



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de Titulación para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social

Análisis semiótico visual de la película “No se aceptan devoluciones” y su influencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2018.

Autora: Nancy Victoria Gutiérrez Monroy

Tutora: Msc. Yamil De Haz Cruz

Guayaquil-Ecuador

2018-2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: Análisis semiótico visual de la película “No se aceptan devoluciones” y su influencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2018

AUTOR/ES:

TUTORA: Msc. Yamil De Haz Cruz

INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil

UNIDAD/FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

CARRERA: Comunicación Social

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 84

ÁREAS TEMÁTICAS: Comunicación, Cultura y desarrollo Comunitario

PALABRAS CLAVE: Comunicación, Semiótica visual, análisis de contenidos, pensamiento crítico, producción audiovisual

RESUMEN: Este trabajo de investigación tiene como eje principal detectar de qué manera incide la semiótica visual de la película “No se aceptan devoluciones” en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre, Es por esto que el objetivo es analizar los factores que involucran los elementos semióticos visuales de la película “No se aceptan devoluciones” y su incidencia en el pensamiento crítico de los estudiantes. Definiendo que la influencia de la película “No se aceptan devoluciones” se basa en la semiótica visual y el análisis de contenidos. Es importante mencionar que dentro del estudio realizado resaltó el conocimiento de las diversas temáticas sociales y es aquí donde surge la inclinación por una metodología que radica en la Teoría crítica, los resultados obtenidos muestran que existe una importancia en el desarrollo de la capacidad analítica en cada uno de los estudiantes.

N. DE REGISTRO (en base de datos):

N. DE CLASIFICACIÓN:

DIRECCIÓN URL (tesis en la web):

ADJUNTO URL (tesis en la web):

ADJUNTO PDF:

SI x

NO

CONTACTO CON AUTORES/ES:

Teléfono:
0985850371

E-mail: nancy.gutierrezm@ug.edu

CONTACTO EN LA INSTITUCION:

Nombre: MSc.Yamil de Haz Cruz

Teléfono: 0991002479

E-mail: angela.dehazc@ug.edu.ec

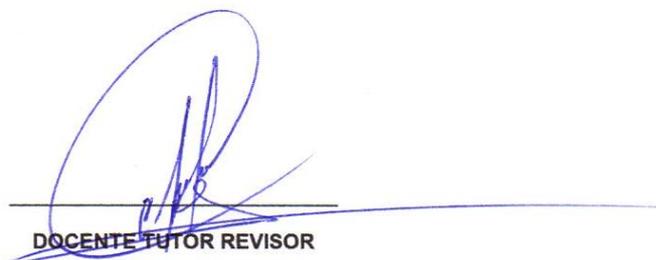


FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 18 de febrero del 2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado Lcdo. Jefferson Flor Montecé, tutor del trabajo de titulación “Análisis semiótico visual de la película “No se aceptan devoluciones” y su influencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2018” certifico que el trabajo de titulación, elaborado por NANCY VICTORIA GUTIERREZ MONROY con C.I. N°1202968994, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, en la Carrera Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social, ha sido REVISADO Y APROBADO en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.



DOCENTE TUTOR REVISOR

C.C. N°1202968994



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO
ACADÉMICOS**

Yo, Nancy Victoria Gutiérrez Monroy con C.I. 0929266732 , certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “ANÁLISIS SEMIÓTICO VISUAL DE LA PELÍCULA “NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES” Y SU INFLUENCIA EN EL PENSAMIENTO CRÍTICO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER A TERCER SEMESTRE DE LA FACULTAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Nancy Victoria Gutiérrez Monroy

CC. 0929266732

*CODIGO ORGANICO DE LA ECONOMIA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACION (Registro Oficial n. 899 – Dic./2016) Articulo 114.- De los titulares de los derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos. - En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, instituciones superiores, técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada YAMIL DE HAZ CRUZ, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por NANCY VICTORIA GUTIERREZ MONROY, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social.

Se informa que el trabajo de titulación: "ANÁLISIS SEMIÓTICO VISUAL DE LA PELÍCULA "NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES" Y SU INFLUENCIA EN EL PENSAMIENTO CRÍTICO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER A TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACULTAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018", ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio Urkund quedando el 9% de coincidencia.

<https://secure.orkund.com/view/46140250-284393-339801#DcRBCoAgEAXQu7j+xHx1dPQq0SKkwkVtXEZ3T3i8193D1VXAiaAHAXhBBRNoYIEXKBlyD/GWDG/16+tnb/rTDVnEYrCswc9Uo+XvBw==>

UACR

Yamil de HAZ Cruz

MSC. YAMIL DE HAZ CRUZ

C.C. 120203296



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

CERTIFICADO DEL TUTOR

Guayaquil, 18 de febrero del 2019

Lcdo. Julio César Armanza
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

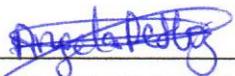
Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación “Análisis Semiótico Visual De La Película “No Se Aceptan Devoluciones” Y Su Influencia En El Pensamiento Crítico De Los Estudiantes De Primer A Tercer Semestre De La Carrera De Comunicación Social De La Facultad De La Comunicación Social De La Universidad De Guayaquil, 2018”, de la estudiante NANCY VICTORIA GUTIERREZ MONROY, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- * El trabajo es el resultado de una investigación.
- * El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- * El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- * El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



MSC. YAMIL DE HAZ CRUZ

C.C. 120203296

Dedicatoria

A Dios por las bendiciones en mi vida.

A mi padre Carmelo Gutiérrez por ser un ejemplo a seguir.

A mi mami Victoria Gutiérrez por ser mi todo.

A mi hijo Sebastián por ser el motor que mueve mi vida.

A mi esposo David Álvarez por ser un pilar fundamental en mi desarrollo
personal y estudiantil.

A mi tutora Yamil De Haz Cruz por ser mi guía y compartir sus conocimientos
conmigo.

Agradecimiento

A la Universidad de Guayaquil por darme la oportunidad de pertenecer a esta honorable institución.

A la Facultad de Comunicación Social por formarme como una comunicadora social.

A mis profesores por compartir sus conocimientos durante mi etapa estudiantil.

A mi suegra Beatriz Mirabá por ser un gran apoyo en mi vida.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|------|
| CARÁTULA | i |
| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA | ii |
| CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR | iii |
| LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS | iv |
| CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD | v |
| CERTIFICADO DEL TUTOR..... | vi |
| Dedicatoria | vii |
| Agradecimiento | viii |
| Índice de tablas | xii |
| Índice de Gráficos | xiv |
| Índice de Figuras..... | xv |
| Índice de Anexos..... | xv |
| Resumen..... | xvi |
| Abstract..... | xvii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 4 |
| 1.1 Planteamiento del problema | 4 |
| 1.2. Formulación y Sistematización del Problema. | 4 |
| 1.2.1. Formulación del Problema | 4 |
| 1.2.2. Sistematización del Problema. | 4 |
| 1.3. Objetivos de la Investigación. | 5 |
| 1.3.1 Objetivo General..... | 5 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos..... | 5 |
| 1.4. Justificación. | 5 |
| 1.5. Delimitación | 6 |
| 1.6. Hipótesis..... | 6 |
| 1.6.1. Detección de las variables | 6 |
| 1.6.2. Definición conceptual de las variables | 6 |

| | |
|---|-----------|
| 1.6.3. Definición real de las variables..... | 6 |
| 1.6.4. Definición Operacional de las variables..... | 7 |
| CAPÍTULO II | 8 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación..... | 8 |
| 2.2 Marco Teórico..... | 10 |
| 2.2.1. Comunicación | 10 |
| 2.2.2. Producción audiovisual..... | 12 |
| 2.2.3. Semiótica visual..... | 14 |
| 2.2.4. Pensamiento crítico..... | 16 |
| 2.2.5. Interculturalidad | 18 |
| 2.2.6. Recepción Crítica del cine | 20 |
| 2.2.7. Problemáticas Sociales | 22 |
| 2.2.8. Semiótica visual como parte del pensamiento crítico..... | 24 |
| 2.3. Marco Contextual..... | 26 |
| 2.4. Marco Conceptual..... | 26 |
| 2.5. Marco Legal | 27 |
| CAPÍTULO III | 29 |
| 3.1. Diseño de investigación..... | 29 |
| 3.2. Tipo de investigación. | 29 |
| 3.3. Metodología de la investigación..... | 29 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de investigación..... | 29 |
| 3.5. Población y muestra..... | 29 |
| 3.5.1. Población | 29 |
| 3.5.2. Muestra | 30 |
| 3.5.3. Fórmula de cálculo muestral simple..... | 30 |
| 3.6. Análisis de Resultados..... | 32 |
| 3.6.2. Comprobación de la hipótesis. | 44 |
| CAPÍTULO IV | 45 |
| 4.2. Introducción | 45 |
| 4.3. Justificación | 46 |
| 4.4. Objetivos de la Propuesta | 47 |
| 4.3.1. Objetivo General..... | 47 |
| 4.3.2. Objetivos Específicos..... | 47 |
| 4.5. Datos Informativos..... | 47 |

| | |
|---|----|
| 4.6. Planeación de la Propuesta | 48 |
| 4.7. Presupuesto de la Propuesta. | 49 |
| 4.8. Modelo de Socialización de la Propuesta..... | 53 |
| 4.9. Cronograma de Actividades. | 54 |
| Conclusiones..... | 55 |
| Recomendaciones..... | 56 |
| Referencias Bibliográficas | 57 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla N°1. Definición operacional de las variables..... | 7 |
| Tabla N°2. Características de personas competentes en pensamiento crítico..... | 17 |
| Tabla N°3. Población de la investigación..... | 30 |
| Tabla N°4. ¿Las producciones audiovisuales influyen en la forma de pensar en aquellos que la visualizan, mediante la significación de contenidos?..... | 32 |
| Tabla N°5. ¿El cine como elemento semiótico desarrolla el pensamiento crítico?..... | 33 |
| Tabla N°6. ¿En las producciones audiovisuales existe espacio para la interculturalidad?..... | 34 |
| Tabla N°7. ¿En la película “no se aceptan devoluciones” fomentan el intercambio cultural?..... | 35 |
| Tabla N°8. ¿Los símbolos que se observan en las producciones fílmicas influye en la forma de pensar del público?..... | 36 |
| Tabla N°9. ¿La película “no se aceptan devoluciones” influye en el pensamiento crítico de quienes la visualizan..... | 37 |
| Tabla N°10. ¿La semiótica visual de la película muestra un mensaje claro sobre la temática de la misma?..... | 38 |
| Tabla N°11. ¿El comportamiento de los que visualizan este contenido varía tras entender el mensaje de la misma?..... | 39 |
| Tabla N°12. ¿Considera que se debe implementar charlas para ayudar en el desarrollo del pensamiento crítico en jóvenes?..... | 40 |

| | |
|---|----|
| Tabla N°13. ¿Las producciones audiovisuales deberían implementar simbología audiovisual para fomentar el desarrollo del pensamiento crítico..... | 41 |
| Tabla N°14. Datos Informativos..... | 48 |
| Tabla N°15. Planeación de la Propuesta..... | 49 |
| Tabla N°16. Presupuesto de la Propuesta..... | 50 |
| Tabla N°17. Presupuesto Global de la propuesta..... | 52 |
| Tabla N°18. Modelo de Socialización de la Propuesta..... | 54 |
| Tabla N°19. Cronograma de actividades..... | 55 |

Índice de Gráficos

| | |
|---|----|
| Gráfico N°1. ¿Las producciones audiovisuales influyen en la forma de pensar en aquellos que la visualizan, mediante la significación de contenidos?..... | 32 |
| Gráfico N°2. ¿El cine como elemento semiótico desarrolla el pensamiento Crítico?..... | 33 |
| Gráfico N°3. ¿En las producciones audiovisuales existe espacio para interculturalidad?..... | 34 |
| Gráfico N°4. ¿En las producciones audiovisuales existe espacio para la interculturalidad?..... | 35 |
| Gráfico N°5. ¿Los símbolos que se observan en las producciones fílmicas influye en la forma de pensar del público?..... | 36 |
| Gráfico N°6. ¿La película “no se aceptan devoluciones” influye en el pensamiento crítico de quienes la visualiza..... | 37 |
| Gráfico N°7. ¿La semiótica visual de la película muestra un mensaje claro sobre la temática de la misma?..... | 38 |
| Gráfico N°8. ¿El comportamiento de los que visualizan este contenido varía tras entender el mensaje de la misma?..... | 39 |
| Gráfico N°9. ¿Considera que se debe implementar charlas para ayudar en el desarrollo del pensamiento crítico en jóvenes?..... | 40 |
| Gráfico N°10. ¿Las producciones audiovisuales deberían implementar simbología audiovisual para fomentar el desarrollo del pensamiento crítico..... | 41 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura N°1. Película “No se aceptan devoluciones” | 26 |
|--|----|

Índice de Anexos

| | |
|---|----|
| Anexo 1. Aval Académico..... | 64 |
| Anexo 2. Datos de estudiantes del primer al tercer semestre..... | 65 |
| Anexo 3. Trabajo de campo..... | 66 |



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Anexo 13

Análisis semiótico visual de la película “No se aceptan devoluciones” y su influencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2018

Autora: Nancy Victoria Gutiérrez Monroy

Tutora: Msc. Yamil De Haz Cruz

Resumen

Este trabajo de investigación tiene como eje principal detectar de qué manera incide la semiótica visual de la película “No se aceptan devoluciones” en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre, Es por esto que el objetivo es analizar los factores que involucran los elementos semióticos visuales de la película “No se aceptan devoluciones” y su incidencia en el pensamiento crítico de los estudiantes. Definiendo que la influencia de la película “No se aceptan devoluciones” se basa en la semiótica visual y el análisis de contenidos. Es importante mencionar que dentro del estudio realizado resaltó el conocimiento de las diversas temáticas sociales y es aquí donde surge la inclinación por una metodología que radica en la Teoría crítica, los resultados obtenidos muestran que existe una importancia en el desarrollo de la capacidad analítica en cada uno de los estudiantes.

Palabras claves: Comunicación, Semiótica, contenidos, pensamiento, producción



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

Anexo 14

"Visual semiotic analysis of the film" No se aceptan devoluciones "and its influence on the critical thinking of students from the first to third semester of the Faculty of Social Communication of the University of Guayaquil, 2018"

Author: Nancy Victoria Gutiérrez Monroy

Scientific Advisor: Msc. Yamil De Haz Cruz

Abstract

This research work has as main axis to detect how the visual semiotics of the film " No se aceptan devoluciones " in the critical thinking of students from the first to third semester, the objective is to analyze the factors that involve the visual semiotic elements of the film " No se aceptan devoluciones " and its incidence on students' critical thinking. Defining that the influence of the film "No se aceptan devoluciones" is based on visual semiotics and content analysis. It is important to mention that within the study highlighted knowledge of the various social issues and this is where the inclination for a methodology that lies in the critical theory, the results show that there is an importance in the development of analytical capacity in each one of the students.

Keywords: Communication, semiotics, content, thinking, production

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación Análisis semiótico visual de la película “No se aceptan devoluciones” y su influencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, 2018, permite conocer el nivel analítico de los estudiantes.

El pensamiento crítico es un proceso donde se recepta información, procesa y analiza contenidos para realizar comentarios concretos sobre un tema en específico.

La semiótica visual es el uso de diferentes signos y símbolos que el público observa y mediante la comprensión de estos logra captar el mensaje que quiere proyectar un contenido audiovisual.

Esta investigación es importante porque se analiza los diferentes símbolos implementados dentro de las diversas producciones cinematográficas y cómo influye en el pensamiento crítico, relevante porque permite a los jóvenes desarrollar su pensamiento neutral a través de la recepción de diferentes contenidos, es novedosa porque no se han realizado estudios extensos acerca de la aplicación de la semiología visual como fuente de análisis del pensamiento crítico en la sociedad.

El problema de investigación es ¿De qué manera incide la semiótica visual de la película “No se aceptan devoluciones” en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el 2018?

En lo que respecta al campo de observación se analiza: Comunicación, producción audiovisual, semiótica visual, pensamiento crítico, interculturalidad, recepción crítica, problemáticas sociales y las nuevas bases teóricas de la semiótica visual y el pensamiento crítico.

El objetivo general que guía este trabajo es *Analizar los factores semióticos visuales de la película “No se aceptan devoluciones” y su incidencia*

en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el 2018.

La influencia de elementos visuales en el desarrollo del análisis crítico es parte de una etapa de aprendizaje, donde el ser humano mediante la observación logra el entendimiento de diferentes problemáticas sociales.

La hipótesis establecida para esta investigación es La influencia de la película “No se aceptan devoluciones” se basa en la semiótica visual y el análisis de contenidos de los jóvenes de primer a tercer semestre de la carrera de comunicación social.

La comunicación es un proceso interactivo entre dos o más personas, intercambian ideas y pensamientos sobre un tema en específico, esto se realiza durante la cotidianidad del ser humano y permite conocer diferentes contextos sociales.

Las producciones audiovisuales son un conjunto de elementos visuales que crean una historia sea real o ficticia, la cual muestran mediante una proyección, cada trama lleva una graficación que explica el desarrollo del tema.

La semiótica visual es el empleo de imágenes en movimiento que expresan un significado y el público logra entender después de visualizarlo.

El pensamiento crítico es el proceso de análisis que realiza el ser humano sobre algo, esto lo realiza de manera de forma neutral comprendiendo cada característica mostrada.

La interculturalidad es el intercambio de culturas mediante el aprendizaje de diferentes aspectos de vida, se lo realiza mediante la interacción.

La recepción crítica es un ejercicio analítico que permite pensar sobre un elemento, tema o problema social de una comunidad.

Las problemáticas sociales, son situaciones que se dan en un grupo social, esta suele ser parte de una cultura o simplemente un comportamiento incorrecto de los miembros de un pueblo.

El diseño no experimental de tipo transeccional fue seleccionado para este estudio, porque las variables no se modifican, por lo tanto, el tipo de investigación es la descriptiva donde se separó en dos dimensiones las variables planteadas.

La metodología seleccionada es la teoría crítica, la misma radica en que mediante un análisis previo, se puede desarrollar el pensamiento crítico para realizar una opinión neutral.

La población y muestra se realizó a 100 estudiantes de entre el primer y tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social, la muestra es no probabilística por cuota por lo que se escogió, diferentes criterios para el análisis de esta investigación.

De esta manera los resultados obtenidos tras un estudio previo, dio como resultado la que la hipótesis ha sido comprobada.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La influencia de las producciones visuales en los espectadores se da mediante los códigos usados dentro del filme, en especial si el desarrollo de la trama se trata de un problema social.

En la actualidad las plataformas digitales son precursoras de una industria fílmica que llega a nivel mundial, muchas de las historias que se convierten en película suelen ser historias reales que, mediante las diversas simbologías usadas, logra que el público realice un análisis tras la recepción crítica.

Al unir semiótica y comunicación se logra captar la atención además de la comprensión de los sucesos visualizados por las personas, despertar en ellos un pensamiento crítico al entender lo acontecido en el film.

El individuo logrará despertar en él su propio criterio y mediante los impactos visuales o emocionales establecer una opinión con fundamentos, de manera clara y precisa.

1.2. Formulación y Sistematización del Problema.

1.2.1. Formulación del Problema

¿De qué manera incide la semiótica visual de la película “No se aceptan devoluciones” en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el 2018?

1.2.2. Sistematización del Problema.

- ¿Cuáles son los elementos teóricos que relacionan a la semiótica visual con el pensamiento crítico?
- ¿Qué técnicas y métodos son utilizados para el estudio y la recepción del pensamiento crítico?
- ¿De qué manera son percibidos las diferentes simbologías audiovisuales por parte de los espectadores?

- ¿Cómo se logra desarrollar el análisis crítico en jóvenes del primer a tercer semestre?

1.3. Objetivos de la Investigación.

1.3.1 Objetivo General

Analizar los factores semióticos visuales de la película “No se aceptan devoluciones” y su incidencia en el pensamiento crítico de los estudiantes de primer a tercer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil en el 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Comprobar las teorías acerca de semiótica visual a partir de las bases históricas relacionadas al mundo del cine.
- Establecer los métodos y técnicas que permitan realizar el análisis y la influencia de la película en los estudiantes.
- Diseñar un Plan de Comunicación para generar pensamientos críticos de los estudiantes de primero a tercer semestre de la carrera de comunicación social.

1.4. Justificación.

En esta parte de la investigación queda establecido que los jóvenes adquieren conocimientos y reflejan cambios mediante el contenido de la semiótica visual y el pensamiento crítico que adquieren por medio de los mensajes que captan de las películas.

Este trabajo de investigación es importante porque se analiza los diferentes símbolos implementados dentro de las diversas producciones fílmicas, además de conocer cómo influye cada historia en el pensamiento crítico de los espectadores.

La investigación es relevante porque permite a los jóvenes desarrollar su pensamiento neutral mediante la recepción de los diferentes contenidos, teniendo en cuenta que las películas son representaciones de historias reales o ficticias.

Esta investigación es novedosa porque no se ha realizado un estudio extenso acerca de la aplicación de la semiología visual como fuente de análisis,

mediante los diversos signos visuales, por ende, se obtiene aportes positivos a la sociedad.

1.5. Delimitación

Esta investigación aborda la influencia del pensamiento crítico en jóvenes del primer a tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social, como parte del desarrollo del pensamiento personal, donde se analiza la semiótica visual, siendo el escenario que se adapte dentro de este film, donde también se observa el intercambio de culturas.

1.6. Hipótesis

La influencia de la película “No se aceptan devoluciones” se basa en la semiótica visual y el análisis de contenidos de los jóvenes de primer a tercer semestre de la carrera de comunicación social.

1.6.1. Detección de las variables

- Pensamiento crítico
- Semiótica Visual

1.6.2. Definición conceptual de las variables

En el artículo, *Semiótica y Estética del Diseño*, menciona:

[...] “Se le llama semiótica a los aspectos disciplinarios dedicados al estudio del signo, como también a toda la constelación de argumentos que orbitan en torno a esta partícula fundamental, práctica que se lleva a efecto independientemente de cuales sean los parámetros disciplinares que se usan para hablar de ello” (Cortes, 2012, p.61)

En el texto, *Contribuciones de una intervención didáctica usando cuestiones socio científicas para desarrollar el pensamiento crítico*, expresa:

[...] “El pensamiento crítico ha dejado de ser solo objeto de reflexión de la filosofía y la pedagogía crítica y está siendo considerado en los estudios de la didáctica de las ciencias (...) Como una contribución importante al desarrollo del pensamiento crítico en la enseñanza de las ciencias, es preciso considerar elementos controversiales que permitan desarrollar habilidades de argumentación y promover la autonomía de los estudiantes”. (Torres; Solbes, 2016, p.45)

1.6.3. Definición real de las variables

El pensamiento crítico se desarrolla mediante el análisis de contenidos observados en las diferentes producciones fílmicas, esto como parte de la

recepción crítica de los espectadores, donde mediante una revisión logran formar una opinión certera sobre alguna temática.

1.6.4. Definición Operacional de las variables

| Variable | Dimensión | Indicador |
|----------------------------|------------------------|---|
| Semiótica Visual | Producción audiovisual | <ul style="list-style-type: none"> • Cine • Significación de contenidos |
| | Símbolos audiovisuales | <ul style="list-style-type: none"> • Alfabetividad visual • Imaginario social |
| Pensamiento crítico | Recepción crítica | <ul style="list-style-type: none"> • Captación de contenido • Análisis de contenido |
| | Interculturalidad | <ul style="list-style-type: none"> • Problemáticas sociales • Identidad cultural |

Tabla N°1. Definición operacional de las variables.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La semiótica dentro de las producciones fílmicas tiene un papel muy importante, mediante este se logra transmitir características puntuales de la trama para que los espectadores comprendan el contexto.

En el artículo *Explorar los comienzos del cine y su historia* expresa:

[...] “En plena época industrial nació el cinematógrafo, una máquina inventada por los hermanos Lumière, que satisfechos por su trabajo decidieron efectuar una presentación pública en París, en un local situado en el sótano del Grand Café, en una sala muy pequeña para que si fuera un fracaso pasara más inadvertido, mientras que un éxito provocaría aglomeraciones sensacionales en la entrada del local. La fecha de la primera representación fue el 28 de diciembre de 1895” (Martínez, 2016, p.98)

Las apariciones de las producciones cinematográficas dan paso a una nueva forma de transmisión de mensajes a los espectadores, esto como parte de la difusión de trabajos fílmicos.

La popularidad de algo nuevo para un público desconocido es un hito a la hora de captar la atención del público, no solo por la imagen sino por el mensaje que se desea transmitir.

En el texto *El archivo en la época de su reproductibilidad técnica, Recursos digitales para el estudio del cine silente latinoamericano* menciona:

[...] “una gran fracción de las publicaciones fundacionales sobre la historia del cine en América Latina encaró el estudio del período silente desde la presunción de que estas experiencias cinematográficas pioneras formaban parte de un período primitivo o preparatorio de un arte todavía en camino de alcanzar su madurez” (Cuarterolo, 2017, p.417)

El periodo silente catapultó el inicio de una era cinematográfica en Latinoamérica, donde solo movimientos y gestos mostraban la trama de la historia.

Es parte de la evolución que tuvo este arte para convertirse en una industria mundial dedicada a la producción de historias que se presentan en diferentes ámbitos de la vida.

En el documento *Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo* dice:

[...] “en 1874 se registra en el país la proyección de las primeras imágenes cinematográficas (...) Sin embargo, en 1901, seis años después de que el cine se constituyera como espectáculo público, llegaron a Ecuador las películas *La pasión y muerte de Nuestro Señor Jesucristo*, *Los funerales de la Reina Victoria* y *La última exposición de París*” (Loaiza; Gil, 2015, p.53)

La expansión de la industria cinematográfica constituyó en el país un avance para los escritores y productores, esto por la aceptación del público hacia producciones nacionales que eran mostradas como un espectáculo público.

El desarrollo de trabajos filmicos en Ecuador se da desde hace muchos años, mostrando contenidos de calidad, además de dar a conocer temas de interés social y cultural para el agrado de los espectadores, no solo como entretenimiento sino como una fuente de información.

En el escrito *Análisis de la representación de la pobreza en el cine ecuatoriano, a través de tres casos de estudio: ratas, ratones y rateros, a tus espaldas y no robarás* expone:

[...] “en la Cronología del Cine Ecuatoriano, Cario Valenti, italiano, llega en 1906 a Guayaquil donde filma y exhibe los primeros registros cinematográficos en Ecuador como: Amago de incendio, Ejercicio del cuerpo de bomberos, Procesión del corpus en Guayaquil. En Quito, proyectó las películas: Vistas del Conservatorio Nacional de Música y Festividades del 10 de agosto” (Vilatuña, 2018, p.40)

El cine como parte principal en la difusión, mostró la realidad que se daba en el país y la ciudad mediante diferentes producciones que proyectaban parte de la cultura Guayaquileña.

Los escenarios eran realidades humanas que se observaban constantemente, es por esto que la mayoría de espectadores se identifica con ciertas cintas fílmicas por ser un problema social.

A través de la historia tanto la comunicación como el cine han evolucionado como parte de una sociedad que cambia de manera constante, enseñando cada vivencia como escenario de una cultura social, siendo

entendida por quienes lo observan, es por esto que actualmente la mayor parte de películas llevan un mensaje con connotación intercultural.

2.2 Marco Teórico

2.2.1. Comunicación

En esta sección de la investigación queda plasmado que la comunicación es una ciencia de mucho significado e importancia en el entorno de la sociedad, mediante esta podemos transmitir lo que pensamos, lo que sentimos, intercambio de ideas, esto determina que el ser humano vive en torno a la comunicación.

En la tesis *La comunicación audiovisual y su influencia en la identidad de culturas ancestrales dirigido a los estudiantes del sexto y séptimo año de educación general básica en la jornada matutina y vespertina de la escuela fiscal “Humberto García Ortiz” de la ciudad de Guayaquil en el período 2016 – 2017*, expresa:

[...] “la comunicación se utiliza como medio para interactuar entre un emisor quien envía el mensaje a través de códigos de lenguaje, escritura o sonidos y el receptor quien recibe o acepta dichos códigos, lo que permite mantener una conexión e intercambio para compartir cosas y se produzca una respuesta del vínculo sostenido entre ambas partes” (Suquillo; valladares, 2017, p.14)

La comunicación es primordial y esencial en todos los ámbitos sociales, se la aplica en todo lo que realizamos, está ligada a todas las ciencias, durante todo el desarrollo de una sociedad se debe dar intercambio de ideas, esto es fundamental para llegar a un entendimiento.

Los diversos símbolos y señas sirven para desempeñarse en los diferentes contextos de la vida diaria o profesional, por lo tanto, es un elemento necesario en la cotidianidad.

En la revista, *la comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*, expresa:

[...] “La comunicación es el uso significativo de signos para establecer relaciones sociales. (...) En ocasiones, sin embargo, otros signos, como banderas, himnos, etcétera, desempeñan un papel importante en la formación de la opinión pública y, asimismo, existen muchos sonidos que no pueden traducirse a palabras y que implican comunicación”. (González, 2018, p.185)

La comunicación va de la mano con los signos, esto para poder establecer nexos con la sociedad, se puede manifestar mediante palabras habladas o escritas siendo el eje comunicacional.

Existen muchos símbolos que generan factores importantes formando la opinión pública, además el uso de sonidos también forma parte de un intercambio de ideas.

En la tesis *Construcción de pensamiento crítico a través de la recepción de South Park en estudiantes del primer semestre de la Facultad de Comunicación Social, en 2016* manifiesta:

[...] “La comunicación permite crear un ambiente propicio para la reflexión, el dialogo y el intercambio de opiniones adecuados a los intereses de cada grupo social. (...) Se puede definir que la comunicación es un proceso de interrelación continua, donde se emplean elementos expresivos lingüísticos y paralingüísticos que conllevan en ellos, la manifestación de ideas y cuestionamientos de quienes participan en el evento comunicativo” (Triviño, 2017, p.13)

El contexto social en el cual se desarrolla el ser humano depende del nivel comunicacional que exista, esto por las opiniones o ideas que pueden surgir durante la interacción emisor-receptor.

Es por esto que se lo considera un proceso vital del ser humano debido a que mediante este se transmite mensajes sea de manera oral o mediante signos que permiten una correlación entre los participantes.

El libro *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación* menciona:

[...] “Pese a que la comunicación como campo de investigación ha visto el mayor crecimiento de probablemente todos los campos durante los últimos treinta años, éste aún carece y pierde identidad con el paso del tiempo, inclusive pese a los debates que ponían al centro la pregunta por saber si la comunicación era o no una disciplina” (Fuentes; Vidales, 2011, p.5)

La comunicación en la actualidad está muy comprometida con la comunicación virtual, la cual tiene mucha aprobación de los internautas, donde mediante redes sociales dan una comunicación rápida y efectiva, dejando a un lado muchas veces la comunicación personal.

Dentro de las diferentes ciencias existentes, toma un papel representativo debido a que en todos los campos la comunicación es primordial.

El intercambio de pensamientos, palabras o gestos es un acto comunicativo que todo ser humano realiza, esto se da durante el diario vivir siendo el motor de una sociedad en desarrollo.

Las habilidades comunicativas se adquieren durante la adquisición de conocimientos, además de receptor diferentes contenidos, sea mediante programas televisivos, periódicos o libros.

2.2.2. Producción audiovisual

La producción audiovisual es relativamente una graficación del mensaje que se desea transmitir usando una secuencia de imágenes que pueden generar reacciones en quienes lo observan.

En el texto, *Impresiones sobre Carne y Arena: práctica cinematográfica y realidad virtual*, explica:

[...] “Los productos audiovisuales han ido evolucionando de la mano de los avances tecnológicos. Desde finales del siglo XIX, diversos artilugios y parafernalias técnicas han hecho posible el uso de imágenes en movimiento para contar historias, impulso inherente de la naturaleza humana. (Martínez, 2018, p.61)

La tecnología está avanzando y con ellas las producciones audiovisuales, la tecnología abarca todo, mediante elementos avanzados para llevar a cabo una buena producción audiovisual.

Todo lo referente a la construcción de elementos visuales está de la mano de las nuevas tecnologías, mediante el uso de equipos especializados y así lograr trabajos elaborados que capten la atención de los que observan.

El artículo *El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual* indica:

[...] “Los niños, adolescentes y jóvenes del presente siglo están transitando su andadura por la producción audiovisual de modo cada vez más práctico (...) La capacidad que están desarrollan no solo a través de la producción audiovisual sino también en la recepción crítica de los contenidos de las pantallas genera en ellos importantes descubrimientos acerca de la industria de los medios de comunicación”. (Aguaded; Sánchez, 2013, p.175)

En el entorno juvenil se destaca la importancia por la tecnología con prioridad en las producciones audiovisuales, busca las funciones más avanzadas para patentar su espacio y sumarse en el mundo digital mostrando la parte creativa de cada persona.

Mediante los medios digitales, se logra descubrir capacidades, habilidades y conocimientos, para crear contenidos que serán receptados mediante los proyectos cinematográficos.

En la tesis *Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo técnico en audio y vídeo para tv oro Machala* explica:

[...] “Todo contenido audiovisual es ampliamente estudiado, pues afecta mucho público, sea objetivo o destinado o no, pues que ya no es solo ‘hacer una película’, ‘adaptar un comic’, ‘extrapolar una novela’ (...) El medio audiovisual ya no solo está en la pantalla chica de una TV o gran pantalla del cine, con la llegada revolucionaria de la web 2.0 y los smartphones, este público que está hambriento de contenido audiovisual fresco, crece abismalmente tanto, que la falta de contenido fue el repunte ideal para que nazcan los famosos ‘prosumidores’ ” (Valdiviezo, 2018, p.14)

El producto final de una producción debe ser realizada para entretener, pero en ocasiones suelen influenciar ciertas actitudes en los espectadores, es por esto que el nivel de las productoras para crear una película debe ser estricto, por ende, se realiza una revisión previa.

Cabe recordar que la llegada del internet permite que su difusión sea mundial, no solo en un televisor sino en dispositivos móviles además de ser observadas en pantallas pertenecientes a los cines, en ocasiones los consumidores deciden ser productores con el fin de satisfacer ciertos vacíos que dejan en el público ciertas cintas.

En el texto *Democratización de la producción audiovisual. Las nuevas tecnologías como soporte para el desarrollo de experiencias alternativas* dice:

[...] “al abaratar significativamente los costos del equipamiento y material necesario para producir audiovisuales permitió a amplios colectivos sociales apropiarse de esos avances y realizar sus propias experiencias. Igual cometido cumplieron las permanentes innovaciones que aumentaron, de manera significativa, las mejoras técnicas, posibilitando que jóvenes sin experiencia previa en la materia pudieran adoptarlas para desarrollar sus producciones audiovisuales” (Barnes; Quintar, 2016, p.3)

Los proyectos cinematográficos conllevan gastos de equipos para una realización completa y de manera profesional, esto suele ser un impulso a diferentes comunidades que quieren mostrar parte de su diario vivir o su cultura, enseñando sus experiencias de vida.

Los temas sociales en la mayoría de contenidos visuales suelen ser para lograr concientizar sobre la misma, mostrando riesgos y soluciones, esto forma parte de una identidad social.

En este epígrafe queda estipulado que las producciones audiovisuales son elementos que muestran la realidad social de diferentes comunidades, su cultura y forma de vida.

Cabe recalcar que estos trabajos visuales suelen ser usados para crear una reflexión como resultado de las diferentes temáticas que presentan en su proyecto, siendo parte importante en los escenarios sociales.

2.2.3. Semiótica visual

En este epígrafe se plantea que la semiótica visual es parte de una preparación fílmica donde se debe presentar diversos contenidos mediante palabras, gestos o movimientos que pueden influenciar a quienes lo ven.

En el artículo *Semiótica, cognición y comunicación visual: los signos básicos que construyen lo visible* menciona:

[...] “La semiótica, como disciplina que se ocupa del estudio de los procesos mediante los cuales algo se utiliza como representación de otra cosa, sustituyendo a esa cosa en algún sentido, provee un sólido instrumental teórico para el abordaje de estas cuestiones” (Calvano, 2005, p.114)

La representación de un tema mediante imágenes puede ser considerado semiótica visual, esto se da por la capacidad de entendimiento de los receptores quienes logran reconocer el mensaje, descifrarlo y hacer un comentario acerca del tema.

El proceso de evaluación para reconocer una temática se da desde el inicio de la reproducción de elementos audiovisuales.

En la tesis *Estudio Semiótico Visual De La Serie Backyardigans Y Su Influencia En La Construcción De Identidad En Niños Y Niñas De 6 A 8 Años En El 2017* expresa:

[...] “La semiótica de la imagen es el estudio según la perspectiva visual que tiene el individuo dependiendo de los diferentes análisis del estudio de la

imagen de composición, formas, colores, iconos, cada uno de esto da un significado a lo que se desea proyectar” (Jalca, 2018, p.15)

Todo individuo tiene una perspectiva sobre cada detalle que observa, vierte opiniones acerca de lo que entiende, es por esto que el uso de los diferentes símbolos o signos que se utilizan deben expresar un mensaje concreto para no generar opiniones erróneas.

Cada signo o icono tiene un significado específico, se los usa para expresar algo generando un análisis del mensaje que desea transmitir todo mediante el estudio previo de la imagen.

En el texto *Uso de imágenes en clases de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales: enseñando a través del potencial semiótico visual* dice:

[...] “La *semiótica social* plantea que tanto los significados como los recursos utilizados para significar responden a las necesidades de representación y comunicación de las comunidades que los utilizan (...) los significados siempre se dan en un contexto, relacionando al texto con dos niveles de contexto: el de situación y el de cultura” (Manghi; Haas cit a Halliday, 2015, p.250)

El uso de diversa simbología cambia de significado según la comunidad a la que pertenece, son respuesta a las necesidades que presentan estas agrupaciones sociales.

Toda significación tiene un desarrollo contextual relacionado con el mensaje que se desea mostrar, además se distingue por dos aspectos, el más importante es el nivel cultural que poseen el emisor y receptor.

En el documento *Diccionario de semiótica y narrativas de cine y televisión* explica:

[...] “En la teoría del cine (AUMONT, 1983) el narrador es virtual, se diferencia del autor y se identifica con el realizador o director cinematográfico. Aumont, como Bordwell, cuestionan la figura del narrador en el cine puesto que el filme es producto de un colectivo. Por eso, y a pesar de declarar que rechazan las nociones semióticas del estructuralismo, acuden, sin embargo, al concepto de instancia narrativa que incluye la figura del narrador como actante interno al filme” (Vilches, 2017, p.19)

En el cine se aplica el uso de la semiótica visual pues mediante esta se muestra la temática y el desarrollo de una historia, es por esto que el nivel de

producción es estricto, aquí se establece una diferencia entre director y productor puesto que uno da la idea y el otro se encarga de diseñarla.

La creación de una historia no solo se basa en el texto sino en las graficaciones, mediante ellas se muestra la esencia que representa la producción final.

En este epígrafe queda estipulado que la semiótica visual es un conjunto de signos y símbolos que crean una representación sobre un tema en específico, esto se da mediante las producciones visuales que tienen como objetivo mostrar al público un mensaje para que sea procesado, analizado y entendido.

2.2.4. Pensamiento crítico

El pensamiento crítico es el proceso analítico que permite realizar una opinión certera sobre un tema.

En el libro *La mini-guía para el Pensamiento crítico Conceptos y herramientas*, expresa:

[...] “Las destrezas, aquel que piensa críticamente tiene un propósito claro y una pregunta definida. Cuestiona la información, las conclusiones y los puntos de vista. Se empeña en ser claro, exacto, preciso y relevante. Busca profundizar con lógica e imparcialidad. Aplica estas destrezas cuando lee, escribe, habla y escucha al estudiar historia, ciencia, matemática, filosofía y las artes, así como en su vida personal y profesional” (Paul; Elder, 2003, p.2)

Los seres humanos recopilan información y descubren diferentes ambientes que los rodean, donde es importante tener buenos conocimientos para tomar decisiones y actitudes positivas.

Teniendo un buen pensamiento crítico se llegaría a desencadenar muchas habilidades positivas en su entorno, por ende, se debe leer, investigar y estudiar varias ciencias para adquirir conocimientos y poder dar opiniones concretas sobre diferentes temáticas.

El texto *Estrategia Didáctica para Desarrollar el Pensamiento Crítico* menciona:

[...] “Las capacidades del pensamiento humano son diversas y complejas, así como sus componentes básicos. Los análisis de los procesos sensoriales como la percepción, la atención, la memoria, el lenguaje, las redes neuronales y la evolución de la estructura de las capacidades al igual que la creatividad, la

imaginación, entre otras, son procesos internos que se orientan y estimulan por los acontecimientos externos que vivencia el sujeto” (Moreno; Velásquez, 2017p.55)

El pensamiento humano es complejo, es por eso que analiza cada situación que se presenta, desde el lenguaje hasta los signos o símbolos que encuentre, esto es parte de la evolución y madurez mental.

La creatividad forma parte de un proceso crítico estimulado por diversos signos o acontecimientos que también suelen ser experiencias de cada persona, generando el pensamiento crítico.

En artículo *Competencia transversal pensamiento crítico: Su caracterización en estudiantes de una secundaria de México* se visualiza:

Tabla 2

Características de personas competentes en pensamiento crítico

| Habilidades y actitudes | Cualidades específicas |
|----------------------------|---|
| Dominio de ideas | <ul style="list-style-type: none"> - Usan su conocimiento para resolver situaciones escolares y de la vida, mejorar calificaciones, participar más en clase, dar respuesta a lo que les pregunten. - Tienen habilidad lectora. Anticipan temas. |
| Interpretar | <ul style="list-style-type: none"> - Usan la lógica. - Valoran las partes del problema o situación. |
| Analizar | <ul style="list-style-type: none"> - Analizan y piensan antes de actuar. - Usan estrategias de aprendizaje como esquemas, resúmenes, cuadros sinópticos, problemas matemáticos. |
| Inferir | <ul style="list-style-type: none"> - Elaboran conclusiones o resúmenes de la información que se les da para poder resolver lo que se les pide. - Razonan mucho las cosas considerando cada argumento y desarrollo del tema. |
| Reflexionar | <ul style="list-style-type: none"> - Comprenden mejor las cosas. - Buscan la mejor alternativa de solución. |
| Argumentar | <ul style="list-style-type: none"> - Saben explicar el tema. - Expresan su opinión de acuerdo con lo que piensan y con lo que investigan. - Defienden su postura. |
| Autorregulación | <ul style="list-style-type: none"> - Saben qué están pensando. - Piensan bien las cosas para evitar o corregir errores. |
| Diversos puntos de vista | <ul style="list-style-type: none"> - Respetan el punto de vista de las demás personas. - Desean saber más. |
| Orientación al aprendizaje | <ul style="list-style-type: none"> - Son personas curiosas. - Leen por anticipado el tema de clase. - Ansian desarrollar más su pensamiento. |

Tabla N°2. Características de personas competentes en pensamiento crítico. (Molina; Et Al, 2016, p.18)

En esta tabla se observa las cualidades que posee una persona que ha desarrollado su pensamiento crítico, entre ellas está la resolución de problemas mediante el análisis de cada situación para crear estrategias que generen alternativas factibles.

La explicación correcta de un tema es fundamental al momento de expresar una opinión y de esta manera defender su postura, esto como parte del desarrollo del pensamiento crítico.

En el artículo *Desarrollo Del Pensamiento Crítico En Ambientes De Aprendizaje Basado En Problemas En Estudiantes De Educación Superior* expresa:

[...] “el pensamiento crítico ha sido considerado de diversas formas a través de la historia. Este concepto fue inicialmente introducido en forma indirecta por John Dewey a principios del siglo xx con la denominación de pensamiento reflexivo, que incluye conceptos de indagación, deducción, inducción y juicio” (Olivares; Heredia, 2012, p.762)

El pensamiento crítico es una reflexión sobre un tema, esto surge tras realizar un análisis crítico para reconocer e interpretar diversos símbolos y signos, todo elemento transmite un mensaje que mediante la recepción se puede descifrar, entender y de esta manera formar una opinión.

Es importante mencionar que durante un proceso investigativo se realiza una indagación para deducir que problemática social está afectando a una comunidad y así realizar el juicio respectivo.

2.2.5. Interculturalidad

La interculturalidad es un intercambio de aspectos culturales que se generan mediante la comunicación.

En el texto *Cultura, Multiculturalidad, Interculturalidad y Transculturalidad: Evolución de un Término* menciona:

[...] “el término “interculturalidad”, implica una comunicación comprensiva entre las distintas culturas que conviven en un mismo espacio, siendo a través de estas donde se produce el enriquecimiento mutuo y, por consiguiente, el reconocimiento y la valoración (tanto intrínseca como extrínseca) de cada una de las culturas en un marco de igualdad” (Hidalgo, 2017, p.78)

La comunicación entre dos sujetos pertenecientes a culturas distintas se lo considera interculturalidad, el aprendizaje que genera intercambiar términos enriquece el conocimiento, además de valorar una identidad distinta.

El aprendizaje sobre algo diferente es un proceso de análisis y aceptación, que se da mediante el acto comunicativo, manifestando características no conocidas por una comunidad.

En el artículo *La Comunicación como Eje de Transmisión de Valores Interculturales* expresa:

[...] “Podemos considerar que la base de los intercambios sociales que se realizan entre las personas se identifican con el comportamiento cultural, de ahí que al interactuar individuos pertenecientes a diferentes culturas y no conocer las especificidades socioculturales establecidas en cada cultura se puede afectar la comunicación intercultural” (Rodríguez, 2017, p.41)

Los intercambios de significantes culturales tienen un enfoque comunicacional que tiene como objeto la interacción social para entender aspectos socioculturales del contexto en el que se desenvuelve el individuo.

Por lo tanto, al establecer una conexión si no surge el entendimiento será un obstáculo para la comunicación intercultural entre dos o más participantes.

En el documento *Interculturalidad: una aproximación antropológica* expone:

[...] “la interculturalidad no se utiliza de manera prescriptiva, sino como una herramienta descriptiva y analítica, ésta se define como el conjunto de interrelaciones que estructuran una sociedad dada, en términos de cultura, etnicidad, lengua, denominación religiosa y/o nacionalidad; se trata de un ensamble que se percibe mediante la articulación de los diferentes grupos de “nosotros” versus “ellos”, los cuales interactúan en constelaciones mayoría-minoría que, a menudo, se encuentran en constante cambio” (Dietz, 2017, p.193)

El intercambio de culturas fomenta las interrelaciones que son base de una sociedad, las diferentes características culturales son la unión de un conjunto de términos que representan a una comunidad, es por esto que al mostrarla a otros a través de la comunicación de lo define como interculturalidad.

Cabe destacar que es importante analizar cada detalle diferente para lograr un entendimiento del ambiente en el que se desarrolla una comunidad distinta a la que se conoce.

En el archivo *Educación e interculturalidad en Chile: un marco para el análisis* manifiesta:

[...] “La interculturalidad surge como un enfoque superador de este multiculturalismo, y también como respuesta a contextos sociales distintos, y desde objetivos divergentes, especialmente en el caso de América Latina (...) la interculturalidad, en vez de simplemente ‘acompañar’ los procesos ligados a la diversidad, lo que hace es procurar intervenir en el proceso, orientándolo hacia espacios de comunicación que no se generarían ‘naturalmente’” (Stefoni; Et Al, 2016, p.159)

Los diferentes contextos sociales en que se desenvuelve el ser humano forman parte de la cotidianidad, pero en especial cuando existe un intercambio cultural donde el enfoque es entender y aprender sobre algo diferente.

Es primordial que el ser humano socialice con diferentes ámbitos de vida para analizarlos y comprender el desenvolvimiento de una comunidad, esto como parte de un proceso cultural.

La interculturalidad es el intercambio de símbolos, signos y lenguaje entre diferentes culturas, siendo prioritario el pensamiento crítico que permite comprender el desarrollo social de un pueblo.

Es por esto que en los medios audiovisuales se muestra detalles destacados de cada cultura, para hacer comprender de qué manera surge un desenvolvimiento diferente a lo que se conoce.

2.2.6. Recepción Crítica del cine

En este apartado se establece conceptos acerca de la recepción crítica en la parte cinematográfica.

En el texto *La crítica de cine: un ejercicio impune* menciona:

[...] “La crítica cinematográfica en nuestro país puede parecer, al menos en una rápida mirada, una expresión correlativa de la situación de la actividad cinematográfica y de la cultura cinematográfica general (...) el marco cultural cinematográfico en el que el crítico debe actuar, podemos referirnos a problemas como los diversos tipos de crítica que se ejercen en el país, las características metodológicas de la operación crítica y las relaciones entre el crítico y el público lector” (Román, 2017, p.79)

La recepción crítica en el cine, es parte elemental en la evolución de la producción de este arte visual, mediante la muestra de estos elementos el

espectador observa ya analiza ´para de esta manera opinar acerca de lo que se proyecta.

Es importante reconocer los diferentes s´mbolos que grafican una historia dentro de las producciones visuales.

En el art´culo *Enfoques de la recepci3n en estudios de cine y literatura* explica:

[...] “la est´tica de la recepci3n comienza a destacar como propuesta te3rico-metodol3gica, dentro del marco de los estudios human´sticos (...) La aproximaci3n a la est´tica de la recepci3n no es nueva en cine. El espectador hab´a sido importante para la reflexi3n en torno al discurso cinematogr´fico” (Tornera, 2018, p.79)

Las configuraciones audiovisuales de las pel´culas forman parte de una caracter´stica art´stica de las productoras, estas ense˜an la variedad cultural de las comunidades para la recepci3n cr´tica de los que observan.

El enfoque que se maneja dentro del mundo de la cinematograf´a es lograr un an´lisis cr´tico de los elementos que observan en la proyecci3n, esta estrategia ha sido usada desde el inicio del cine.

En el documento *El Cine Y Su Inserci3n En El Contexto Escolar. Retos Del Siglo XXI expresa:*

[...] “Se ha considerado como un medio de comunicaci3n, como una manifestaci3n art´stica, pero raras veces se hace referencia a su conexi3n con el mundo educativo (...) El cine es un veh´culo extraordinario para emitir mensajes que impacten. De ah´ que sea incuestionable la posibilidad de empleo de dicho recurso en el contexto escolar. Para ello es preciso tomar conciencia de su utilidad y planificar su utilizaci3n con relaci3n a determinados contenidos y por ende objetivos” (Escobar; E t Al, 2017, p.168)

El cine como elemento comunicacional, incentiva al conocimiento de culturas nuevas, donde existan manifestaciones art´sticas fomentando el aprendizaje de nuevas culturas.

El receptor tiene como obligaci3n entender los c3digos usados dentro de una trama para realizar la respectiva cr´tica de lo que visualiz3, adem´s de reconocer los contenidos y objetivos de cada historia.

En la investigación *Procesos De Recepción Y Efectos Socio Cognitivos De Películas Sobre Inmigración. El Papel Moderador Del Prejuicio Hacia Inmigrantes* dice:

[...] “se plantea que cuando las personas se involucran con gran intensidad con un texto de narrativo (sea de ficción o no) toda su capacidad atencional y de procesamiento se centra en el relato con objeto de comprender la trama e implicarse emocionalmente con las peripecias de los personajes. Por ello, en dichas circunstancias el procesamiento crítico se convierte en una respuesta poco probable porque la contra-argumentación es un proceso incompatible con la recepción implicada” (Igartua; Frutos, 2016, p.39)

El relato que se muestra dentro de una película suele ser tan intenso al punto que el espectador se involucra con la trama y puede entender cada significación que presentan, en especial si de manera emocional identifica el clímax de la historia.

El proceso crítico va desde el argumento hasta los personajes, cada detalle forma parte importante para el receptor, pues mediante esto logra entender la simbología que rodea toda la producción.

2.2.7. Problemáticas Sociales

En este apartado constarán las definiciones acerca de problemáticas sociales, que son experiencias que se dan en una comunidad.

En el artículo *Espacio inducido y territorialización del discurso: Determinando el impacto socioterritorial del imaginario social sobre la inmigración en el área metropolitana de Sevilla* dice:

[...] “A este papel de los medios, se debe añadir, del mismo modo, la importante influencia que ejerce en la construcción del imaginario la información que el ciudadano extrae de su interrelación social cotidiana, la cual incide en el mantenimiento y en la expansión de aspectos estereotipados” (Iglesias, 2016, p.304)

Los problemas que surgen en la sociedad suelen ser tema para debates, puesto que mediante estos nacen conflictos en una comunidad, la mayoría se dan en la vida cotidiana.

Uno de los principales es el estereotipo, esto se da por la reproducción de imágenes donde presentan una imagen falsa sobre algo o alguien y que el receptor lo acoge como verdad.

En texto *Análisis factorial confirmatorio de las subescalas del PKBS-2 para la evaluación de las habilidades sociales y los problemas de conducta en educación infantil* expresa:

[...] “la importancia de las relaciones interpersonales en la vida diaria, las características de la sociedad actual que sobrevalora los objetivos y metas individuales por encima de los comunes, los beneficios personales y sociales del desarrollo de comportamientos socialmente competentes así como la necesidad de evitar los problemas originados por la incompetencia social son algunos motivos más que suficientes para originar el interés social por estos temas y para favorecer la actual abundancia de literatura científica sobre los mismos” (Fernández; Et Al, 2017, p.1232)

En esta cita se estipula que las relaciones interpersonales que se dan en la vida diaria, son características de una sociedad que tienen como primordial objetivo los beneficios sociales en común.

Los problemas que aparecen en un grupo social crean un interés para aprender y conocer sobre ellos favoreciendo al desarrollo del pueblo.

En el trabajo *Análisis Metateórico Sobre El Ocio De La Juventud Con Problemas Sociales* manifiesta:

[...] “Dados los cambios sociales, económicos y tecnológicos que se van produciendo, el fenómeno del ocio también se ha ido modificando en cuanto a su consideración, distribución, espacios y tiempos en los que se desarrolla, repercutiendo, además, en nuevas formas de desarrollo personal y social supeditadas, en muchas ocasiones, a las posibilidades económicas de las que se parte” (Fernández; Et Al, 2015, p.121)

Por los diferentes cambios que se dan en la sociedad tanto en el plano económico como tecnológico, surge un problema que en la actualidad está convirtiendo a jóvenes activos en sedentarios.

No solo afecta de manera social sino también en lo personal, la persona se retrae y no participa en la evolución de su comunidad.

En el documento *Relación Entre Las Habilidades De Solución De Problemas Sociales Y Los Rasgos Emocionales Negativos De La Personalidad. La “Tríada Emocional Negativa” (Depresión, Ansiedad E Ira)* expresa:

[...] “1) existe una relación significativa entre la habilidad de solución de problemas y los rasgos emocionales negativos; 2) en contra de los modelos de habilidad de solución de problemas sociales, no todos sus componentes están asociados con la tríada emocional negativa, ni lo hacen en las direcciones

esperadas; 3) el componente de la habilidad de solución de problemas que guarda una relación más fuerte y consistente con la tríada emocional negativa es la orientación negativa hacia el problema” (Berdullas, 2015, p.151)

Los conflictos que aparecen en las sociedades se basan en conflictos por problemas como la violencia, son aspectos negativos que afectan de manera directa a los miembros de una comunidad.

La solución debe ser analizada y entendida para generar cambios que direccionen al progreso de un pueblo, orientándolos a fortalecer los aspectos socioculturales de la gente.

2.2.8. Semiótica visual como parte del pensamiento crítico

El pensamiento crítico suele ser influido por la semiótica visual que se muestra en las producciones cinematográficas.

En el documento *Límites y posibilidades de la práctica del cine etnográfico desde la antropología visual* menciona:

[...] “El escepticismo respecto al medio visual, y sobre la propia experiencia sensorial de la vista, para transmitir o generar conocimiento abstracto más allá de lo puramente material, se instaló firmemente en la antropología del siglo XX a pesar de que las técnicas de captura de imagen en movimiento la acompañaron desde el principio” (Úbeda, 2016, P.201)

La semiótica visual como experiencia sensorial puede transmitir diferentes conocimientos, es por esto que la evolución del cine incluyó la parte silente, donde solo mostraban movimientos y el espectador era más receptivo y analítico.

Las técnicas avanzan y así mismo la exigencia del público, esto permite que el desarrollo cinematográfico forme parte de una culturización visual.

En el artículo *Apuntes para la discusión de la relación cine-historia en la cinematografía chilena de ficción* explica:

[...] “el desconocimiento que los especialistas en historia tienen de los lenguajes audiovisuales y su tendencia a tratar los filmes del mismo modo con que abordan las fuentes documentales escritas” (Salinas; Et Al, 2014, p.118)

Los tratamientos de los productos cinematográficos deben ser realizados por conocedores del tema, esto fomenta un aprendizaje de los creadores, mientras que el desarrollo artístico se fortalece.

Los filmes llevan un proceso específico que genera un trabajo de calidad y que representa una cultura fílmica interesada en la parte cultural, fomentando la creación de tramas sobre características o problemas sociales de un pueblo.

En el texto *Estrategias Metodológicas En El Desarrollo Del Pensamiento Crítico. Guía Educativa Con Técnicas De Estudio* expresa:

[...] “Podemos decir que el desarrollo del pensamiento crítico mediante sus procesos permite crear ideas claras por medio de la reflexión, y estas le ayudan al educando a la toma de decisiones para resolver problemas que le suceden dentro de la vida cotidiana, además, le permite aportar juicios de valor en el proceso de enseñanza aprendizaje” (Anchundia; Avilés, 2018, p.28)

El pensamiento crítico mediante el proceso de análisis de ideas y tras una reflexión aportan a la toma de decisiones del individuo, esto como un avance en la resolución de problemas.

En la vida cotidiana le permite entender y opinar de manera correcta sobre un suceso, para que sea un aporte al aprendizaje del análisis crítico mediante la observación.

En la investigación *La gestión del aprendizaje* dice:

[...] “La estimulación del pensamiento es un factor que los docentes necesitan desarrollar para lograr mayor eficacia en el graduado que se pretende formar, y su fundamento se encuentra dado en el conocimiento de la estructura y funcionamiento de la vida, a partir de la cual comienzan todos los análisis desde la enseñanza elemental” (Soubal, 2018, p.5)

Estimular el pensamiento para desarrollar la capacidad de crear fundamentos mediante un análisis estructurado para dar una opinión concreta sobre diferentes temáticas.

Desde el inicio del aprendizaje del ser humano se debe implementar técnicas que permitan el desarrollo analítico para generar críticas mediante la observación de diferentes aspectos culturales o sociales.

2.3. Marco Contextual

Los alumnos de la Facultad de Comunicación social a lo largo de su preparación académica se han empapado de diversos factores de contenidos cinematográficos.

Lo que se desea lograr mediante este trabajo de investigación es saber que pensamientos críticos deja la película en los jóvenes estudiantes de FACSO mediante la semiótica visual que genera la obra.

Figura N°1. Película “No se aceptan devoluciones”



Fuente: Revista Ulima

Como dice: Russo, 2015, p.13, “Las problemáticas Sociales son presentadas como parte de una cultura fílmica creando un pensamiento crítico de quienes la ven, de esta manera se llega al público objetivo, permitiendo que capturen el mensaje que se transmite”.

2.4. Marco Conceptual

Comunicación: la comunicación es el intercambio de ideas y pensamientos que se da entre el emisor y el receptor.

Producción audiovisual: La producción audiovisual es el arte de crear contenidos para medios de comunicación como el cine o la televisión.

Semiótica visual: son los símbolos, signos y elementos visuales que al unirse crean un mensaje.

Pensamiento crítico: El pensamiento crítico es un proceso donde se analiza y evalúa un tema.

Interculturalidad: La interculturalidad es conocer diferentes culturas para entender el contexto en el que se desarrollan.

Recepción Crítica: es la captación de los contenidos que se muestran para lograr emitir un comentario acertado.

Problemáticas Sociales: son las diferentes situaciones que se dan en una comunidad y que suelen generarse por falta de conocimientos.

Semiótica visual y pensamiento crítico: es la unión de diferentes elementos que permiten comprender y desarrollar una opinión con sentido común.

2.5. Marco Legal

En esta apartado se exponen los artículos que constan dentro de la Constitución de la República del Ecuador acerca de producciones audiovisuales y también se incluye la Ley de Comunicación, y a la comunicación intercultural y plurinacional.

En la Constitución de la República del Ecuador expresa:

[...] “Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas. 4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad. 5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación” (Constitución del Ecuador, 2008, p.14)

Dentro de la constitución se manifiesta que todos los ciudadanos tienen derecho a una comunicación libre además de la interculturalidad, también menciona que se puede acceder a los medios de comunicación sean visuales o auditivos como forma de interacción.

En especial crear canales comunitarios para una participación continua de diferentes culturas y mostrar su forma de vida.

En la *Ley orgánica de Comunicación* menciona:

[...] “Art.- 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y

reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes (...) La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos” (Ley Orgánica de Comunicación Social, 2012, p. 11)

Todos los ecuatorianos tienen derecho a mostrar su cultura mediante el uso de medios audiovisuales, sea televisión o cine, esto fomenta el aprendizaje de las distintas culturas existentes en el país, además de propagarla a otros países para que mediante el intercambio de culturas se dé un contexto social usando la interculturalidad.

En el Código de la niñez y adolescencia se expresa:

[...] “Art. 22.- Derecho a tener una familia y a la convivencia familiar. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a vivir y desarrollarse en su familia biológica. El Estado, la sociedad y la familia deben adoptar prioritariamente medidas apropiadas que permitan su permanencia en dicha familia.

Excepcionalmente, cuando aquello sea imposible o contrario a su interés superior, los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a otra familia, de conformidad con la ley. En todos los casos, la familia debe proporcionarles un clima de afecto y comprensión que permita el respeto de sus derechos y su desarrollo integral.

El acogimiento institucional, el internamiento preventivo, la privación de libertad o cualquier

otra solución que los distraiga del medio familiar, debe aplicarse como última y excepcional medida” (Código de la niñez y adolescencia, 2013, p.2)

El código orgánico integral penal manifiesta:

[...] “Artículo 153.- Abandono de persona.- La persona que abandone a personas adultas mayores, niñas, niños y adolescentes, mujeres embarazadas, personas con discapacidad o a quienes adolezcan de enfermedades catastróficas, de alta complejidad, raras o huérfanas, colocándolas en situación de desamparo y ponga en peligro real su vida o integridad física, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. Las lesiones producto del abandono de persona, se sancionarán con las mismas penas previstas para el delito de lesiones, aumentadas en un tercio. Si se produce la muerte, la pena privativa de libertad será de dieciséis a diecinueve años” (Código Orgánico Integral Penal, 2014, p.26)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Diseño de investigación.

Este trabajo investigativo sigue un diseño no experimental de tipo Transeccional, debido a que sus variables, semiótica visual y pensamiento crítico no se modifican, donde el objetivo principal es mostrar la influencia de la película “no se aceptan devoluciones” en los receptores de producciones audiovisuales.

3.2. Tipo de investigación.

En esta tesis se utiliza una investigación de tipo descriptiva, las variables que se dividieron en dimensiones e indicadores sobre la semiótica visual y el pensamiento crítico serán desglosadas sin un estudio comparativo entre ellas.

3.3. Metodología de la investigación.

El estudio realizado se basa en la teoría crítica, la cual explica el entendimiento de la sociedad y sus cambios que surgen por la adquisición de conocimientos científicos, separando al sujeto del objeto para una visión más objetiva.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación.

En este apartado se muestran las técnicas e instrumentos de investigación que se aplicarán en este trabajo para un estudio completo sobre la semiótica visual y el pensamiento crítico, son:

Investigación bibliográfica, usada para la recolección de información en el proceso investigativo.

Encuesta, se usó para cuantificar respuestas concretas sobre el tema, además de medir la aceptación y comprensión de la incógnita establecida.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

Este apartado da a conocer la población a encuestar la cual está constituida por 548 estudiantes, pertenecientes del primer a tercer semestre de la Facultad de Comunicación, en la sección matutina constan 351 estudiantes,

siendo seleccionados entre paralelos 3a1, 1a1, 1a2, 2a2 del año lectivo 2018. Este trabajo de investigación se basa en conocer de qué manera influyen las películas en el pensamiento crítico de los jóvenes.

Tabla N°3. Población de la investigación.

| SECCIÓN | SEMESTRE | PARALELO | CANTIDAD |
|----------|----------|----------|----------|
| MATUTINA | PRIMERO | A1 | 36 |
| MATUTINA | PRIMERO | A2 | 33 |
| MATUTINA | SEGUNDO | A2 | 25 |
| MATUTINA | TERCERO | A1 | 41 |
| TOTAL | | | 135 |

Fuente: Secretaria General de la Facultad de Comunicación Social
Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

3.5.2. Muestra

La muestra seleccionada para la investigación es no probabilística por cuota, siendo los estudiantes de la sección matutina los escogidos, un total de 135, entre 1a1 con 36, 1a2 con 33, 2a2 con 25, 3a1 con 41 teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- a) Conocer sobre la película “no se aceptan devoluciones”
- b) Ser estudiante del primer al tercer semestre
- c) Visualización de la película en más de una ocasión

3.5.3. Fórmula de cálculo muestral simple

N= Población (135)

n= Muestra (?)

Z= Nivel de confianza (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

E= Margen de error (0.05)

$$\frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1)E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 135}{(135 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.25 * 135}{(134) 0.0025 + 3.84 * 0.25}$$

$$n = \frac{129,60}{0.335 + 0.96}$$

$$n = \frac{129,60}{1.295}$$

$$n = 100$$

3.6. Análisis de Resultados

Pregunta 1

¿Las producciones audiovisuales influyen en la forma de pensar en aquellos que la visualizan, mediante la significación de contenidos?

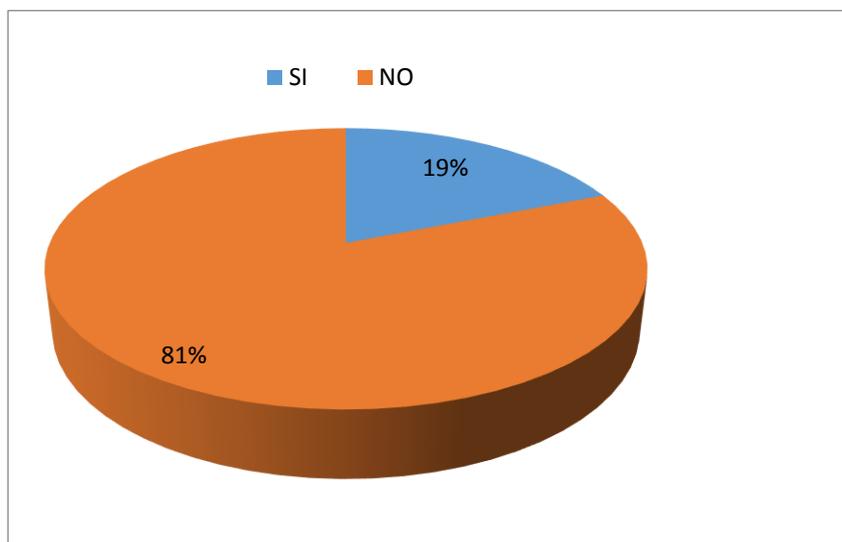
TABLA N° 4. Influencia de las producciones audiovisuales

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 81 | 81% |
| NO | 19 | 19% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°1 Influencia de las producciones audiovisuales



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: en la interrogante se plantea que las producciones audiovisuales influyen en la forma de pensar de quienes lo ven, con un 81% el público muestral responde de manera afirmativa, mostrando que cambian su forma de pensar después de observar una película, por otra parte, el 19% considera que su criterio no cambia.

Pregunta 2

¿El cine como elemento semiótico desarrolla el pensamiento crítico?

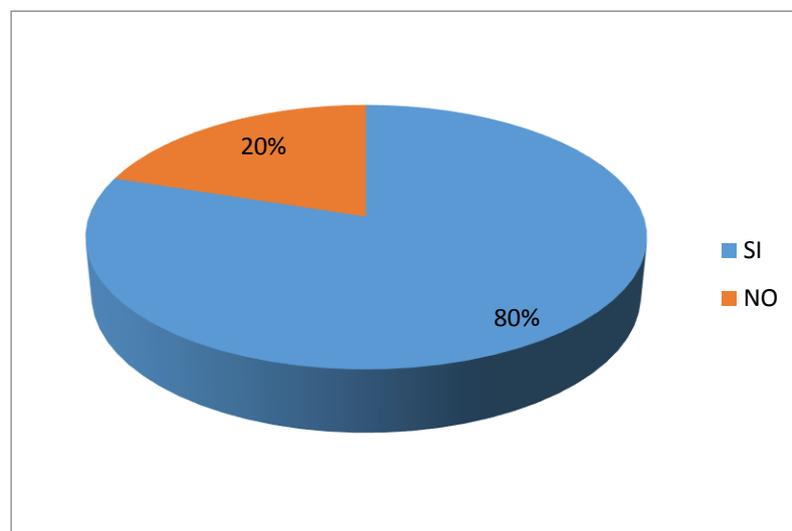
TABLA N° 5. El cine como elemento

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 80 | 80% |
| NO | 20 | 20% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°2. El cine como elemento semiótico



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: el cine como medio difusor de contenidos, utiliza diferentes elementos visuales para motivar a quienes visualizan sus proyectos, el 80% afirma que el uso de la semiótica visual dentro de las producciones fílmicas fomenta a los observadores a utilizar el pensamiento crítico como herramienta desarrolladora de ideas, mientras que el 20% considera que no ayuda a fortalecer el pensamiento crítico.

Pregunta 3

¿En las producciones audiovisuales existe espacio para la interculturalidad?

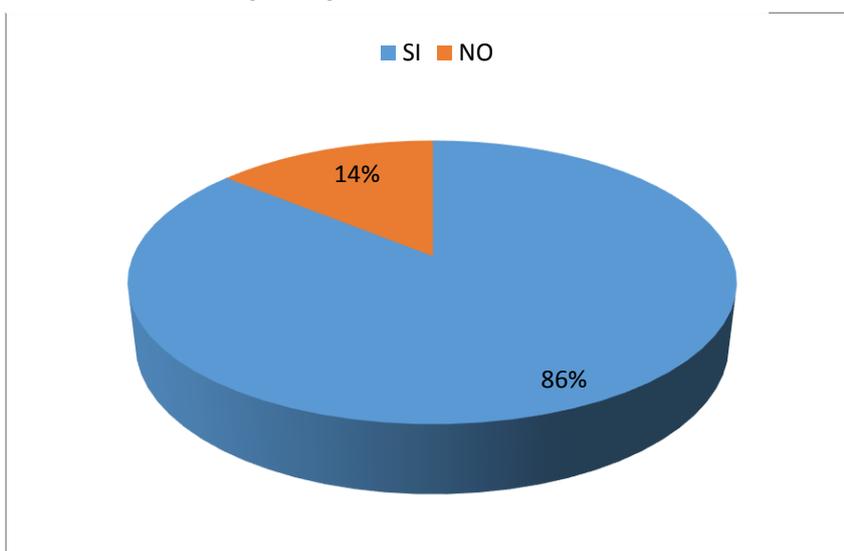
TABLA N° 6. Espacio para la interculturalidad

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 86 | 86% |
| NO | 14 | 14% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°3. Espacio para la interculturalidad



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: las producciones audiovisuales según el público muestral, con un 86% consideran que dan un espacio para la interculturalidad, en la misma puede generarse un imaginario social, esto forma para de un intercambio de culturas como parte del desarrollo de una sociedad, por otra parte, el 14% opina de manera negativa, considerando que no existe un espacio intercultural dentro de las películas.

Pregunta 4

¿En la película “no se aceptan devoluciones” fomentan el intercambio cultural?

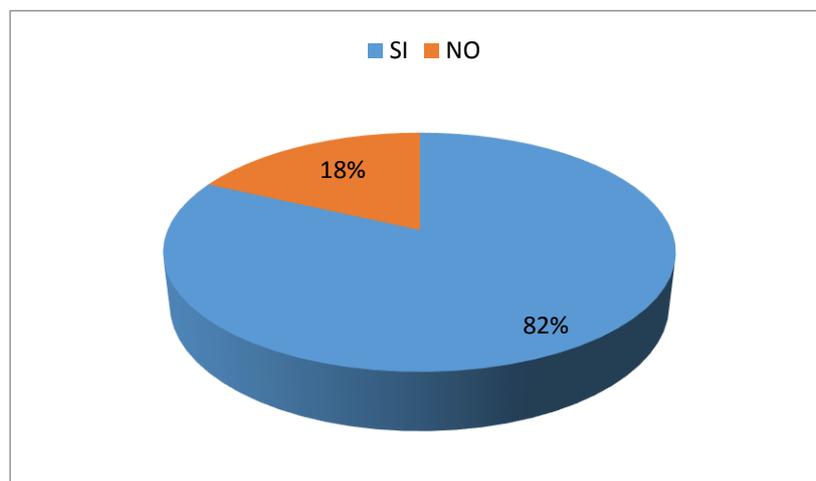
TABLA N° 7. Fomentar el intercambio cultural

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 82 | 82% |
| NO | 18 | 18% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°4. Fomentar el intercambio



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: el intercambio de culturas según el 82% de los encuestados, consideran que sí se da dentro de la película “no se aceptan devoluciones”, esto surge por la identidad cultural que se aprecia en la producción fílmica, por otro lado, un 18% opina que no se visualiza ningún tipo de interculturalidad o elementos que sean indicadores de otra cultura.

Pregunta 5

¿Los símbolos que se observan en las producciones fílmicas influyen en la forma de pensar del público?

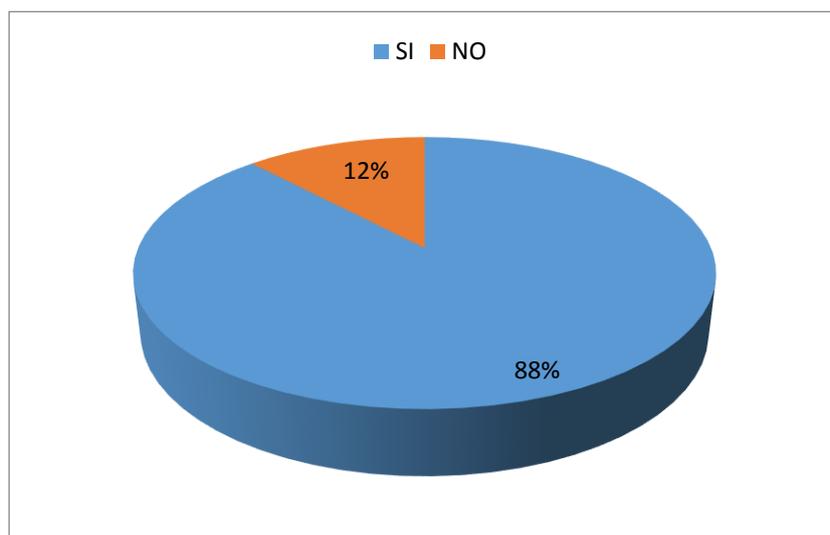
TABLA N° 8. Símbolos y su influencia en el público

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 88 | 88% |
| NO | 12 | 12% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°5. Símbolos y su influencia en el público



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: el análisis de contenidos según el 88% de encuestados, influye en la forma de pensar, esto por los diferentes contextos que presentan en las diferentes producciones, fomenta a crear un criterio diferente sobre una temática, por otra parte, el 12% opina que no cambia su forma de pensar después de visualizar películas.

Pregunta 6

¿La película “no se aceptan devoluciones” influye en el pensamiento crítico de quienes la visualizan?

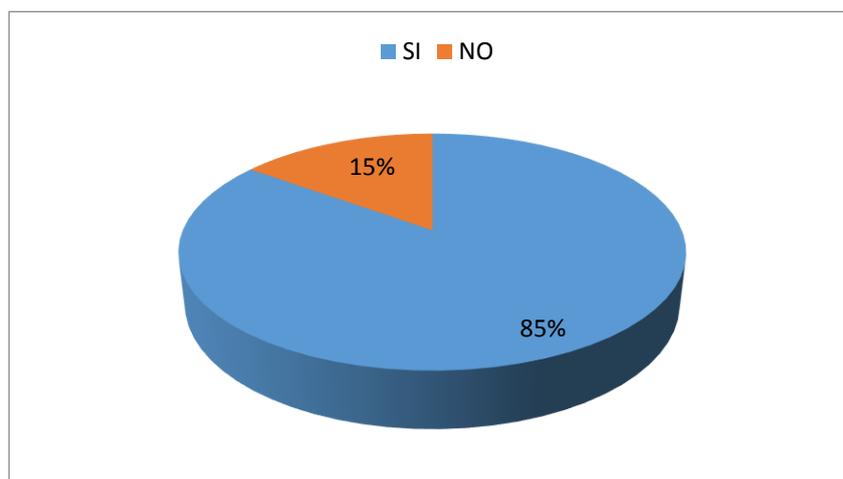
TABLA N° 9. Pensamiento crítico

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 85 | 85% |
| NO | 15 | 15% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°6. Pensamiento crítico



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: en lo que respecta a la recepción crítica de contenidos, con el 85% el público encuestado, considera que influye en el pensamiento crítico de quienes ven esta película, esto se da como parte de la captación del mensaje por parte de los espectadores, por otra parte, el 15% opina que no influye en la forma de pensar.

Pregunta 7

¿La semiótica visual de la película muestra un mensaje claro sobre la temática de la misma?

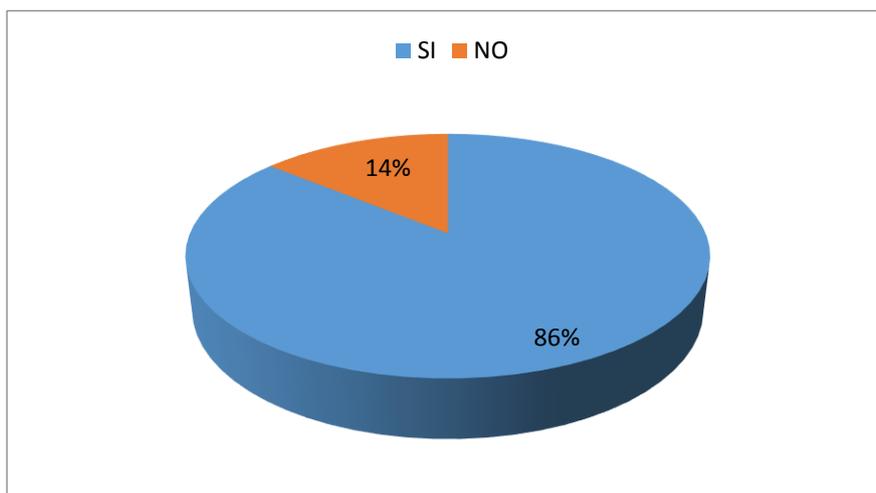
TABLA N° 10. Semiótica visual de la película

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 86 | 86% |
| NO | 14 | 14% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°7. Semiótica visual de la película



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: los elementos visuales usados dentro de la película de acuerdo al 86% del público encuestado, muestran de forma clara y precisa la temática que maneja este filme mediante la Alfabetividad visual que se observa, por otra parte, el 14% considera que no es muestran un tema en específico dentro de la trama.

Pregunta 8

¿El comportamiento de los que visualizan este contenido varía tras entender el mensaje de la misma?

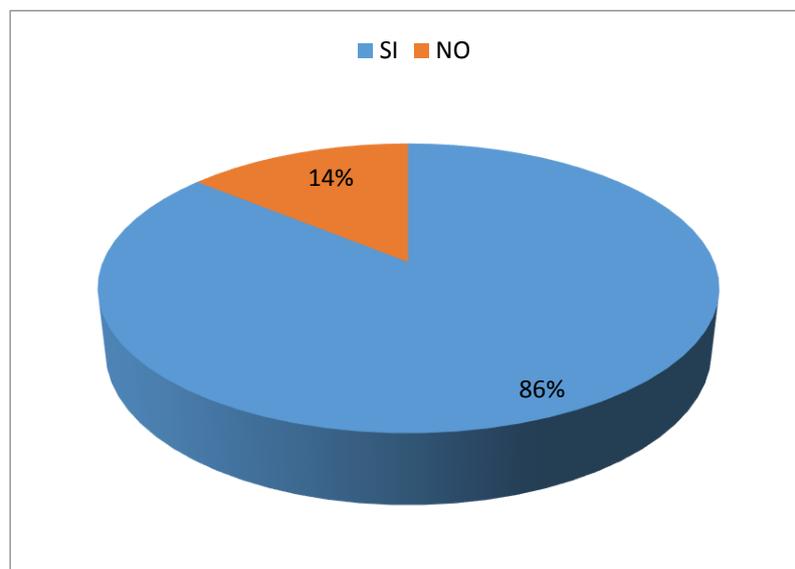
TABLA N° 11. Comportamiento de los que visualizan

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 86 | 86% |
| NO | 14 | 14% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°8. Comportamiento de los que visualizan



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: el 86% de los encuestados afirman que después de ver esta película cambio su comportamiento, esto por el mensaje que transmite, es decir logran entender el contexto en el que se desarrolla toda la historia, incluso logrando identificarse con parte de la trama, mientras que el 14% asegura que su comportamiento no varía tras visualizar esta producción.

Pregunta 9

¿Considera que se debe implementar charlas para ayudar en el desarrollo del pensamiento crítico en jóvenes?

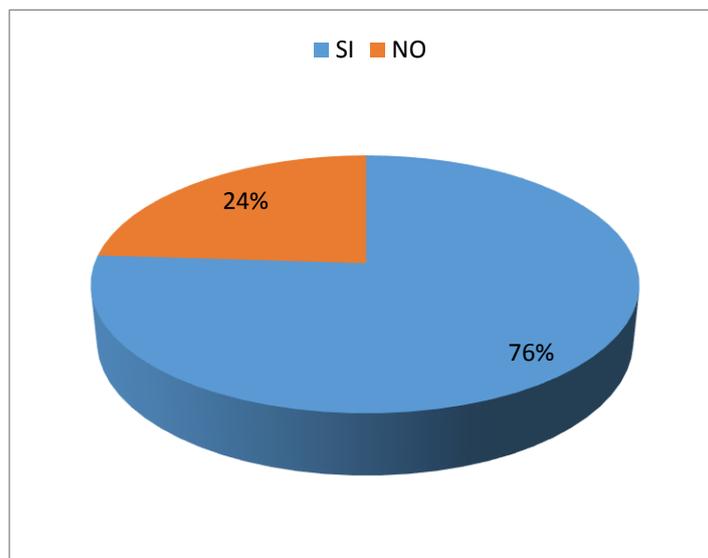
TABLA N° 12. Implementación de charlas

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 76 | 76% |
| NO | 24 | 24% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°9. Implementación de charlas



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: para aportar con el desarrollo del pensamiento crítico en los jóvenes de acuerdo al 76% de los encuestados consideran que se debe realizar charlas donde exista apoyo para ayudar con el progreso del mismo, por otra parte, el 24% considera que no se debería realizar este tipo de talleres.

Pregunta 10

¿Las producciones audiovisuales deberían implementar simbología audiovisual para fomentar el desarrollo del pensamiento crítico?

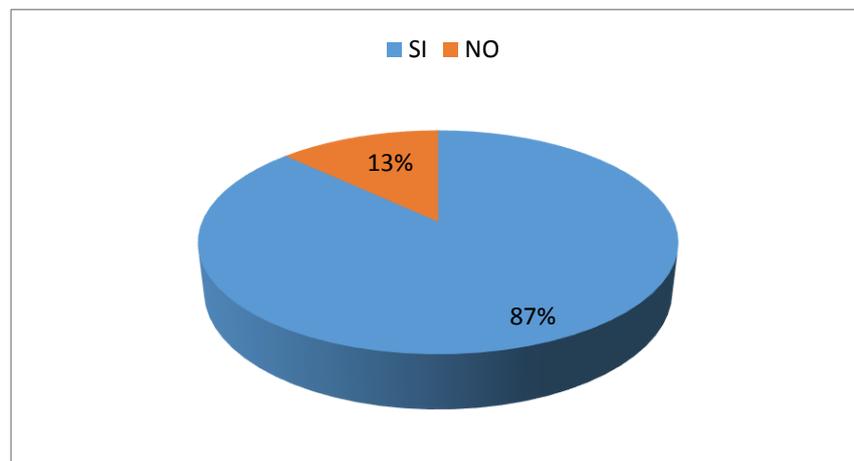
TABLA N° 13. Desarrollo del pensamiento crítico

| RANGO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-------|------------|------------|
| SI | 87 | 87% |
| NO | 13 | 13% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

GRÁFICO N°10. Desarrollo del pensamiento



Fuente: Público muestral

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

Análisis: el 87% del público muestral considera que dentro de las producciones fílmicas se debe implementar simbología audiovisual para fomentar el desarrollo del pensamiento crítico, esto con el fin de que exista una recepción crítica, mientras que, el 13% opina que no se debería colocar elementos visuales como ayuda para el fortalecimiento del mismo.

3.6.1. Entrevista realizada a expertos.

Entrevistado: Lcdo. Allan Quiñonez; Actor-Director de artes escénicas; Guionista teatral y audiovisual

1. ¿Considera usted que la película no se aceptan devoluciones, puede influenciar en adquirirle un mejor pensamiento crítico a los jóvenes?

El mensaje que deja la película y que influye en el pensamiento crítico en los jóvenes, es que una persona cuando vive la vida de una manera hay situaciones que te hacen ser más responsables o irresponsables. Las acciones que trata la película hace que el personaje cambie su manera de ver las cosas ya sea de una u otra manera ajustarse a las situaciones que da la vida y poder discernir en lo que está bien y en lo que está mal , más aun si se trata de una niña de otra vida como se logra transmitir en la película , el gran mensaje que da a los jóvenes es que las acciones que hagan las tomen con más responsabilidad que no piensen solo en ellos sino también en los demás que las acciones que uno hace también trascienden a otras personas ese es el pensamiento que replicarían los jóvenes al ver esta película.

2. ¿Qué opina acerca de la producción que realizó el comediante Eugenio Derbez, en la grabación de la película “no se aceptan devoluciones”?

Lo que hizo el comediante Eugenio Derbez fue demostrar un poco lo que es la cultura mexicana en otro país, adaptarse a las diferentes cosas que debe pasar un ciudadano promedio mexicano con un perfil de emigrante, que se trasladaba de un lugar a otro con un problema de visa. La manera de producir la película fue muy interesante muy vistosa por lo que quiso reflejar en la película, no solamente fue un cliché, sino que cada cliché se llevó a interpretar algo y captar un mensaje. Se puede ver que la producción fue hecha por un presupuesto designado para esa película, porque fue una película hecha para vender y así lo consiguió, fue hecha para llorar y el sentimiento de tristeza y de risa son los que más se venden en el cine, aparte del miedo, pero enfocándose en la película que fue hecha de tristeza, fue bien enfocada. El hecho que el

productor, director haya querido usar el metraje con ese estilo, en estilo que podemos ver en las comedias de Adam Sandler las comedias de los noventa de los dos mil. Cuando se enfocaba en las películas de las familias, fue un buen estilo que quiso manejar Eugenio en el momento de producir la película, ese tinte que lo hace diferenciar de que es una película hecha para la familia.

3. ¿Las producciones fílmicas actuales utilizan la semiótica visual para llegar al público?

Creo que un buen director sabe cómo transmitir, buscar y vender su producto. Cuando hablamos de semiótica hablamos de lo que concibe la imagen, como es producida, trata y manejada, para causar el impacto que el director quiere causar en el público. Y creo que las producciones de ahora se están trabajando de esa manera ya sea de plataformas como netflix, plataformas digitales o cine comercial. Está usándose mucho lo que es la semiótica, no tanto visual sino también la semiótica de la música, también un poco lo que es la semiótica de la imagen al momento de transmitir lo que se desea transmitir en la película lo que quiere dar el mensaje ya que de eso se trata el cine una parte lo que es la imagen otras partes la unión de fotogramas que hace el video y otra parte el audio eso es lo que concierne a lo que proyecta la imagen. Muy diferente de como es el guion, como son los actores de cómo está hecha la producción.

Creo que la semiótica visual que enfoca el cine actual está más trabajada que hace algunos años, ya que los cineastas y directores ya no cogen una cámara y hacen cine sin trasfondo, sin conceptos, ahora creo que están trabajando más en el concepto, en lo que quiere transmitir la película que en el hecho de vender la película sino más bien de poder transmitir su mensaje. Las producciones actuales si se están preocupando más por lo que concibe la imagen para transmitirla al público , porque hay dos maneras de llegar al público, la buena y la mala, la manera buena, un buen guion y actores bien preparados, unas buenas tomas, de la manera mala es una simple idea transmitida con actores famosos y hacer que venda , pero de eso se trata el cien del equilibrio de lo bueno y lo malo, y siempre los guiones buenos las actuaciones buenas son las que prosperan , son las que quedan marcadas en

la eternidad y de eso se trata el cine de que las personas que vayan a ver una película la recuerden por el resto de su vida.

3.6.2. Comprobación de la hipótesis.

En este apartado se contestan los criterios que permiten establecer que la hipótesis ha sido comprobada de acuerdo a los resultados obtenidos.

En lo que respecta a la semiología audiovisual el 81% afirma que la aplicación de elementos visuales tiene una significación en cada contenido, esto como parte del entendimiento del público observador. Por otra parte, el 86% asegura que después de visualizar películas crean un imaginario social, esto se da mediante la presencia de características de una cultura diferente.

Las producciones cinematográficas dentro de sus trabajos representan en la mayoría de sus producciones, problemáticas sociales, el 80% del público encuestado asegura que esto permite que el pensamiento crítico se desarrolle, el 82% considera que la película "No se aceptan devoluciones", muestra parte de la identidad cultural de los personajes, esto como parte de la interculturalidad que se aprecia dentro de la historia.

La recepción crítica mediante el análisis de contenidos puede generar el desarrollo del pensamiento crítico, el 88% considera que Los símbolos que se observan en las producciones fílmicas influyen en la forma de pensar del público, mediante el manejo de simbología visual, el 85% asegura que la película analizada, por el contexto en el que se desenvuelve puede influir en el desarrollo del mismo.

La aplicabilidad de elementos visuales de acuerdo al 86%, forma parte de la Alfabetividad visual, esta tiene como objetivo captar la atención del público mediante el contenido que muestra, el 86% considera que en ocasiones suele cambiar su comportamiento tras visualizar un filme, en especial si la temática es de ámbito social. La implementación de charlas donde exista el análisis de diferentes contenidos según el 76% debería implementarse como un aporte al desarrollo del pensamiento crítico, por esto el 87% considera que dentro de las producciones fílmicas deberían implementar simbología que aporte a este tipo de proyectos.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Tema:

Diseño de un Plan de Comunicación para generar pensamientos críticos de los estudiantes de primero a tercer semestre de la carrera de comunicación social.

4.2. Introducción

Este proyecto tendrá como propuesta la implementación de charlas, donde mediante la exposición de contenidos visuales, se fomente al desarrollo del pensamiento crítico mediante la recepción y análisis de contenidos.

Cabe recordar que para el desarrollo del pensamiento crítico es importante reconocer los diferentes elementos que son partícipes en las producciones audiovisuales y que mediante estas se influye en el desarrollo del proceso analítico.

Las películas con temática social inducen a que los espectadores realicen una crítica del contenido expuesto, es por esto que al realizar un taller donde se desarrolle esa habilidad, se está motivando a quienes lo visualizan a realizar una revisión y a su vez una crítica de la temática a tratar.

Cabe recalcar que los medios audiovisuales en gran parte logran influencias a los espectadores incluso los inducen a pensar de forma diferente acerca de un tema o problema.

Por lo antes explicado es importante que dentro de las instituciones educativas se implemente este sistema de ayuda o aporte para que exista en los jóvenes un proceso de recepción crítica.

En la actualidad existen actividades de ocio que no ayudan en el proceso de análisis en los estudiantes, es importante incentivarlos a que realicen lecturas para lograr un entendimiento total de diferentes contextos de la sociedad.

EL tener una guía para comprender las simbologías que muestran las cintas fílmicas, desde conocer a los personajes hasta dar una opinión coherente sobre el mensaje que transmite diversas tramas es elemental durante la etapa de aprendizaje, así adquieren conocimientos nuevos que les permiten interpretar diferentes mensajes para realizar una crítica constructiva sobre la película que observaron.

Es por esto que surge la idea de la realización de este tipo de actividades para fomentar la actividad de análisis en los jóvenes de primer a tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social.

4.3. Justificación

El plan comunicacional dirigido a los estudiantes de primero a tercer semestre, tiene como meta enfocarse en el desarrollo del pensamiento crítico de los jóvenes, esto como parte del aprendizaje acerca de la semiótica visual dentro de las diferentes producciones.

Es importante recordar durante toda la vida del ser humano la comunicación ha sido primordial en especial si de socializar se trata, puesto que mediante esto logra transmitir ideas y pensamientos.

No obstante, las producciones audiovisuales son un método de comunicar algo mediante las diversas proyecciones que realizan aquí se aprecia la parte creativa para transmitir mensajes sobre los distintos trabajos realizados.

El cine es un medio de comunicación visual y masivo, es por esto que es usado para transmitir las problemáticas sociales de los pueblos además de mostrar características culturales de los mismos.

Es de gran importancia no descontextualizar el uso de este tipo de transmisor de mensajes, por lo que es usado también como canal para el entretenimiento de los espectadores.

La interculturalidad que se aprecia en las películas suele ser un aporte educativo para dar a conocer el ámbito social de otras personas y su forma de vida, por lo que permite realizar un análisis generando una opinión coherente sobre algo distinto.

Los talleres que serán implementados en este proyecto son vitales para conocer si existió la recepción crítica por parte de los participantes, además de un intercambio de opiniones.

Los debates se llevarán a cabo al finalizar la visualización de un producto fílmico, esto con el fin de observar si mediante la recepción crítica y el poder analítico, los alumnos pueden realizar una opinión mediante el desarrollo del pensamiento crítico.

4.4. Objetivos de la Propuesta

4.3.1. Objetivo General

Crear un plan de comunicación para el desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes de primero a tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social.

4.3.2. Objetivos Específicos

- Fomentar el análisis crítico en jóvenes de primer a tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social.
- Aportar con datos informativos acerca del pensamiento crítico mediante el análisis de contenidos.

4.5. Datos Informativos

Tabla N°14. Datos.

| | |
|----------------------|---|
| Nombre: | El poder de la opinión |
| Lugar: | Facultad de Comunicación Social |
| Cursos: | 1er a 3er semestre |
| Distribución: | <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de una película con problemática social a la semana. • Talleres de comprensión lectora. • Debates para intercambio de ideas. • Participación con el expositor mediante preguntas. |

Fuente: Victoria Gutiérrez Monroy

Elaborado: Victoria Gutiérrez Monroy

4.6. Planeación de la Propuesta

Tabla N°15. Planeación de la propuesta

| “EL PODER DE LA OPINIÓN” | | | | |
|----------------------------|-----------------------------|---|------------|---|
| Dimensiones | Componentes | Responsables | Tiempo | Plan acciones |
| Producciones audiovisuales | Cine | Director de campo: Victoria Gutiérrez Investigador: Victoria Gutiérrez Director general: Victoria Gutiérrez | Abril 2019 | <ul style="list-style-type: none"> • Película No se aceptan devoluciones • Análisis del contenido • Taller • debate |
| | Semiótica Visual | | | |
| | Significación de contenidos | | | |
| Recepción Crítica | Captación de contenidos | Director de campo: Victoria Gutiérrez Investigador: Victoria Gutiérrez Director general: Victoria Gutiérrez | Abril 2019 | <ul style="list-style-type: none"> • Película No se aceptan devoluciones • Análisis del contenido • Taller • debate |
| | Análisis de contenidos | | | |
| | Problemáticas sociales | | | |
| Interculturalidad | Identidad Cultural | Director de campo: Victoria Gutiérrez Investigador: Victoria Gutiérrez Director general: Victoria Gutiérrez | Abril 2019 | <ul style="list-style-type: none"> • Película No se aceptan devoluciones • Análisis del contenido • Taller • Debate |
| | Imaginario Social | | | |

Fuente: Victoria Gutiérrez Monroy

Elaboración: Victoria Gutiérrez Monroy

4.7. Presupuesto de la Propuesta.

En este apartado se muestra el presupuesto que será utilizado en la propuesta establecida.

**Tabla n°16. Presupuesto de la propuesta
“EL PODER DE LA OPINIÓN”**

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| Fecha de Inicio | Abril 2019 |
| Fecha de finalización | Abril 2019 |
| Facultad responsable | Facultad de Comunicación Social |
| Investigador responsable | Victoria Gutiérrez Monroy |
| Presupuesto realizado para | Charla |

Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación.

| RUBROS | FASE I (Corresponde a periodo de tiempo semestral) | FASE II (Corresponde a periodo de tiempo semestral) | FASE III (Corresponde a periodo de tiempo semestral) | FUENTES | |
|--|---|--|---|---------------|---------------------------------|
| | | | | Universidad | Facultad de Comunicación Social |
| Personal Vinculado | \$500 | \$500 - | \$800 - | \$900 | \$900- |
| Contratación prestación de servicios | - | - | - | | - |
| Total gastos de personal | \$500 - | \$500 - | \$800 - | \$900 | \$450- |
| Viajes nacionales | - | - | - | | - |
| Viajes internacionales | - | - | - | | - |
| Total gastos de viajes | - | - | - | | - |
| SOFTWARE, EQUIPO TECNOLÓGICO, MAQUINARIA Y EQUIPO | | | | | |
| Corbateros (4) | \$140 | \$140 | \$140 | \$70 | \$35 |
| Laptop (1) | \$1734 | | | \$867 | \$433.5 |
| Luces | \$150 | | | \$75 | \$37.5 |
| Total Software | \$2.024 | | | \$1012 | \$506 - |
| OTROS GASTOS | | | | | |
| Trámites y Licencias | - | - | - | . | - |

| | | | | | |
|----------------------------------|------------------|----------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Libros y Suscripciones | - | - | - | - | - |
| Papelería y fotocopias | \$30 - | \$15 - | \$40 - | \$42.5 | \$21.25 - |
| Refrigerios | \$200 - | \$200 - | \$200 - | \$150 | \$50 - |
| Desplazamientos/salidas de campo | \$100- | \$100 - | \$100- | \$150- | \$5- |
| Vestuario | - | - | - | - | - |
| Total otros gastos | \$330 - | \$315 - | \$340 - | 342.5 | \$171.25 - |
| SUBTOTAL | \$3,354 - | \$815- | \$1140 - | \$2654 .5 | \$1327.25- |
| | | | | | |
| TOTAL GENERAL | \$5.309 | | | | |

Fuente: Victoria Gutiérrez Monroy

Elaboración: Victoria Gutiérrez Monroy

Revisado

Fecha

“EL PODER DE LA OPINIÓN”

| | |
|----------------------------|---------------------------------|
| Fecha de Inicio | Abril |
| Fecha de finalización | Abril |
| Facultad responsable | Facultad de Comunicación Social |
| Investigador responsable | Victoria Gutiérrez Monroy |
| Presupuesto realizado para | Charla |

Presupuesto Global de la Propuesta por Fuentes de Financiación.

GASTO DE PERSONAL

| Investigador | Función dentro del proyecto | Dedicación (horas semanales) | Número de meses | Valor hora | FASE I (Periodo de tiempo semestral) | FASE II (Periodo de tiempo semestral) | FASE III (Periodo de tiempo semestral) | VALOR TOTAL | |
|------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------|--------------|--------------------------------------|---------------------------------------|--|-----------------|---------------------------------|
| | | | | | | | | Universidad | Facultad de Comunicación Social |
| Victoria Gutiérrez Monroy | Directora General | 2 | 1 | \$25 | 1 | 1 | 1 | \$12.5 | \$6.25 |
| Victoria Gutiérrez Monroy | Director de campo | 2 | 1 | \$25 | 1 | 1 | 1 | \$12.5 | \$6.25 |
| | Expositor 1 | 2 | 1 | \$50 | 1 | 1 | 1 | | |
| TOTAL | | 6 | 1 | \$100 | 1 | 1 | 1 | \$62.5 - | \$31.25 - |
| Por prestación de servicios | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| TOTAL | | | | | - | - | - | - | - |

**OTROS GASTOS
DIVERSOS**

| Rubro | Descripción | FAS E I (Período de tiempo semestral) | FAS E II (Período de tiempo semestral) | FASE III (Período de tiempo semestral) | VALOR TOTAL | |
|----------------------------------|--|---------------------------------------|--|--|------------------|------------------------------------|
| | | | | | Univ ersidad | Fac ultad de Comunicaci ón Soci al |
| Papelería y fotocopias | Investigaciones, trípticos | \$30 | \$15 | \$40 | \$42.5 | \$21.25 |
| Refrigerios | Diferentes refrigerios por día de charla | \$100 | \$100 | \$100 | \$150 | \$75 |
| | | | | | | |
| Desplazamientos/salidas de campo | Movilización del expositor y los equipos | | \$560 | | \$280 | \$140 |
| TOTAL | | \$130 - | \$905 - | \$160 - | \$597.5 - | \$298.75 - |

4.8. Modelo de Socialización de la Propuesta.

En este apartado se detalla el plan de desarrollo para poner en práctica la propuesta establecida.

Horario: 10:00 – 12:00

Tabla n°18. Modelo de socialización. **Responsable:** Victoria Gutiérrez Monroy

| Fecha | Contenido | Desarrollo | Descriptor | Objetivo de aprendizaje | Plan acciones |
|------------|--|--|---|---|--|
| 12-04-2019 | Introducción acerca del cine y la semiótica visual | El cine y sus elementos | Explicación sobre la aplicación de la semiótica visual en las películas | ✓ Conocer la simbología visual usada dentro de la película. | <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de la película • Discusión • Taller • Debate |
| 19-04-2019 | Análisis de la película No se aceptan devoluciones y la problemática social que exista | Captación de contenido y entendimiento de la trama | Analizar los elementos que conforman la película y los problemas sociales que se observen | ✓ Analizar el problema social. | <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de la película • Discusión • Taller • Debate |
| 26-04-2019 | Interculturalidad dentro del cine | Elementos culturales encontrados en la película | Entender si existe un intercambio cultural entre los personajes | ✓ Crear una opinión después de la recepción crítica. | <ul style="list-style-type: none"> • Proyección de la película • Discusión • Taller • Debate |

Fuente: Victoria Gutiérrez Monroy

Elaboración: Victoria Gutiérrez Monroy

En esta tabla se visualiza la división por día de la realización de este proyecto con el fin de aportar con el desarrollo del pensamiento crítico en los estudiantes del primer al tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social.

El primer día se dará una explicación acerca de los inicios del cine y su evolución, con esto se busca ilustrar a los espectadores para que después logren detectar los avances de este arte.

Dentro de esto, se colocará una película para posteriormente realizar un taller de comprensión lectora y un debate donde se pondrá en práctica la recepción crítica mediante un análisis crítico hecho por los estudiantes y que será ejecutado en la discusión.

En la segunda sesión se hará énfasis en las problemáticas sociales en especial en las que son presentadas mediante producciones audiovisuales, esto tiene como objetivo detectar los diferentes conflictos sociales que están dentro de su comunidad.

En el tercer día se llevará a cabo la explicación acerca de la interculturalidad como enfoque de las diversas películas, así existirá un análisis si la proyección desarrolla o presenta de manera correcta a las diferentes culturas representadas en sus trabajos visuales.

4.9. Cronograma de Actividades.

En este apartado queda estipulado como se realizará las diversas actividades de esta propuesta, detalladas por color de acuerdo el tiempo de duración, es importante mencionar que las películas que serán proyectadas serán de índole social.

Al realizar cada taller, previamente se procederá a explicar la metodología y el objetivo de este proyecto como parte del aporte educativo a los estudiantes del primer a tercer semestre de la Facultad de Comunicación Social.

Tabla N°19. Cronograma.

| Fecha | Taller #1 | Taller #2 | Taller #3 |
|---------------|------------------------|---------------------|-----------|
| 12/Abril/2019 | Proyección de película | Comprensión Lectora | Debate |
| 19/Abril/2019 | Proyección de película | Comprensión Lectora | Debate |
| 26/Abril/2019 | Proyección de película | Comprensión Lectora | Debate |

30 minutos

1-2 horas

30 minutos

Fuente: Victoria Gutierrez Monroy

Elaboración: Victoria Gutierrez Monroy

Conclusiones

En lo que respecta a la semiótica visual y el pensamiento crítico la teoría crítica guio este trabajo debido a que, se basa en el análisis de los diferentes contextos para generar críticas mediante la observación de producciones visuales como lo es el cine.

Los métodos y técnicas usados para la obtención de resultados fue la encuesta, la misma tuvo como enfoque conocer los diferentes criterios del publico muestral acerca de la película.

Se vincula la teoría escogida con un diseño no experimental de tipo transeccional, con una muestra no probabilística por cuota, como parte de la investigación acerca de este tema. Los datos dieron como resultado que el pensamiento crítico de quienes observan la película No se aceptan devoluciones se ve influenciado por la semiótica visual que proyectan.

La recepción crítica es un elemento para crear un análisis enfocado en el cine y su contenido, generando un entendimiento general de la trama presentada mediante diferentes imágenes en movimiento.

El pensamiento crítico se genera mediante la reflexión y análisis de un acontecimiento, en este caso por la visualización de escenas que contienen diferentes aspectos culturales además de problemáticas sociales, que en ocasiones permite que el espectador se sienta identificado.

La propuesta establecida es brindar charlas donde se traten problemas que tenga una comunidad y que son graficadas mediante una producción fílmica, para mediante esto hacer analizar y entender a los espectadores dando un comentario claro y con argumento.

Por lo anteriormente expuesto la hipótesis queda comprobada.

Recomendaciones

- Se recomienda el análisis de artículos científicos de la universidad Complutense de Madrid, revistas sobre temáticas sociales además de tesis pertenecientes a la Universidad de Guayaquil.
- Se recomienda conocer y analizar los artículos de la Constitución de la República del Ecuador, el Código de la niñez y adolescencia y el Código Integral Penal.
- El método adecuado para realizar este estudio es mediante la teoría crítica, mediante esto se puede establecer un análisis crítico sobre aspectos generales de la sociedad.
- Se recomienda un trabajo de campo realizado en menos de un mes.
- Realizar la propuesta establecida como parte del aprendizaje de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social.

Referencias Bibliográficas

1. Aguaded, José; Jacqueline, Sánchez (2013). *El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual*. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación. nº5. Pp. 175-196
2. Anchundia, Jhon; Nixon, Avilés (2018). *Estrategias Metodológicas En El Desarrollo Del Pensamiento Crítico. Guía Educativa Con Técnicas De Estudio*. Universidad De Guayaquil. Facultad De Filosofía, Letras Y Ciencias De La Educación.
3. Barnes, Carolina; Aída, Quintar (2016). *Democratización de la producción audiovisual. Las nuevas tecnologías como soporte para el desarrollo de experiencias alternativas*. Memoria Académica. Universidad de la Plata.
4. Berdullas, Silvia (2015). *Relación Entre Las Habilidades De Solución De Problemas Sociales Y Los Rasgos Emocionales Negativos De La Personalidad. La "Tríada Emocional Negativa" (Depresión, Ansiedad E Ira)*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense De Madrid. Facultad De Psicología.
5. Calvano, José (2005). *Semiótica, cognición y comunicación visual: los signos básicos que construyen lo visible*. Revista semiótica Tópicos del seminario. Vol. 1, Núm. 13
6. Código de la niñez y adolescencia (2013). Pp. 1-45
7. Código Orgánico Integral Penal (2014). Pp. 1-142
8. Constitución de la República del Ecuador (2008). Pp. 21-219
9. Cortés, Claudio (2012). *Semiotica y Estetica del Diseño*. Revista chilena de diseño. Vol 2, pp 61-72
10. Cuarterolo, Andrea (2017). *El archivo en la época de su reproductibilidad técnica, Recursos digitales para el estudio del cine silente latinoamericano*. Revista de estudios sobre precine y cine silente en Latinoamérica, Año 3, n. 3, 416-447.

11. Dietz, Gunther (2017). *Interculturalidad: una aproximación antropológica*. *Revista perfiles educativos*. Vol. 24. N° 156. Pp. 192-207
12. Escobar, Connie; Et Al (2017). *El Cine Y Su Inserción En El Contexto Escolar. Retos Del Siglo XXI*. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. Vol. 5. No. 2
13. Fernández, Ana; Et Al (2015). *Análisis Metateórico Sobre El Ocio De La Juventud Con Problemas Sociales*. *revista interuniversitaria*. Vol. 25. Pp.119-141
14. Fernández, María; Et Al (2017). *Análisis factorial confirmatorio de las subescalas del PKBS-2 para la evaluación de las habilidades sociales y los problemas de conducta en educación infantil*. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. Vol. 8. nº 22. Pp. 1230-1252
15. Fuentes Raúl; Carlos, Vidales (2011). *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación*. Primera edición, Colección. Altos Estudios N°. 32, Monterrey, Nuevo León, México
16. González, Susana (2018). *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*. *Revista Mexicana de Opinión Pública*. año 13. núm. 25. pp. 185-193
17. Hidalgo, Verónica (2017). *Cultura, Multiculturalidad, Interculturalidad y Transculturalidad: Evolución de un Término*. Url <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1151/1/Cultura%2c%20multiculturalidad%2c%20interculturalidad%20y%20transculturalidad%20%20evolución%20de%20un%20término.pdf>. Consultado en línea 19/01/2019. Pp. 1-12
18. Igartua, Juan; Francisco, Frutos (2016). *Procesos De Recepción Y Efectos Socio Cognitivos De Películas Sobre Inmigración. El Papel Moderador Del Prejuicio Hacia Inmigrantes*. *Revista Migraciones*. N°40. Pp. 33-61
19. Iglesias, Ricardo (2016). *Espacio inducido y territorialización del discurso: Determinando el impacto socioterritorial del imaginario social sobre la inmigración en el área metropolitana de Sevilla*. *Revista Documents d' Análisis Geográfica*. Vol. 62. No 2. Pp. 299-325

20. Jalca, Melina (2018). *Estudio Semiótico Visual De La Serie Backyardigans Y Su Influencia En La Construcción De Identidad En Niños Y Niñas De 6 A 8 Años En El 2017*. Universidad De Guayaquil. Facultad De Comunicación Social.
21. Ley Orgánica de Comunicación (2013). Pp.2-24
22. Loaiza, Violeta; Emiliano Gil (2015). *Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo*. Revista ComHumanitas, pp. 52-66
23. Manghi, Dominique; Valentina Haas (2015). *Uso de imágenes en clases de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales: enseñando a través del potencial semiótico visual*. Revista Udistral. Vol 20. No 2. pp. 248-260.
24. Martínez, Enrique (2016). *Explorar los comienzos del cine y su historia*. Revista digital de comunicación. Vol 1, pp 93-98
25. Martínez, Francisco (2018). *Impresiones sobre Carne y Arena: práctica cinematográfica y realidad virtual*. Revista Miguel Hernández Communication Journal. n°9. pp. 161 a 190
26. Molina, Candelaria; Et Al (2016). *Competencia transversal pensamiento crítico: Su caracterización en estudiantes de una secundaria de México*. Revista Electrónica Educare. Vol. 20. N°1. Pp. 1-26
27. Moreno, Wilfredo; Míriam, Velásquez (2017). *Estrategia Didáctica para Desarrollar el Pensamiento Crítico*. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación. vol. 15.núm. 2. pp. 53-73
28. Olivares, Silvia; Yolanda, Heredia (2012). *Desarrollo Del Pensamiento Crítico En Ambientes De Aprendizaje Basado En Problemas En Estudiantes De Educación Superior*. Revista Mexicana de Investigación Educativa. Vol. 17. N°54. Pp. 759-778
29. Paul, Richard; Linda, Elder (2003). *La mini-guía para el Pensamiento crítico Conceptos y herramientas*. Fundación para el pensamiento crítico. Pp 2-26
30. Rodríguez, Francisca (2017). *La Comunicación como Eje de Transmisión de Valores Interculturales*. Revista Científica de estudios sobre interculturalidad. Vol. 3, Núm. 1. Pp.25-52

31. Román, José (2017). *La crítica de cine: un ejercicio impune*. Url <http://revistaaisthesis.uc.cl/index.php/rait/article/viewFile/776/729>. Consultado en línea 19/01/2019
32. Russo, Eduardo (2015). *El cine contemporáneo en América Latina. Transformaciones, convergencias y expansiones*. Revista Ulima. N°13. Pp. 32-35
33. Salinas, Claudio; Et Al (2014). *Apuntes para la discusión de la relación cine-historia en la cinematografía chilena de ficción*. Revista Austral de Ciencias Sociales. Vol. 25. Pp. 115-127
34. Soubal, Santos (2018). *La gestión del aprendizaje*. Revista Latinoamericana Polis. N°21. Pp. 1-24
35. Stefoni, Carolina; Et Al (2016). *Educación e interculturalidad en Chile: un marco para el análisis*. Revista Estudios Internacionales. Url <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rei/v48n185/art08.pdf>. Consultado en línea 19/01/2019. Pp. 153-182
36. Suquillo, Germán; Diana, Valladares (2017). *La comunicación audiovisual y su influencia en la identidad de culturas ancestrales dirigido a los estudiantes del sexto y séptimo año de educación general básica en la jornada matutina y vespertina de la escuela fiscal "Humberto García Ortiz" de la ciudad de Guayaquil en el período 2016 – 2017*. Proyecto educativo previo a la obtención del título de "ingeniero en diseño gráfico". Universidad De Guayaquil. Facultad De Comunicación Social. Carrera De Diseño Gráfico.
37. Tornero, Angélica (2018). *Enfoques de la recepción en estudios de cine y literatura*. Revista Inventio. Vol. 6, Núm. 12. Pp. 79-85
38. Torres, Nidia; Jordi Solbes (2016). *Contribuciones de una intervención didáctica usando cuestiones socio científicas para desarrollar el pensamiento crítico*. Revista enseñanzas de las ciencias. Vol 34, pp 43-65
39. Triviño, Jonathan (2017). *Construcción de pensamiento crítico a través de la recepción de South Park en estudiantes del primer semestre de la*

- Facultad de Comunicación Social, en 2016. Universidad de Guayaquil.
Facultad de Comunicación Social.
40. Úbeda, Sergio (2016). *Límites y posibilidades de la práctica del cine etnográfico desde la antropología visual*. Revista de Humanidades. Vol. 28. Pp. 197-216
41. Valdiviezo, Paulo (2018). *Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo técnico en audio y vídeo para tv oro Machala*. Universidad Técnica de Machala. Unidad Académica De Ciencias Sociales. Carrera De Comunicación Social.
42. Vilches, Lorenzo (2017). *Diccionario de semiótica y narrativas de cine y televisión*. Revista de Cultura Audiovisual. Vol. 44, n° 48, p. 15-31
43. Vitaluña, Stalin (2018). *Análisis de la representación de la pobreza en el cine ecuatoriano, a través de tres casos de estudio: ratas, ratones y rateros, a tus espaldas y no robarás*. Proyecto de investigación previo a la obtención del título de comunicador social con énfasis en educomunicación, arte y cultura. Universidad Central Del Ecuador. Facultad De Comunicación Social.

Anexos

Anexo 1. Aval Académico.

Universidad de Guayaquil



Facultad de Comunicación Social
Dirección Carrera de Com. Social

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
fcs_comunicacion@ug.edu.ec

Guayaquil, 4 de enero del 2019

Ps. Cl.
Saadda Fatuly Adum, Mgs.
Decana
Facultad de Comunicación Social
Presente.-

Autorizado

De mis consideraciones:

Con un cordial saludo, informo a usted que la alumna: Gutiérrez Monroy Nancy Victoria con C.C. 0929266732, estudiante del noveno semestre de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, se encuentra realizando una investigación de campo cuyo tema es "ANÁLISIS SEMIÓTICO VISUAL DE LA PELÍCULA "NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES" Y SU INFLUENCIA EN EL PENSAMIENTO CRÍTICO DE LOS ESTUDIANTES DE PRIMER A TERCER SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACULTAD DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2018", a cargo de la Lcda. Yamil De Haz Cruz.

Por lo expuesto, solicito de manera comedida su autorización para que la estudiante obtenga la siguiente información:

- Acceso a desarrollar el trabajo de campo y las técnicas de investigación (Encuestas).

La investigación se realiza con el propósito de culminar el trabajo de titulación del estudiante en mención.

Agradeciendo de antemano, la atención que dé a la presente, aprovecho para expresar mis sentimientos de consideración y estima.

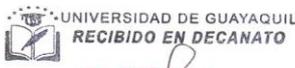
Agradecido por su valioso apoyo, me suscribo.

Atentamente,

Por Saadda Fatuly Adum

Lcdo. Julio César Armanza A. M Sc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COM. SOCIAL





04 ENE 2019

Patricette Martínez Salas

Srta. Patricette Martínez Salas
ASISTENTE DE DECANATO

Descripción: Autorización de la dirección de carrera y decanato para la realización de encuestas.

Anexo 2. Datos de estudiantes del primer al tercer semestre.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
NUEVA CARRERA Y SEMESTRAL
PERIODO LECTIVO 2018-2019 CII

| COMUNICACION SOCIAL | MASCULINO | FEMENINO | TOTAL X PARALELO |
|------------------------|-----------|----------|------------------|
| PRIMER SEMESTRE | | 2 | 2 |
| SEGUNDO SEMESTRE | 3 | 4 | 7 |
| 3ER. SEMESTRE MA-3-1 | 15 | 26 | 41 |
| 3ER. SEMESTRE MA-3-2 | 10 | 26 | 36 |
| 3ER. SEMESTRE MA-3-4 | 9 | 23 | 32 |
| 3ER. SEMESTRE MA-3-3 | 7 | 18 | 25 |
| 3ER. SEMESTRE NO-3-4 | 10 | 17 | 27 |
| 3ER. SEMESTRE NO-3-5 | 9 | 16 | 25 |
| CUARTO SEMESTRE MA-4-1 | 10 | 25 | 35 |
| CUARTO SEMESTRE MA-4-2 | 16 | 19 | 35 |
| CUARTO SEMESTRE VE-4-5 | 8 | 11 | 19 |
| CUARTO SEMESTRE NO-4-3 | 13 | 10 | 23 |
| CUARTO SEMESTRE NO-4-4 | 11 | 7 | 18 |
| | | | 325 |

| COMUNICACIÓN - NUEVA | MASCULINO | FEMENINO | TOTAL X PARALELO |
|----------------------|-----------|----------|------------------|
| 1ER.SEMESTRE MA-1-1 | 19 | 17 | 36 |
| 1ER.SEMESTRE MA-1-2 | 10 | 23 | 33 |
| 1ER.SEMESTRE MA-1-5 | 7 | 29 | 36 |
| 1ER.SEMESTRE MA-1-6 | 13 | 23 | 36 |
| 1ER.SEMESTRE VE-1-7 | 8 | 21 | 29 |
| 1ER.SEMESTRE VE-1-8 | 12 | 18 | 30 |
| 1ER.SEMESTRE NO-1-3 | 15 | 12 | 27 |
| 1ER.SEMESTRE NO-1-4 | 11 | 21 | 32 |
| 2DO.SEMESTRE MA-2-1 | 13 | 11 | 24 |
| 2DO.SEMESTRE MA-2-2 | 11 | 14 | 25 |
| 2DO.SEMESTRE MA-2-3 | 7 | 20 | 27 |
| 2DO.SEMESTRE NO-2-8 | 11 | 16 | 27 |
| | | | 362 |

Descripción: Información de datos estudiantil, obtenida mediante el departamento de secretaria de la facultad.

Anexo 3. Trabajo de campo.



Descripción: Público muestral, aula de la Facultad de Comunicación Social.



Descripción: Encuestas realizadas a los estudiantes de Comunicación Social.



Descripción: Explicación de las preguntas de encuestas realizadas a estudiantes, aulas matutinas.



Descripción: Departamento audiovisual, realizando encuesta a los estudiantes.



Descripción: Estudiantes de tercer semestre colaborando con la realización de encuestas.



Descripción: Aula audiovisual, explicación del tema acerca de las preguntas de encuestas realizadas a los estudiantes de Facso.