lo atractivo y lo funcional.

Barthes (1993) la sociedad actual está caracterizada por recibir a todo momento mensajes connotados, es decir un doble mensaje: denotado connotado. La publicidad utiliza imágenes de forma intencional ya que para indica el autor “lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto y estos significados deben ser trasmitidos con la mayor claridad posible”, a partir de la imagen en una publicidad el espectador o receptor tendrán una mejor lectura, la imagen contiene signos que nos remite algo que nosotros conocemos y por eso el autor considera que el mensaje publicitario es “franca” o al menos enfática.



2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Narrativa Audiovisual

La narrativa audiovisual es el conjunto de herramientas que nos ayudan a narrar la historia que queremos llevar a cabo en nuestra producción, la historia se puede contar usando imagen, ilustraciones o videos, y se puede mejorar con gráficos, música y audios (Graells, 1995).

2.3.2 Audiovisual

El término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante ciertos mecanismos (Graells, 1995).

2.3.3 Morfología

La morfología, está formado por una serie de signos y elementos. Esas unidades forman un conjunto (Graells, 1995).

2.3.4 El Punto

Es un signo de dimensiones pequeñas que, gracias al contraste de color o de relieve, es perceptible (Graells, 1995).

2.3.5 La Línea

Es la figura exterior de una materia o un cuerpo (Graells, 1995).

2.3.6 La Forma

Es la figura exterior de una materia o un cuerpo (Graells, 1995).



2.3.7 El Color

Es la impresión que causan los rayos de luz que se reflejan en un cuerpo, y producen esos efectos en la retina del ojo (Graells, 1995).

2.3.8 Sintácticos

En un mensaje audiovisual hay normas sintácticas que influyan poderosamente en el significado final de nuestro mensaje (Graells, 1995).

2.3.9 Auditivo

Que tiene virtud para poder escuchar, oír y de percibir. Pertenece, concerniente y relativo al sentido del oído.

2.3.10 Publicidad

La publicidad se define por un conjunto de estrategias orientadas a dar a conocer productos y servicios a la sociedad. Sin embargo, no solo se trata de que las personas sepan que existes, sino también de otorgar cierta reputación a lo que se ofrece. Sin utilizar esta comunicación patrocinada, sería muy complejo posicionarse en la mente de los consumidores como algo de buena calidad.

2.3.11 Spot

Anuncio publicitario que se emite por televisión o en el cine. El spot publicitario es uno de los recursos más eficaces para dar a conocer una marca o producto concreto y para convencer y estimular objetivo. Pero también es de los que tiene un precio más elevado, por lo que suelen ser breve. Por lo general no duran más que un minuto.



2.3.12 Efectos de Video

Los efectos de video, también conocidos como efectos visuales, capas, filtros gráficos, se utilizan para mejorar la calidad de los videos y aumentar el interés de la audiencia por tu video.

2.3.13 Barrido

Es el paso de un plano a otro por medio de una imagen intermedia casi difusa, que resulta de un movimiento rapidísimo y seco de la cámara.

2.3.14 Monologo

Monologo es un discurso que genera una solo persona, dirigido tanto hacia un solo receptor como hacia varios receptores. Escena u obra dramática en que habla un solo personaje (Pérez, 2019).

2.3.15 Denotativo

Es el significado referencial de las palabras o cualquier signo. Es simplemente lo que vemos, la descripción literal, lo que es realmente (Alcaraz, 2005).

2.3.16 Connotativo

Es el significado que le damos, lo que tiene uno como conceptos propios, es decir las interpretaciones que le damos (Graells, 1995).



2.4 OPERACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
NARRATIVA AUDIOVISUAL DE LOS SPOTS DE “PULGAR ARRIBA” Y “RETO PEPSI”	MORFOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none">- Elementos visuales<ul style="list-style-type: none">➤ Punto➤ Color➤ Línea➤ forma- Elementos sonoros<ul style="list-style-type: none">➤ Música➤ La palabra➤ Efecto sonoro➤ Silencio
	SINTÁCTICO	<ul style="list-style-type: none">- Planos<ul style="list-style-type: none">➤ Planos descriptivos➤ Planos expresivos➤ Planos narrativos- Ángulos<ul style="list-style-type: none">➤ Ángulo normal➤ Picado➤ Contrapicado- Movimiento de cámara<ul style="list-style-type: none">➤ Movimiento óptico➤ Movimiento físico paneo➤ Movimiento físico travelling- Iluminación<ul style="list-style-type: none">➤ Principal➤ Relleno➤ Posterior➤ Fondo➤ Suave➤ Dura



CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación tiene un método cualitativo, de tipo aplicativo debido a que se elaboró un instrumento, El enfoque utiliza la recolección y análisis de los datos para afirmar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación. (R. Hernández, Fernández, & Baupista; R. Hernández, Fernández, Baupista, M).

3.2 EL TIPO O NIVEL DE ESTUDIO

La investigación es de nivel hermenéutico se enmarca en el paradigma interpretativo comprensivo; la observación y la interpretación son inseparables: de esta forma, la credibilidad de los resultados de una investigación dependerá del nivel de precisión terminológica, de rigor metodológico. En este sentido, debe destacarse que dicho análisis toma como eje fundamental el proceso de interpretación y en esta investigación se busca analizar la narrativa audiovisual de los spots “pulgar arriba y reto Pepsi” (Martinez, 2002).

3.3 DISEÑO

Para el análisis de la investigación, se elige el diseño de estudio de caso, en este sentido Hernández, Fernández & Baptista (2010) definen al estudio de caso “estudios que analizan una unidad para responder el planteamiento del problema”.

3.4 UNIDAD DE ANÁLISIS

Diseño de los Spots Publicitario



3.5 UNIDAD DE OBSERVACIÓN

- Spot - Pulgar arriba de Coca Cola
- Spot - Reto Pepsi de PepsiCo.

3.6 DIMENSIONES

- Morfológico
- Sintáctico

3.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.7.1 Población:

La población se consideró la publicidad de Coca Cola y Pepsi.

3.7.2 Muestra:

Son los spots “pulgar arriba y reto Pepsi”

3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.8.1 Técnica:

Ficha de observación

3.8.2 Instrumento.

Guía de observación

3.8.3 Juicio de expertos

Especialista



CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADO

En este capítulo se mostrará el resultado de la investigación realizada a las dos marcas de grandes empresas a nivel mundial como son: THE COCA COLA COMPANY el spot “pulgar arriba” Y PEPSICO el spot “reto Pepsi”.

Es necesario destacar que los resultados aquí expuestos son de acuerdo a las dos dimensiones plateadas y a sus respectivos indicadores, las cuales se detalla:

4. 1.- MORFOLÓGICO

- Elemento visual
- Elemento sonoro

4. 2.- SINTÁCTICO

- Planos
- Angulo
- Movimientos de cámara
- Iluminación

TABLA 1

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1 DEL SPOT “PULGAR ARRIBA”

NOMBRE:		ESCENA EXTERIOR DEL ESTADIO						
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los 4 ITEM	- Estadio - Cancha deportiva	- Lugar donde se realizará un encuentro deportivo. Se utilizó en esta escena el plano general describiendo el lugar donde se realizará el encuentro deportivo, como el escenario principal resaltando el lugar (estadio); dando a entender que se jugará un partido importante, como se lleva a cabo en las grandes ligas, el estadio también se interpreta que el spot se realizó para revivir la pasión del fútbol en el evento de la copa america, donde se estrena el spot publicitario “pulgar arriba”.	
		Línea	X					
		Forma	X					
		Color	X					
	Elemento sonoro	Música	Documental	X		Hay presencia de la música documental		
			Incidental		X			
			Asincrónica		X			
		Palabra	Locución off	X		Se evidencia la locución en off		
			Locución on		X			
			Mixta off y on		X			
			Mixta on y jingle		X			
			Mixta off y jingle		X			
			Mixta off, on y jingle		X			
Planos descriptivos	Elemento sonoro	Efecto sonoro	X					
Planos descriptivos	Planos descriptivos	Silencio		X				
		Gran plano general		X		1 – plano general		

Aspecto sintáctico	Ángulos	Planos expresivo	Plano general	X	1 – ángulo picado	más importantes se realizan a esa hora.
			Plano detalle	X		
		Planos narrativos	Plano entero	X		
			Primer plano	X		
			Plano americano	X		
			Plano medio	X		
			Gran primer plano	X		
			Normal	X		
		Movimiento De cámara	Picado	X		
			Contrapicado	X		
	Movimiento óptico Zoom		X			
	Zoom in		X			
	Movimientos físicos	Zoom out	X			
		Horizontal	X			
		Vertical	X			
		Circular	X			
		Movimientos físicos Travelling	X			
		Principal	X			
	Iluminación	Relleno	X			
		Posterior	X			
Fondo		X				
Suave		X				
Dura		X				
Fuente: Elaboración propia						

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 1



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada

Se emplea en la escena la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con el un efecto sonoro de trompeta empezando el himno de apertura dando a entender que están por iniciar el partido de futbol.



ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) Planos expresivos: Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes, donde las persona que realiza la acción y donde está situada (actúa como el sujeto de una frase); no obstante también puede mostrar varia personas sin que ninguna de ellas destaque más que las otras.

Se utilizó en esta escena el plano general describiendo el lugar donde se realizará el encuentro deportivo, como el escenario principal resaltando el lugar (estadio).

- Ángulos

Bedoya y León (2003), Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

Se evidencia el ángulo picado en esta escena, resaltando la magnitud del estadio donde se realizará el encuentro deportivo.

- Movimientos de cámara

Respecto al movimiento del zoom los autores Bedoya y León (2003), menciona que: “la virtud del zoom out (el alejamiento) del contenido del campo visual, sin necesidad de llevar a cabo desplazamientos reales de la cámara

Se observa en el spot a un inicio que la camara enfoca el estadio, haciendo un zoon out, para contemplar la magnitud del estadio dando a entender que en magestuoso estadio se realizara un importante encuentro deportivo.



- Iluminación

Indica (Graells, 1995) la iluminación dura o iluminación de claro y oscuro. Es una iluminación direccional que sirve para destacar las formas y los contornos de las personas y los objetos.

Se presenta la iluminación dura o iluminación clara y oscura, ya que destaca la forma del estadio y la cancha deportiva.

TABLA 2								
FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2 SPOT “PULGAR ARRIBA”								
NOMBRE: ESCENA INTERIOR DEL ESTADIO								
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo		
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los 4 ITEM	- Pulgares arriba - Gaseosa - Arqueros - Hinchas - Locutor - Arbitro		
		Línea	X					
		Forma	X					
		Color	X					
	Elemento sonoro	Música	Documental	X		Hay presencia de la música documental.		
			Incidental		x			
			Asincrónica		x			
		Palabra	Locución off			X	Se evidencia la locución mixta off y on.	
			Locución en on			X		
			Mixta off y on	X				
Elemento sonoro	Efecto sonoro	Mixta on y jingle			X			
		Mixta off y jingle			X			
		Mixta off, on y jingle			X			
Planos	Planos descriptivos	Silencio	X			4 – planos generales 3 – planos detalle 5 – plano medio		
		Gran plano general		X				
	Planos expresivos	Plano general	X					
		Plano detalle	X					
		Plano entero		X				
	Planos narrativos	Primer plano	X					
		Plano americano		X				
		Plano medio	X					

Aspecto sintáctico		Gran primer plano									
Ángulos	Normal	Picado	Contrapicado	X	X	X	6 – ángulos normales 3 – ángulos picados 5 – contrapicados				
								Movimiento óptico Zoom	Zoom in	X	2 paneos horizontales. 1 paneo vertical. 1 zoom out.
	Horizontal	X									
			Vertical	X							
	Circular	X									
			Movimientos físicos Travelling		X						
	Iluminación	Principal		X				Se presenta la iluminación principal, proporcionando mayor parte de luz al campo de juego. Y al final de la escena se hace el uso de la iluminación posterior denotando las siluetas de los personajes.			
		Relleno		X							
		Posterior		X							
Fondo			X								
Suave			X								
Dura			X								
Fuente: Elaboración propia											

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 2



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada: una radio que escuchan los personajes.

Hay presencia de la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con un himno instrumental que en todos los partidos oficiales se realiza.



Precisa (Graells, 1995) Mixta off y on: se produce la aparición sucesiva de cabeza parlante ausente pero en audio.

Se evidencia en la escena la locución mixta off y on puesto que se evidencia la presencia sucesiva de cabeza parlante, a inicios solo en audio donde narra el comentarista deportivo de lo que está suscitando en la cancha deportiva y luego visualmente se enfoca o muestra al narrador.

ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) lo siguiente:

- El plano general. - Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes, donde la persona que realiza la acción y donde está situada (actúa como el sujeto de una frase); no obstante también puede mostrar varias personas sin que ninguna de ellas destaque más que las otras.

Se utilizó el plano General en esta escena, para describe uno de los personajes que es el árbitro enfocando de cabeza hasta los pies, con la acción de levantar le pulgar arriba que significa que todo está bien o listo.

- Plano medio. - Aporta un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje (representa el verbo de la frase). En cambio, el ambiente que lo rodea ya no queda reflejado. También tiene un valor expresivo ya que la proximidad de la cámara permite apreciar un poco las emociones del personaje.

Se hace uso del plano medio narrando que los personajes (arqueros, hinchas y el locutor) dando la conformidad puesto que tienen sus pulgares arriba, dando a entender que están preparados para el encuentro deportivo que se llevara a cabo.



- El primer plano. - Sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes. Añade calor y detalle a la trama.

Se evidencia un primer plano donde al personaje que emite una emoción de felicidad por el encuentro deportivo que se realizara.

- El plano detalle. - aporta un valor narrativo o un valor expresivo.

También se hace el uso del plano detalle dando más realce al objeto que en este caso es la bebida gaseosa plasmando a las personas (hinchas) teniendo las manos levantadas con una bebida gaseosa simulando el pulgar arriba.

- Ángulos

- Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal se expresa es realidad llevándonos a mostrar a los personajes (arbitro y los arqueros) la acción que en el momento realizan que en este caso dando la conformidad por lo mencionados personajes.

- Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

El ángulo picado se percibe en este escenario opta por tomas dinámicas, ya que los personajes solos mismo y se manifiesta por diferentes ángulos.

- Los autores Bedoya y León (2003), refiriéndose al ángulo contrapicado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de



perspectiva el personaje queda engrandecido, potenciado, de manera que parecerá más grande y poderoso

Se resalta el ángulo contrapicado para destacar a cada uno de los personajes en este escenario opta por tomas dinámicas resaltando la acción que realizan.

- Movimientos de cámara

Bedoya y León (2003), menciona que: “El movimiento panorámico o paneo es el giro horizontal o vertical de la cámara. El movimiento panorámico se usa con el fin de mantener a los objetos móviles dentro del campo visual”.

Se observa en la escena con tomas de paneo horizontal describiendo la acción realizada por cada personaje (arquero) quienes se alistan para realizar el encuentro deportivo.

El paneo vertical se evidencia para hacer una variedad de tomas, siguiendo las acciones realizadas por el personaje. Y por último se observó el uso de un zoom out, alejándose de la cancha dando una conformidad en general..

- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación posterior.- Tiene la función de dar relieve al sujeto y separarlo del fondo. El foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.

Se presenta la iluminación principal, ya que el encuentro deportivo se lleva a cabo de noche y para que resalte los jugadores proporcionando mayor parte de luz al campo de juego. Y al final de la escena se hace el uso de la iluminación posterior denotando las siluetas de los personajes.

TABLA 3

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3 SPOT “PULGAR ARRIBA”

NOMBRE:		ESCENA INTERIOR DE UN BAR						
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencio los 4 ITEM	- Mesa - Gaseosa - Televisor - Personas reunidas - Color azul, negro y rojo	En la escena se evidencia a un grupo de personas que están mirando la televisión en el encuentro deportivo desde en un bar quienes también se reúnen para ser partícipe de este evento, y con el pulgar arriba expresando la conformidad, y sucede que todos los personajes están bebiendo, luego se enfoca a un personaje que está sonriendo y es este el personaje quien está bebiendo una Coca Cola deduciendo que esta persona es quien más disfruta, por la expresión de la sonrisa.	
		Línea	X					
		Forma	X					
		Color	X					
	Elemento sonoro	Música	Documental	X		Hay presencia de la música documental		Se evidencia la locución en off
			Incidental		x			
		Palabra	Asincrónica		x			
			Locución off	X				
			Locución en on		X			
			Mixta off y on		X			
			Mixta on y jingle		X			
			Mixta off y jingle		X			
			Mixta off, on y jingle		X			
			Efecto sonoro	X				
Silencio		X						
Planos	Planos descriptivos	Gran plano general		X	2 – planos detalles			
		Plano general		X				
	Planos expresivo	Plano detalle	X					
		Plano entero		X				
		Primer plano		X				

Aspecto sintáctico	Planos narrativos	Plano americano	X					
		Plano medio	X					
		Gran primer plano	X					
	Ángulos	Normal	X					
		Picado	X					
		Contrapicado	X				1 - ángulo picado 1 - ángulo normal	
	Movimiento De cámara	Movimiento óptico	Zoom in	X				1 - zoom in.
			Zoom out	X				
		Movimientos físicos	Horizontal	X				
			Vertical	X				
			Circular	X				
	Iluminación	Movimientos físicos	Travelling	X				
		Principal		X				Se presenta la iluminación de relleno.
			Relleno	x				
		Posterior		X				
Fondo			X					
Suave		X						
Dura		X						

Fuente: elaboración propia.

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 3



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada: una radio que escuchan los personajes.

Hay presencia de la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con un himno instrumental que en todos los partidos oficiales se realiza.

Precisa (Graells, 1995) Locución en off: aquella en la que no está presente la forma física la cabeza parlante.

En la presente escena se muestra la locución en off puesto que no se evidencia la presencia del narrador.



ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) lo siguiente: El plano detalle.- aporta un valor narrativo o un valor expresivo.

Se hace el uso del plano detalle en esta escena donde un grupo de personas están mirando la televisión el encuentro deportivo desde en un bar quienes también hacen participe con el pulgar arriba expresando la conformidad, y sucede que todos los personajes están bebiendo y con el efecto de zoom in enfoca a un personaje que está bebiendo la bebida gaseosa (coca cola) resaltando la respectiva bebida.

- Ángulos

- Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal en esta escena muestra que los televidentes también son parte de partido expresando con normalidad la acción que en el momento realizan que en este caso dando la conformidad los personajes (hinchas).

- Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

El ángulo picado se evidencia en este escenario para resaltar a un personaje quien tiene en mano la bebida gaseosa,



- Movimientos de cámara

Bedoya y León (2003), menciona que: “El movimiento panorámico o paneo es el giro horizontal o vertical de la cámara. El movimiento panorámico se usa con el fin de mantener a los objetos móviles dentro del campo visual”.

Se observa en la escena con tomas de paneo horizontal describiendo la acción realizada por cada personaje (arquero) quienes se alistan para realizar el encuentro deportivo.

El paneo vertical se evidencia para hacer una variedad de tomas, siguiendo las acciones realizadas por el personaje. Y por último se observó el uso de un zoom out, alejándose de la cancha dando una conformidad en general..

- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación de relleno.- Tiene la función de suavizar los contrastes que origina el foco principal y así eliminar algunas sombras.

Se presenta la iluminación de relleno, ya que los personajes encontrados en esta escena tienen la función de suavizar los contrastes evitando algunas sombras.

TABLA 4
FICHA DE OBSERVACIÓN N° 4 SPOT “PULGAR ARRIBA”

NOMBRE: ESCENA LA LAVANDERÍA		ITEM		Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo		
Dimensión morfológico	Indicadores Elemento visual	Punto		X		Se evidencia los 4 ITEM	- Lavadoras - Gaseosa - Persona - Color negro, rojo, anaranjado	En esta escena se evidencia de cómo se preparan antes de que se lleve a cabo el encuentro deportivo ya que el personaje se encuentra en la lavandería, indicando que está alistándose para mira el encuentro y también tiene una bebida gaseosa mostrando su pulgar arriba indicando que está disfrutando del momento.		
		Línea		X						
		Forma		X						
		Color		X						
	Elemento sonoro	Música	Documental	x		Hay presencia de la música documental.	Se evidencia la locución en off.			
			Incidental		X					
			Asincrónica		X					
		Palabra	Locución off	X						
			Locución en on		X					
			Mixta off y on		X					
Efecto sonoro	Mixta on y jingle		X							
	Mixta off, on y jingle		X							
Planos descriptivos	Planos descriptivos	Efecto sonoro		X						
		Silencio			X					
		Gran plano general		X		1 – plano medio				
		Plano general		X						

Aspecto sintáctico	Planos expresivo	Plano detalle		X					
		Plano entero		X					
		Primer plano		X					
		Planos narrativos	Plano americano		X				
			Plano medio	x					
			Gran primer plano		X				
	Ángulos	Normal		X			1 ángulo picado		
		Picado		X					
		Contrapicado		X					
	Movimiento De cámara	Movimiento óptico Zoom	Zoom in		X		No se evidencia		
			Zoom out		X				
		Movimientos físicos Paneo	Horizontal		X				
			Vertical		X				
			Circular		X				
		Iluminación	Movimientos físicos Travelling		X			Se presenta la iluminación posterior.	
	Principal			X					
	Relleno			X					
	Posterior		x						
	Fondo			X					
	Suave			X					
		Dura		X					
Fuente: elaboración propia									

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 4



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada

Se emplea en la escena la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con el un efecto sonoro de trompeta empezando el himno de apertura dando a entender que están por iniciar el partido de futbol.

Precisa (Graells, 1995) Locución en off: aquella en la que no está presente la forma física la cabeza parlante.

En la presente escena se muestra la locución en off puesto que no se evidencia la presencia del narrador solo se escucha que sucede todo lo que se dice.



ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) Plano medio.- Aporta un valor narrativo, ya que presenta la acción que desenvuelve el personaje (representa el verbo de la frase). En cambio, el ambiente que lo rodea ya no queda reflejado. También tiene un valor expresivo ya que la proximidad de la cámara permite apreciar un poco las emociones del personaje.

En esta escena se hace uso del plano medio describiendo al personaje que se encuentra en esta escena quien no está presente en el estadio y ni mira el encuentro deportivo por el televisor, pero si tiene el personaje una bebida gaseosa mostrando su pulgar expresando que está bien o conforme con la bebida.

- Ángulos

Bedoya y León (2003), Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

Se evidencia el ángulo picado en esta escena no por el hecho de sumisión del personaje, sino por la acción de la mano del personaje que lo demuestra con naturalidad sin forcejear la composición de la toma.

- Iluminación

Precisa (Graells, 1995) Iluminación posterior.- Tiene la función de dar relieve al sujeto y separarle del fondo. El foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.

Se presenta la iluminación posterior, ya el foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.

TABLA 5
FICHA DE OBSERVACIÓN N° 5 SPOT “PULGAR ARRIBA”

NOMBRE:		ESCENA DE LA TORRE DE CONTROL						
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los 4 ITEM	- Avión - Personas - Torre de control - amanecer	Se evidencia en esta escena a uno de los personajes que se encuentran en una torre de control con la acción de levantar la mano que significa que ya se están alistando para el encuentro deportivo ya que se evidencia que se da en la amanecida la toma de imagen.	
		Línea	X					
		Forma	X					
		Color	X					
	Elemento sonoro	Música	Documental	x		Hay presencia de la música documental.		
			Incidental		X			
			Asincrónica		X			
		Palabra	Locución off	X		Se evidencia la locución en off		
			Locución en on		X			
			Mixta off y on		X			
			Mixta on y jingle		X			
			Mixta off y jingle		X			
			Mixta off, on y jingle		X			
Efecto sonoro	Efecto sonoro		X					
	Silencio			X				
	Planos descriptivos	Gran plano general		X		1 - plano general		
		Plano general	x					
Plano detalle			X					

Aspecto sintáctico	Planos expresivo	Plano entero	X	1 - ángulo contrapicado			
		Primer plano	X				
		Planos narrativos	Plano americano				X
			Plano medio				X
			Gran primer plano				X
	Ángulos	Normal	X	No se evidencia			
		Picado	X				
		Contrapicado	X				
	Movimiento De cámara	Movimiento óptico	Zoom in	x			
			Zoom out	X			
		Zoom	Horizontal	X			
			Vertical	X			
			Circular	X			
		Movimientos físicos	Travelling	X			
	Iluminación	Principal	X	Iluminación de fondo			
		Relleno	X				
		Posterior	X				
		Fondo	x				
		Suave	X				
		Dura	X				
Fuente: Elaboración propia							

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 5



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada

Se emplea en la escena la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con el un efecto sonoro de trompeta empezando el himno de apertura dando a entender que están por iniciar el partido de futbol.

Precisa (Graells, 1995) Locución en off: aquella en la que no está presente la forma física la cabeza parlante.



En la presente escena se muestra la locución en off puesto que no se evidencia la presencia del narrador solo se escucha que sucede todo lo que se dice. Se evidencia la presencia de efectos sonoros en la escena con efectos del despegue de un avión.

ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) El plano general Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes, donde las persona que realiza la acción y donde está situada (actúa como el sujeto de una frase); no obstante también puede mostrar varia personas sin que ninguna de ellas destaque más que las otras.

Se utilizó el plano General en esta escena, para describe uno de los personajes que se encuentran en una torre de control con la acción de levantar la mano que significa que todo está controlado.

- Ángulos

Los autores Bedoya y León (2003), refiriéndose al ángulo contrapicado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva el personaje queda engrandecido, potenciado, de manera que parecerá más grande y poderoso

Se resalta el ángulo contrapicado en esta escena para indicar que desde lo más alto donde se encuentra la torre de control está controlado para el arranque del partido.

- Iluminación

Precisa (Graells, 1995) Iluminación de fondo.- Ilumina el escenario y da relieve al decorado.

En este escenario se emplea la iluminación del lugar de la torre de control donde se encuentran las personas quienes dan su aprobación

TABLA 6
FICHA DE OBSERVACIÓN N° 6 SPOT “PULGAR ARRIBA”

NOMBRE:		ESCENA JUEGO DE MESA						
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotación	Connotación	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los 4 ITEM.	- Juego de mesa de fútbol. - Bebida Coca Cola	Se evidencia una mesa de juego para expresar que los jugadores del juego de mesa también beben su gaseosa pronunciando que todos lo hacen, luego se observa en este escenario un jugador con una bebida gaseosa para resaltar que en las acciones que realices no te falte la bebida gaseosa.	
		Línea	X					
		Forma	X					
		Color	X					
	Elemento sonoro	Música	Documental	X		Hay presencia de la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo.		
			Incidental		X			
			Asincrónica		X			
		Palabra	Locución off	X		Se evidencia la locución en off.		
			Locución en on		X			
			Mixta off y on		X			
			Mixta on y jingle		X			
			Mixta off y jingle		X			
			Mixta off, on y jingle		X			
efecto sonoro	X		Se evidencia efecto sonoro					
Silencio		X						

Aspecto sintáctico		Planos		Planos descriptivos		Gran plano general		1 - plano detalle						
Aspecto sintáctico	Ángulos				Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle					
										Planos expresivo	Plano general		X	
											Plano detalle	X		
											Plano entero		X	
										Planos narrativos	Primer plano		X	
											Plano americano		X	
											Plano medio		X	
	Gran primer plano		X											
	Movimiento De cámara	Ángulos				Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle				
											Normal		X	
												Picado	X	
		Movimiento De cámara					Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle			
												Contrapicado		
													Zoom in	
												Zoom out		X
Horizontal												X		
Vertical		X												
Iluminación					Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle					
										Movimientos físicos	Horizontal		X	
											Vertical		X	
										Travelling	Circular		X	
											Movimientos físicos		X	
											Travelling		X	
										Iluminación				
Principal		x												
Relleno		X												
Posterior	X													
Iluminación					Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle					
										Fondo		X		
Iluminación					Planos descriptivos	Gran plano general		X	1 - plano detalle					
										Suave		X		



				X		Dura				
Fuente: Elaboración propia										

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “PULGAR ARRIBA” FICHA N° 6



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música documental: la que corresponde directamente al sonido de la historia narrada

Se emplea en la escena la música documental que ayuda a dar más realce al encuentro deportivo, con el un efecto sonoro de trompeta empezando el himno de apertura dando a entender que están por iniciar el partido de futbol.

Precisa (Graells, 1995) Locución en off: aquella en la que no está presente la forma física la cabeza parlante.



En la presente escena se muestra la locución en off puesto que no se evidencia la presencia del narrador solo se escucha que sucede todo lo que se dice.

ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) que el plano detalle.- aporta un valor narrativo o un valor expresivo.

Se hace el uso del plano detalle de la mesa de juego para expresar que los jugadores del juego de mesa también beben su bebida gaseosa pronunciando que todos lo hacen.

- Ángulos

➤ Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal en esta escena muestra un jugador de la mesa de juego, expresando con normalidad la acción que en el momento realizan que también tiene su bebida gaseosa,

➤ Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

El ángulo picado se evidencia en este escenario para resaltar la mesa de juego pronunciando que en las acciones que realices no te falte la bebida gaseosa.



- Movimientos de cámara

Bedoya y León (2003), menciona que: “El movimiento panorámico o paneo es el giro horizontal o vertical de la cámara. El movimiento panorámico se usa con el fin de mantener a los objetos móviles dentro del campo visual”.

Se observa en la escena con la toma de un paneo horizontal describiendo el mismo momento que se realizadara en juego de mesa como se describe en la primera escena.

- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación posterior.- Tiene la función de dar relieve al sujeto y separarle del fondo. El foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.

Se presenta la iluminación posterior se presenta en la escena se observa en la mesa de juego las sobras de cada jugador dando a entender que la luz se encuentra detrás del personaje.

INTERPRETACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO

Visual

Dentro del anuncio de Coca Cola al igual que el anuncio de Pepsi, se puede observar diversas imágenes, las cuales se eligieron de manera estratégica, para proyectar lo que el comunicador desea transmitir para logara captar la atención y sobre todo Coca Cola tiene la peculiaridad de crear anuncios que transmiten un sentimiento de felicidad, compartir en familia y amigos, con imágenes de la vida cotidiana logrando llegar al corazón del espectador.

Imágenes

Dentro del anuncio televisivo de Coca Cola se observa las siguientes imágenes que destacan:

- Una cancha de futbol
- Un arbitro
- Dos arqueros
- Personas (hinchas) alentando el partido con una Coca Cola en la mano dentro del estadio.
- Personas (hinchas) alentando el partido desde sus hogares con la bebida Coca Cola en sus manos.
- Un narrador de noticia
- Producto Coca Cola en su presentación en botella de vidrio y doble litro de plástico

Incentiva

El anuncio de Coca Cola en General incentiva que compartimos nuestra felicidad, el entusiasmo, alegría.

- El ambiente de compartir, en este caso en evento de futbol de la copa américa, donde todos los aficionados a este deporte se reúnen para alentar a sus equipos.
- Al observar distintas situaciones desde el árbitro, arqueros, hinchas, el comentarista deportivo, los trabajadores de la torre de control.
- Cuando se observa que todos los hinchas, el comentarista tiene en su mano una Coca Cola para refrescarse, para estar listo y poder ver el partido de Futbol.

TABLA 7

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 1 SPOT “RETO PEPSI”

NOMBRE:		ESCENA DE LA CARPA – LETREROS					
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los 4 ITEM	- Letreros - Bebida gaseosa	Se observa, los detalles que engloba el reto que se lleva a cabo, resaltando que se realiza este reto y mostrando a los personajes que prefieren la bebida gaseosa Pepsi, y luego resaltar el letrero de “Reto Pepsi”, puesto que en todo momento indica que están haciendo una prueba o experimento.
		Línea	X				
		Forma	X				
		Color	X				
	Elemento sonoro	Música	Documental		X	Hay presencia de la música incidental.	
			Incidental	X			
			Asincrónica		X		
		La palabra	Locución off		X	No se evidencia	
			Locución en on		X		
			Mixta off y on		X		
Elemento sonoro	Música	Mixta on y jingle		X			
		Mixta off y jingle		X			
		Mixta off, on y jingle		X			
		Efecto sonoro	X				
Planos	Planos descriptivos	Gran plano general		X	7 – planos detalle		
		Plano general		X			
	Planos expresivos	Plano detalle	X				
		Plano entero		X			
	Planos narrativos	Primer plano		X			
		Plano americano		X			
		Plano medio		X			
		Gran primer plano		X			

Aspecto sintáctico	Ángulos	Normal	X				1 – ángulo normal
		Picado		X			1 – ángulo picado
		Contrapicado	X				
	Movimiento De cámara	Movimien to óptico Zoom	Zoom in	X			1 – zoom in
			Zoom out		X		1 -- paneo horizontal
		Movimien tos físicos Paneo	Horizontal	X			
	Vertical		X				
	Circular				X		
		Movimientos físicos Travelling				X	
	Iluminación	Principal				X	Se evidencia la
		Relleno				X	iluminación
		Posterior		X			posterior
		Fondo				X	
		Suave				X	
		Dura				X	
Fuente: elaboración propia							

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “RETO PEPSI” FICHA N° 1



ASPECTO MORFOLÓGICO

Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música incidental: que se usa para potenciar una determinada situación dramática: evocar, acompañar, remarcar.

Hay presencia de la música incidental que ayuda a determinar una situación en este caso acompañar la escena, ya que esta música es reusada para la versión del spot de Lima.

ASPECTO SINTÁCTICO

Planos

Precisa (Graells, 1995) lo siguiente: El plano detalle.- aporta un valor narrativo o un valor expresivo.



Se hace el uso del plano detalle tiene la función de expresar los detalles que engloba el reto que se lleva a cabo, resaltando de se realiza este reto y mostrando a los personajes que prefieren esta bebida gaseosa.

Ángulos

- Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal se expresa en esta escena con claridad de cómo se lleva a cabo el reto Pepsi mostrando las tomas con claridad.

- Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

El ángulo picado se percibe en este escenario opta por tomas dinámicas, para mostrar de diferentes tomas la bebida gaseosa.

- Movimientos de cámara

Bedoya y León (2003), menciona que: “El movimiento panorámico o paneo es el giro horizontal o vertical de la cámara. El movimiento panorámico se usa con el fin de mantener a los objetos móviles dentro del campo visual”.

Se observa en la escena con tomas de paneo horizontal resaltando el logo que esta en la etiqueta de la bebida gaseosa.

El paneo verical se evidencia para hacer una variedad de tomas, para resaltar la bebida gaseosa.



- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación posterior.- Tiene la función de dar relieve al sujeto y separarle del fondo. El foco posterior está situado detrás del personaje y actúa a manera de contraluz.

Se hace el uso de la iluminación posterior denotando el contorno de la bebida gaseosa.

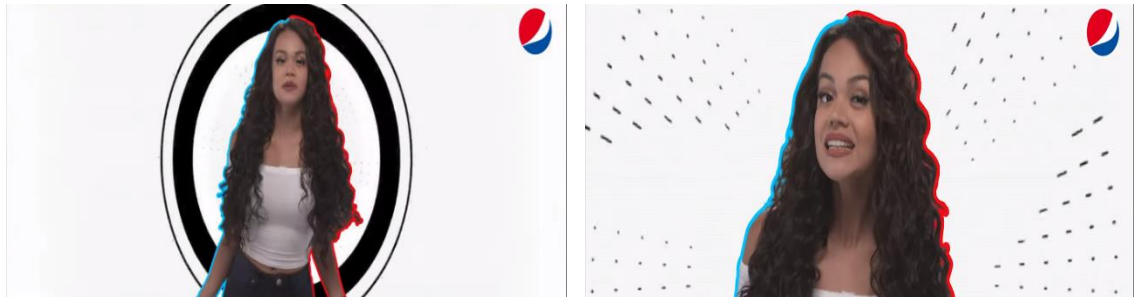
TABLA 8

FICHA DE OBSERVACIÓN N° 2 SPOT “RETO PEPSI”

NOMBRE:		ESCENA DE LA ACTRIZ									
Dimensión	Indicadores	ITEM				Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto				X		Se evidencia los cuatro ITEM	- Actriz joven	En la escena se muestra a la actriz joven, con un cuerpo delgado, logrando que la atención este situada en el sujeto (actriz), connotando también que en el verano no te puede faltar tu bebida Pepsi y que esta bebida no hace engordar.	
		Línea				X					
		Forma				X					
		Color				X					
	Elemento sonoro	Música	Documental					X	Hay presencia de la música incidental.		
			Incidental				X				
			Asincrónica					X			
			Locución off					X			
		La palabra	Locución on				X		Se evidencia en esta escena la presencia de locución en on.		
			Mixta off y on					X			
			Mixta on y jingle					X			
			Mixta off y jingle					X			
			Mixta off, on y jingle					X			
			Efecto sonoro					X			
Silencio					X						
Planos	Planos descriptivos	Gran plano general					X	4 - planos americano			
		Plano general					X				
	Planos expresivos	Plano detalle					X				
		Plano entero					X				

Aspecto sintáctico	Planos narrativos	Primer plano	X	Se evidencia el ángulo normal.
		Plano americano	x	
		Plano medio	X	
		Gran primer plano	X	
	Ángulos	Normal	x	No evidencia
		Picado	X	
		Contrapicado	X	
	Movimiento De cámara	Movimiento óptico Zoom	Zoom in	X
			Zoom out	X
		Movimientos físicos Paneo	Horizontal	X
			Vertical	X
			Circular	X
	Iluminación	Movimientos físicos Travelling	X	Se presenta la iluminación principal.
		Principal	x	
		Relleno	X	
Posterior		X		
Fondo		X		
Suave		X		
Dura	X			
Fuente: elaboración propia				

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “RETO PEPSI” FICHA N° 2



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música incidental: que se usa para potenciar una determinada situación dramática: evocar, acompañar, remarcar.

Hay presencia de la música incidental que ayuda a determinar una situación en este caso acompañar la escena, ya que esta música es reusada para la versión del spot de Lima.

Precisa (Graells, 1995) Locución en on: aquella en la que está presente la cabeza parlante.

Se evidencia en esta escena la presencia de locución en on ya que el personaje en este caso la actriz es la cabeza parlante, quien sigue un monologo.



ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) lo siguiente: El plano americano, es un plano medio ampliado que muestra los personajes desde la cabeza hasta las rodillas. En este plano lo que interesa sobretodo es mostrar la cara y las manos de los protagonistas por lo tanto tiene un valor narrativo y también expresivo.

En la escena se muestra a la actriz en un plano americano narrando sobre el reto Pepsi, logrando que la atención este situada en el sujeto (actriz).

- Ángulos

Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal expresa la naturalidad del personaje quien es parte principal de esta escena.

- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación principal - Es la que proporciona la mayor parte de luz a la escena.

Se presenta la iluminación principal, ya que el solo se enfoca al personaje principal que en este caso es la actriz quien narra el spot.

TABLA 9											
FICHA DE OBSERVACIÓN N° 3 SPOT “RETO PEPSI”											
NOMBRE: ESCENA DE LA PLAYA											
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo				
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto	X		Se evidencia los cuatro ITEM	- Personas haciendo deporte. - Playa	Se observa el lugar donde se realice el filme para indicar que en el verano las personas prefieren beber una gaseosa Pepsi y la puedan beber como un refresco más, se expresa en esta escena con claridad de cómo se lleva a cabo el reto Pepsi mostrando las tomas con claridad de los personajes, el lugar que es una playa.				
		Línea	X								
		Forma	X								
		Color	X								
	Elemento sonoro	Música	Documental		X	Música incidental					
			Incidental	X							
			Asincrónica		x						
		La palabra	Locución off	X			Locución off				
			Locución en on		X						
			Mixta off y on		X						
			Mixta on y jingle		X						
			Mixta off y jingle		X						
			Mixta off, on y jingle		X						
			Efecto sonoro		X						
			Silencio		X						
Planos	Planos descriptivos	Gran plano general	X		4 - planos generales						
		Plano general	X								
	Planos expresivo	Plano detalle		X							
		Plano entero		X							

Aspecto sintáctico	Planos narrativos	Primer plano	X			
		Plano americano	X			
		Plano medio	X			
		Gran primer plano	X			
		Normal	X			
	Ángulos	Picado	X	2 - ángulos picados		
		Contrapicado	X	2 - ángulos normales		
		Movimiento óptico	X	1 - travelling .		
	Movimiento De cámara	Zoom in	X			
		Zoom out	X			
		Horizontal	X			
		Vertical	X			
		Circular	X			
	Movimientos físicos	Movimientos físicos Travelling	X			
		Principal	x			
Relleno		X				
Posterior		X				
Fondo		X				
Iluminación	Suave	X	Se evidencia luz principal			
	Dura	X				
		X				
Fuente: Elaboración propia						

INTERPRETACIÓN DEL SPOT “RETO PEPSI” FICHA N° 3



ASPECTO MORFOLÓGICO

- Elemento visual

Precisa (Villafañe, 1992) Los puntos forman estructuras visuales complejas, originando de esta manera ritmos compositivos y que no necesita estar visualmente representado. El color es un elemento que va ligado a la luz y que refleja naturalidad, pero que también es usado con fines de transmitir sensaciones o de manipular los estados de ánimos de los espectadores.

Son elementos forman parte fundamental de la imagen estática o en movimiento, están presentes en esta escena.

- Elemento sonoro

Indica (Graells, 1995) Música incidental: que se usa para potenciar una determinada situación dramática: evocar, acompañar, remarcar.

Hay presencia de la música incidental que ayuda a determinar una situación en este caso acompañar la escena, ya que esta música es reusada para la versión del spot de Lima.

Precisa (Graells, 1995) Locución en on: aquella en la que está presente la cabeza parlante.

Se evidencia en esta escena la presencia de locución en on ya que el personaje en este caso la actriz es la cabeza parlante, quien sigue un monologo.



ASPECTO SINTÁCTICO

- Planos

Precisa (Graells, 1995) El plano general Presenta un escenario amplio en el cual se pueden distinguir bastante bien los personajes, donde las persona que realiza la acción y donde está situada (actúa como el sujeto de una frase); no obstante también puede mostrar varia personas sin que ninguna de ellas destaque más que las otras.

Los planos generales evidenciados en esta escena sirven para mostrar el lugar donde se realice el filme para indicar que en el verano las personas prefieren beber una gaseosa Pepsi.

➤ Respecto al ángulo normal los autores Bedoya y León (2003), menciona que: En ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial aparte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados. Es el que se utiliza corrientemente, ya que denota una situación de normalidad.

El ángulo normal se expresa en esta escena con claridad de cómo se lleva a cabo el reto Pepsi mostrando las tomas con claridad de los personajes, el lugar que es una playa.

➤ Bedoya y León (2003), en referencia al ángulo picado menciona que: Añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje u objeto enfocado aparece más pequeño con relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

El ángulo picado se percibe en este escenario opta por tomas dinámicas mostrando el lugar donde se realizó el filme, connotando que las personas que van a la playa beben una gaseosa Pepsi.



- Movimientos de cámara

Bedoya y León (2003), menciona que: el travelling tiene un gran valor expresivo, da relieve y perspectiva narrativa. También puede aportar un valor narrativo: nos hace sentir que estamos tomando parte de la acción que el travelling acompaña.

En esta escena resalta el travelling mostrando la playa lugar donde se hace el filme, para expresar que hubo concurrencia al reto Pepsi

- Iluminación

Indica (Graells, 1995) Iluminación principal - Es la que proporciona la mayor parte de luz a la escena.

Se presenta la iluminación principal, puesto que el filme se hizo de día en un lugar abierto.

INTERPRETACIÓN GENERAL DEL MENSAJE PUBLICITARIO

Visual	
<p>En el anuncio de Pepsi, se puede observar diversas imágenes, las cuales se eligieron estratégicamente para poder transmitir el mensaje, en este caso se observa a una Actriz joven peruana Mayra Goñi, quien hace la presentación de la bebida.</p>	
Imágenes	Incentiva
<p>Se observa las siguientes imágenes que destacan:</p> <ul style="list-style-type: none">- La actriz Mayra Goñi cuenta como está viviendo el verano y nos cuenta que muchos lo probaron y cuenta que en los resultados indica que un 68% sabor Pepsi y nos indica que probemos este sabor.	<p>El anuncio de Pepsi en General incentiva que compartimos nuestra felicidad, el entusiasmo, alegría.</p> <ul style="list-style-type: none">- El producto Pepsi se presenta en un reto, donde ponen en comparación dos bebidas, en una se encuentra la bebida de Pepsi y la otra cola, en la cual las personas que hicieron este reto no sabían la bebida que escogieron.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Los spots “Pulgar arriba y reto Pepsi” utilizan los elementos morfológicos y sintácticos de la narrativa audiovisual, de una manera asertiva, logrando reforzar el mensaje, con la dinámica de las tomas, creando contenidos innovadores, puesto que los dos elementos morfológico y sintáctico hace que haya un complemento.

SEGUNDA: En el aspecto morfológico; los elementos visuales y sonoros se presentan de una manera acertada, puesto que en los dos spots son monólogos, acompañados a las imágenes mostradas en el spot, siendo oportuna y necesaria, ya que los sonidos apoyan a la imagen en sus momentos más destacados reforzando y creando la armonía del mensaje y reforzándolos los spots de “pulgar arriba y reto Pepsi”.

TERCERA: El aspecto sintáctico se presenta de una manera apropiada y con una gran variedad de planos, ángulos, movimientos de cámara e iluminación siendo estos la base de toda realización audiovisual de los spots “pulgar arriba y reto Pepsi”. Hicieron que exista un complemento variado en estos elementos y efectos de video, la iluminación permitió identificar cada uno de los elementos en el anuncio publicitario. Todos estos elementos funcionaron completándose a la perfección, dichos elementos reforzaron el mensaje.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: El desarrollo de esta investigación ha sido un esfuerzo que busca describir los componentes de un spot publicitario por ello se recomienda a las empresas (pequeñas y medianas) que hagan uso de la publicidad para que su producto y/o servicio pueda posicionarse o mantenerse en el mercado. La publicidad ha dejado de ser opcional para un negocio y ha pasado a ser un elemento indispensable a la hora de competir en el mercado, así como como las empresas The Coca Cola Company y PepsiCo.

SEGUNDA: A la Escuela de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, deben realizar convenios con empresas privadas y públicas para desarrollar spots, documentales, publrreportaje, entre otros, y así desarrollar las habilidades de los estudiantes y poder abarcar el mundo de la publicidad.

TERCERA: Se analizó la narrativa audiovisual, por la relevancia que tiene en la elaboración de un spot publicitario, es por eso que se recomienda los estudiantes de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional del Altiplano Puno a que realicen más productos audiovisuales (spots, videoclips, cortometrajes, etc.), puesto que empresas como The Coca Cola Company contratan a publicistas de otros países para que elaboren su publicidad. Se recomienda analizar las nuevas tendencias en relación a la forma de presentar el producto audiovisual, las nuevas tecnologías permiten crear una manera innovadora de presentar un spot, documental, videoclip, etc.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

BASSAT, LUIS.(2017) El libro rojo de la publicidad:(ideas que mueven montañas):
DEBOLS! LLO.

BEDOYA, RICARDO, & LEÓN-FRÍAS, I. (2017). Ojos bien abiertos: el lenguaje de
las imágenes en movimiento: Fondo Editorial Universidad de Lima.-

TREVIÑO MARTINEZ, R. (2005). Publicidad: comunicación integral en marketing:
McGraw-Hill.

SABORIT, J. (1988). La imagen publicitaria en televisión: Cátedra.

GARCIA. G. LUISA, & MENEDEZ. H. TANIA. {2007}. Fundamentos de la
realización publicitaria.

GORDILLO, Imaculada (2009) Manuela de Narrativa Televisiva.

LIBROS GOOGLE ACADÉMICO

HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., & BAUPTISTA, M. Metodología de la
Investigación, 5ta. Ed., México, DF, México: McGraw-Hill, 2010 (Vol. 20).

OGILVY, DAVID., & NAVARRO, F. I. (1967). Confesiones de un publicitario: Oikos-
tau.

REY, J. (1996). Palabras para vender, palabras para soñar: Introducción a la redacción
Graells, P. M. (1995). Introducción al lenguaje audiovisual. Barcelona, España: UAB.

Perlado Diez, L. (2014). Estrategias de comunicación de Coca-Cola y Pepsi-Cola en el
mercado español: aplicación del juego del ajedrez a los negocios.

Villafañe, J. (1992). Introducción a la teoría de la imagen: Pirámide.

Graells, P. M. (1995). Introducción al lenguaje audiovisual. Barcelona, España: UAB.

Perlado Diez, L. (2014). Estrategias de comunicación de Coca-Cola y Pepsi-Cola en el
mercado español: aplicación del juego del ajedrez a los negocios.

Villafañe, J. (1992). Introducción a la teoría de la imagen: Pirámide.

TESIS

BENÍTEZ, S. T. (2014). Influencia de la publicidad televisiva en los menores: análisis
de las campañas de " Vuelta al cole" y " Navidad". Universidad de Málaga.

BARTHES, ROLAND (1999), La aventura semiológica.



CHIRITO MURILLO, J. C. (2018). Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario: Perú, imperio de tesoros escondidos, promovido por PROMPERÚ, Lima. Emitido en el 2012.

DONAYRE TELLO, M. M. D. C. Publicidad televisiva alimentaria asociada al consumo de alimentos no saludables y sus motivos en escolares de nivel primario en una institución educativa privada-Los Olivos.

FUENTES, E., & WATSON, V. (2015). Análisis de contenido de la publicidad de la televisión puneña–2012.

GRIFO MAS, S. (2016). EL JINGLE PUBLICITARIO.

PERLADO DIEZ, L. (2014). Estrategias de comunicación de Coca-Cola y Pepsi-Cola en el mercado español: aplicación del juego del ajedrez a los negocios.

ARTÍCULOS WEB

ALBERTO GARCÍA DURAN Madrid: Universidad Rey Juan Carlos. Obtenido de [http://www.albertodeduran ...](http://www.albertodeduran...)

BACCARO, A., & GUZMÁN, S. (2013). El cine y sus lenguajes. Recuperado de: http://signisalc.org/2017/userfiles/ckeditor/manual_el_cine_y_sus_lenguajes.pdf.
Beltrán Moner, R. (1991). La ambientación musical. Madrid: Instituto Oficial de la Radio Televisión Español.




ANEXOS



ANEXO 1

DATOS TÉCNICOS	
MARCA	Coca Cola
AÑO	2019
AGENCIA DE PUBLICIDAD	Mercado McCann Argentina
CAMPAÑA	Coca Cola – South Latín – Inventamos la pasión
SLOGAN	Coca Cola – South Latín – Inventamos la pasión
DURACION	30 segundos
COLOR/BN	Colores
PAIS	Perú
PRODUCTORA AUDIOVISUAL	Ladoble
DIRECTOR DE CINE	Watta/Sapir
SINOPSIS	Trata del arranque del partido, donde el árbitro consulta a todos los presentes si están listos para el comienzo del partido.
FUENTE	LATIN SPOTS

ANEXO 2

DATOS TÉCNICOS	
MARCA	PepsiCo.
AÑO	2019
AGENCIA	PepsiCo
CAMPAÑA	Pruébate a ti mismo
SLOGAN	Pruébate a ti mismo
DURACIÓN	20 segundos
COLOR/BN	Colores
PAÍS	Perú
SINOPSIS	Una actriz reconocida en el Perú, Mayra Goñi cuenta que tuvo el verano más intenso de su vida gracias Pepsi Sabor intenso, y que las personas que hicieron la prueba del “Reto Pepsi” probaron y escogieron Pepsi.
Actriz, empresaria, emprendedora, influencer, youtuber y cantante peruana Mayra Alejandra Goñi Gastiaburu	 Fuente Wikipedia
Fuente: Elaboracion propia	

ANEXO 3

TABLA

FICHA DE OBSERVACIÓN ESCENA

NOMBRE:		FICHA DE OBSERVACIÓN ESCENA						
Dimensión	Indicadores	ITEM	Si	No	Descripción	Denotativo	Connotativo	
Aspecto morfológico	Elemento visual	Punto						
		Línea						
		Forma						
		Color						
	Elemento sonoro	Música	Documental					
			Incidental					
		Palabra	Asincrónica					
			Locución off					
			Locución en on					
			Mixta off y on					
Planos	Planos descriptivos	Mixta on y jingle						
		Mixta off y jingle						
	Planos expresivo	Mixta off, on y jingle						
		Efecto sonoro						
		Silencio						
		Gran plano general						
		Plano general						
		Plano detalle						
		Plano entero						
		Primer plano						
		Plano americano						



Aspecto sintáctico	Ángulos	Planos narrativos	Plano medio						
			Gran primer plano						
			Normal						
	Movimiento De cámara	Movimiento óptico Zoom	Contrapicado	Picado					
				Zoom in					
				Zoom out					
	Movimientos físicos Paneo	Movimientos físicos Paneo	Movimientos físicos Travelling	Horizontal					
				Vertical					
				Circular					
	Iluminación	Iluminación	Movimientos físicos Travelling	Principal					
				Relleno					
				Posterior					
				Fondo					
				Suave					
				Dura					
Fuente: Elaboración propia									