



UNIVERSIDAD DE MONTEMORELOS

ESCUELA DE ARTES Y COMUNICACIÓN

RELACIÓN DE CUATRO DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS (TELÉFONO INTELIGENTE, TABLET, COMPUTADORA Y PROYECTOR) CON LA COMPRENSIÓN DEL MENSAJE DE UN PRODUCTO AUDIOVISUAL PARA ESTUDIANTES DE ÚLTIMO SEMESTRE DE LA ESCUELA PREPARATORIA IGNACIO CARRILLO FRANCO EN EL 1ER SEMESTRE DE 2015.

AUTOR:

IRENE JIMÉNEZ PÉREZ

ASESOR:

JORE ANDRÉ DÍAZ RINCÓN

Aprobación y defensa:

Mayo 2015

Síntesis: Este reporte de investigación hace parte del proyecto *“Plataforma de emprendimiento evangelístico a través del cine. El séptimo Arte como medio de comunicación eficaz para el evangelismo de retención en la Iglesia Adventista del Séptimo Día”*, dirigido por Jorge André Díaz Rincón. Dicha investigación mayor tiene como objetivo proveer las condiciones y parámetros adecuados para el uso del cine como herramienta eficaz para el evangelismo de retención, en la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Dado a la presencia de la tecnología en el día a día, el hombre va del mundo contemporáneo a la era de la digitalización; en este cambio es inviable considerar el formato clásico audiovisual (cine y televisión) sin considerar la existencia de dispositivos que son hoy capaces de soportar los mismos contenidos. Para ahondar en este cuestionamiento se presentó un material seleccionando a diferentes grupos de alumnos utilizando en cada uno de ellos un dispositivo distinto: teléfono inteligente, tablet, computadora y proyector

La idea es que este estudio, a fin de cuentas, de luces sobre cómo el dispositivo se relaciona en la comprensión del mensaje; aporte ideas y mecanismos de producción de audiovisuales que interesen a los jóvenes utilizando de manera consiente los medios electrónicos más comunes de la actualidad.

Palabras claves: Comprensión, evangelismo de retención, comunicación, adolescentes, IASD, Iglesia Adventista, dispositivos electrónicos, productos audiovisuales.

2. Dedicatoria

A todo aquel que espera la segunda venida de nuestro Señor.

A quien usará esta investigación como una base más para la evangelización.

A mis amados padres y a mis hermanos.

A mis queridos profesores, en especial a mi apreciado tutor Jorge André Díaz Rincón y a su esposa Lizbeth Elejalde García.

A todos ellos, muchas gracias.

3. Índice

2. Dedicatoria.....	3
3. Índice.....	4
4. Generalidades.....	6
4.1 Antecedentes.....	6
4.2 Problema.....	7
4.2.1 Declaración del problema.....	7
4.2.2 Definición del problema.....	7
4.2.3 Justificación del problema.....	8
4.3 Objetivos.....	8
4.4 Limitaciones y delimitaciones.....	8
4.5 Definición de términos.....	9
5. Aporte al proyecto.....	9
5.1 Estado del Arte.....	9
5.1.2 Comunicación, mensaje y lenguaje audiovisual.....	10
5.1.3 Lenguaje y producto audiovisual.....	11
5.1.4 Significado y significante.....	13
5.1.5 Códigos y convencionalismos.....	14
5.1.6 Tecnología, dispositivos electrónicos y comunicación.....	15
5.1.7 Iglesia, cultura y tecnología.....	17
5.1.8 Mediaciones Tecnológicas.....	18
5.2 Metodología.....	18
5.2.1 Tipo de estudio.....	18
5.2.2 Población y muestra.....	19

Tabla 2	19
5.2.3 Diseño	19
5.2.4 Instrumentos.....	20
5.3 Análisis e interpretación de resultados.	24
5.10 Resultado de la entrevista aplicadas a los estudiantes.....	24
Gráfica 1	24
Gráfica 1.1	25
Gráfica 1.2	26
Gráfica 1.3	26
Gráfica 1.5	28
Gráfica 1.6	29
5.5 Resultado del experimento aplicado a los estudiantes.....	30
Gráfica 1.7	30
Gráfica 1.8	31
Gráfica 1.9	31
Gráfica 1.10	32
Gráfica 1.11	32
Gráfica 1.12	33
Gráfica 1.13	33
Gráfica 1.14	34
Gráfica 1.15	35
Gráfica 1.16	35
Gráfica 1.17	36
6. Conclusiones	37
7. Recomendaciones	39
8. Referencias.....	40

4. Generalidades

4.1 Antecedentes

Actualmente el lenguaje audiovisual se caracteriza por ser un sistema de comunicación multisensorial (visual, auditivo y en algunos casos hasta táctil) donde la imagen prevalece sobre la palabra. Exige al receptor un procesamiento global de la información ya que el sentido sólo se reconoce desde el conjunto, y desde allí se promueve la sensibilidad y el estímulo afectivo al concepto abstracto; “opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea” (Serguéi Eisenstein). Esto se relaciona indudablemente con el medio que muestra el mensaje y de allí el interés para encontrar esta relación. Teniendo en cuenta esta idea es posible establecer parámetros que ayuden a la creación de materiales audiovisuales que aporten al mensaje Adventista utilizando estos dispositivos electrónicos y las producciones audiovisuales como el video y el cine.

P. Sánchez menciona que “hay una cierta semejanza entre el lenguaje fílmico y la experiencia religiosa”. Dice que se necesita “desarrollar una antropología del cine y de la imagen para reconocer los vínculos con lo religioso. En la medida en que el cine da acceso a la sensibilidad y a la emoción del espectador, permite entrar en las dimensiones simbólicas y poéticas que dan acceso al homo religiosus. Así pues el cine facilita la disposición de apertura (pedagogía del umbral), aunque no necesariamente la evangelización”.

Un producto audiovisual es considerado como la producción de contenidos para medios de comunicación; estos medios ejercen la mayor influencia sobre quienes lo consumen, individual y colectivamente (L. Strate). Los productos audiovisuales son el resultado de diferentes necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. De acuerdo con este sustento se necesita crear una correlación entre lo audiovisual, la comprensión de estos productos y el medio por el cual se transmite.

4.2 Problema

4.2.1 Declaración del problema

Considerando lo mencionado, surge la inquietud de analizar de qué manera influyen los dispositivos electrónicos en la retención del mensaje, a través de la exposición de una producción audiovisual a los alumnos de último año de la preparatoria Ignacio Carrillo Franco.

Este problema se observa teniendo como principales e iniciales cuestionamientos: ¿qué dispositivo electrónico capta más la atención de los alumnos? ¿qué reacción o qué impacto existe al ver un cortometraje en diferentes dispositivos? Y ¿Cuál dispositivo electrónico es el más indispensable para la comprensión del mensaje de un producto audiovisual?

4.2.2 Definición del problema

El problema de la transmisión de la fe no es únicamente un problema de secularización; es también, en buena medida, un problema de transmisión cultural. La teología necesita una cultura mediadora que haga de tierra fértil para el Evangelio. Hasta ahora la Iglesia era una potente creadora de cultura y no necesitaba tan urgentemente este diálogo; los amarres estaban en la familia, en la parroquia y en el colegio. Por eso hoy la Iglesia necesita detectar los puertos y largar las amarras para el anuncio de la fe (P. Sánchez).

Los productos audiovisuales que la Iglesia Adventista produce han atraído a nuevos miembros pero a pesar de esto hay muchas personas entre ellos varios jóvenes que no logran entender el mensaje que se transmite por dichos productos.

4.2.3 Justificación del problema

Es importante establecer la relación del dispositivo con el mensaje de comunicación, en miras del uso adecuado de la tecnología para llegar con el evangelio a todas las personas. La juventud actualmente es uno de los sectores de la población que más utiliza estos dispositivos y es importante observar y analizar qué componentes son los que se tienen que tener en cuenta para llegar con un mensaje que comprendan y un mensaje por el medio adecuado. Esto claramente ayudará a que la iglesia enfoque sus métodos de la mejor manera, teniendo en cuenta los resultados que se arrojen de esta experimentación.

4.3 Objetivos

Los objetivos de la presente investigación se establecen en los siguientes puntos.

General:

- Comprobar la relación que existe entre dispositivo y nivel de comprensión del mensaje.

Específicos:

- Desarrollar un instrumento que permita conocer el nivel de comprensión de un material audiovisual específico.
- Recolectar los datos necesarios para analizar la correlación del dispositivo con el nivel de comprensión.
- Sacar conclusiones y recomendaciones propias del caso de la Preparatoria Ignacio Carrillo Franco con respecto al tema del estudio.

4.4 Limitaciones y delimitaciones

La limitación de la investigación fue la falta de cooperación de la institución para proceder con el instrumento en los alumnos de la preparatoria Ignacio Carrillo Franco.

En las delimitaciones se encuentra que esta investigación se enmarca en el territorio mexicano; se incluye el análisis de producto audiovisual determinado.

4.5 Definición de términos

- **Evangelismo:** El proceso de ganar personas para Jesucristo.
- **Retención:** Es la capacidad que tiene el espectador de entender y retener información.
- **Producto audiovisual:** Un producto audiovisual es considerado como la producción de contenidos para medios de comunicación. Estos medios ejercen la mayor influencia individual y colectivamente.
- **Dispositivo electrónico:** Los dispositivos, son aparatos electrónicos que en la actualidad utiliza la mayoría de la gente para facilitar la comunicación y obtener información eficazmente.

5. Aporte al proyecto

5.1 Estado del Arte

En este capítulo se hablará de conceptos básicos teóricos referentes a partir de la necesidad de establecer la relación entre el medio de comunicación entendido como dispositivos electrónicos (teléfono inteligente, tablet, computadora y proyector) y el mensaje de un producto audiovisual.

5.1.2 Comunicación, mensaje y lenguaje audiovisual

La comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Entendiéndose como la función indispensable de las personas y las organizaciones, mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros. (Miller, 1968)

Las comunicaciones, son herramientas que nosotros como seres humanos usamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar el significado de las **cosas**. Ser humano implica estar en comunicación dentro de alguna cultura humana. La comunicación, entonces, constituye la esencia de la cultura, de la empresa, de la vida misma. (Arrugo, diciembre 2001).

La comunicación eficaz requiere respuestas que demuestren interés, comprensión y preocupación y además depende de las siguientes formas del mensaje tal como lo señala Hersey (1998):

- Palabras. Términos que elegimos para expresar las ideas que tratamos de comunicar. Las palabras pueden insultar, dañar o exaltar. Las palabras ayudan para que las personas se sientan parte de la organización o que se sientan separadas.
- Rasgos secundarios del significante. Es la parte audible del signo lingüístico y consta de ciertos rasgos como: Velocidad, dicción, altura, ritmo y volumen.
- Comportamiento no verbal. es todo aquello que ve el escucha en el hablante, gestos, expresiones faciales, postura, etc.

David K. Berlo (1984) afirma que, al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio ambiente y en nosotros mismos, sin embargo, la comunicación puede ser variablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensaje. Los avances tecnológicos han impuesto el medio audiovisual como referencia para la transmisión de diferentes mensajes: “Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para comportamientos individuales, familiares y sociales” (Redemptois misio, 35).

Así pues nos encontramos con una cultura que nos exige aprender a vivir y a sobrevivir con lo audiovisual en la medida que la imagen y las relaciones simbólicas son las que configuran la realidad. En esta situación como señala Karl Lehmann (1996) “se está amenazando una genuina cultura de la lectura”. Las ventajas de universalización y popularización de los medios audiovisuales van acompañadas de los riesgos de trivialización, homogenización y reducción al consumo.

5.1.3 Lenguaje y producto audiovisual

Joan Ferrés i Prats, menciona que “no se trata de usar medios audiovisuales, sino de expresarse audiovisualmente, de dar prioridad al hemisferio que ha adquirido más relevancia en la era de la imagen. Los medios tienden a potenciar y vehicular una forma de expresión específica. Pero el lenguaje no puede reducirse a los medios.”

“Refiriéndose a la identidad del lenguaje audiovisual, el realizador ruso Sergei M. Eisenstein decía que el cine opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea. Inspirándose en esa idea, el realizador de la televisión francesa Claude Santelli decía que “el lenguaje audiovisual es aquel que comunica las ideas a través de las emociones.”

Expresarse audiovisualmente significaría, pues, “comunicar las intenciones en el acto mismo de suscitar emociones. Es una forma de expresión que moviliza la sensibilidad, la intuición, las emociones. Es así como funciona la expresión audiovisual.” (Babin, P. y McLuhan M. 1980:128)

Características del lenguaje Audiovisual

Tabla 1

Mezcla	En la mesa de mezclas se conjugan y establece el orden del sonido-palabra-imagen, con la intención de crear en el receptor una experiencia unificada.
Lenguaje Popular	Simple y llano, ni discurso, ni conferencia, ni lenguaje literario e intelectualizado.
Dramatización	Crear la acción, es suscitar relieve y establecer tensión.
Relación óptima entre fondo y figura	Establecer las relaciones entre todos los elementos: correspondencias y distancias que crean el relieve.
Presencia	Se ve y se escucha con todo el cuerpo.
Composición por segmentos	Presentar los aspectos que destacan, aparentemente sin orden, sobre un fondo común.
Entendimiento de Mosaico	No lineal, deductivo o casual. Los

	<p>elementos de un mosaico parecen inconexos si se aíslan unos fragmentos; sólo tiene sentido si se contempla el conjunto, la coherencia interna global.</p>
--	--

Un producto audiovisual es considerado como la producción de contenidos para medios de comunicación, estos medios ejercen la mayor influencia sobre nosotros, individual y colectivamente (L. Strate). Los productos audiovisuales son el resultado de diferentes necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. De acuerdo con este sustento se necesita crear una correlación entre lo audiovisual, la comprensión de estos productos y el medio por el cual se transmite.

5.1.4 Significado y significante

Dentro del campo de la semiótica, Saussure aportó la definición de lo que es un signo y lo explicó como la unión de una forma que significa, el significado, y de una idea, significante. El significado es la parte sensible, material, acústica o señal visual que se une a un concepto mental que es el significante. La parte perceptible del signo es el significado, la representación mental que se evoca es el significante, la relación entre los dos es la significación. Cabe aclarar que el significante, no es una cosa, imagen o sonido, sino la representación que se tiene en la mente. (Stam, R. Burgoyne, R. Flitterman, S. 1992:8)

Las imágenes al igual que las palabras tienen un sentido connotativo y otro denotativo. El connotativo es interpretativo, depende de la experiencia cultural y refleja la dimensión social del mensaje, mientras que el denotativo se refiere al concepto. De esta manera el significado puede asociarse al sentido denotativo de las palabras y el significante al connotativo (Turner, Graeme 1999:54). Las imágenes de una película tienen una carga

cultural puesta por el ángulo de la cámara, el encuadre, la iluminación, el color, que pueden tener un significado social. Por eso, cuando se analizan imágenes no solo se trata con el objeto que representan, sino más bien, con la manera en que representan (1999:55). El significado social es el producto de las relaciones construidas entre los signos. El signo es la unidad mínima en comunicación y puede ser una fotografía, una señal, una palabra, un sonido, objeto, olor o cualquier cosa que una cultura encuentre con significación (1999:55)

5.1.5 Códigos y convencionalismos

Al ver una película, la audiencia la entiende de acuerdo a su propia experiencia social; los gestos, acentos estilos de vida o formas de vestir que no son conocidos, se comprenden con la construcción de una analogía entre la sociedad representada en la película y la suya, porque representan códigos organizados y aceptados dentro de una cultura (Turner, Graeme. 1999:90 y 91).

Sin embargo, Stuart Hall, en una investigación que realizó sobre la televisión y la prensa, argumentó que los textos estaban organizados de la manera en que preferirían ser leídos. Esta lectura preferente puesta por los medios era la que estaba más de acuerdo con los significados producidos por los sistemas de la ideología dominante. Esto no excluye por su puesto, que haya diferentes tipos de lectura, porque aunque la audiencia adopte la lectura preferente que lleva el texto implícito, puede también rechazar esta lectura y usar una alternativa, o bien, puede haber una negación, a lo que se llama lectura negociada, que acepta sólo una parte, o tener una lectura opuesta y rechazar todo por completo. Pero cualquiera que sea la lectura que se adopte, siempre va a ir de acuerdo con la relación que se tenga establecida con el sistema de la ideología dominante (Turner, Graem. 1999:145 y 146). Comúnmente se establece que los mensajes transmitidos en los medios de comunicación pueden tener distintos significados, y también las personas pueden leerlos de distintas maneras, comprenderlos y adoptarlos a su conveniencia.

Los convencionalismos son como códigos, es decir, sistemas en los que todos están en un común acuerdo para usar y aceptar. En el cine se ha aprendido a usar un amplio rango de convencionalismos porque no se trata de imitar por completo la vida, sino sólo de representar lo que se cree conveniente, por ejemplo, seguramente nadie quiere ver veinte minutos de la escena del héroe cuando busca un lugar para estacionar su auto, sino que la audiencia acepta de muy buena manera ver que el héroe llegó y de repente ya está dentro del edificio listo para la acción (Turner, Graeme. 1999:91).

La razón por la que el cine tiene credibilidad es porque da una verdadera apariencia de reproducir la realidad objetiva. No hay diferencia entre lo que la imagen muestra y lo que en “realidad es (Schirato, T. y Yell, S. 2000:166). La finalidad de los estudios culturales que ven al cine como una forma de representación, es encontrar cuál es la relación que existe entre las representaciones de un producto audiovisual y la ideología dominante.

5.1.6 Tecnología, dispositivos electrónicos y comunicación

Actualmente, nuestro entorno social está cada vez más definido por los espacios virtuales y tecnológicos. Nuevas tecnologías que utilizan en el ocio, en el estudio, el trabajo y como medios de comunicación. Una dimensión innovadora que convierte en accesible lo que no era, concediendo un nuevo significado a los conceptos espacio y tiempo. Esta es la cara positiva de la medición tecnológica. La otra perspectiva, la que alude a las dificultades, refiere a que cada tecnología es distinta a las demás, y el conocimiento de cada una de ellas requiere horas de estudio. Los dispositivos tecnológicos aparecen y evolucionan (incluso algunos desaparecen) tan rápidamente que resulta difícil organizar un aprendizaje ordenado y controlado (Loronete, S. Berenete, F y Becerril, D., 2004).

Los dispositivos, son aparatos que en la actualidad utiliza la mayoría de la gente. Al igual que las computadoras, estos artefactos han dejado de ser un lujo, pues se han convertido en una necesidad. (Wayne, 2007).

La comunicación interactiva, desarrollada en los últimos años a través de tecnologías innovadoras, ofrece nuevas alternativas mediáticas. Algunos de ellas están en proceso de difusión social bastante acelerado. Surge en las sociedades con mayor grado de desarrollo y es una oferta alternativa de producciones comunicativas a los medios convencionales. Estos medios emergentes son las plataformas digitales de televisión, el cable, Internet o la Televisión Digital Terrestre. Unen una interactividad a unas mayores capacidades expresivas. Así, ofrecen la posibilidad de desarrollar unas prácticas de comunicación pública que, difícilmente, pueden ser encajadas en los esquemas utilizados hasta ahora para definir la comunicación de masas. Los propios contenidos de los medios de comunicación surgen del hecho fundamental de ser un acto social, en cuanto a realizado por un grupo. Así los productos comunicativos han de ser, en principio, generalistas de modo que puedan llegar y ser entendidos por los públicos, independientemente de su nivel de cultura”, Arrojo (2008).

Anolli, L. (2010) afirma que “la comunicación que se establece digitalmente entre varias personas por medio de la utilización de uno o más dispositivos electrónicos recibe el nombre de comunicación mediatizada por ordenador (CMC, según las siglas inglesas). Es una información ubicua y universal (es decir, que sigue un estándar uniforme en todo el mundo), basada en una tecnología única (es decir, la elaboración digital de la información, la llamada <<conmutación de paquetes>>), es capaz de transmitir y compartir donde sea una masa imponente de datos en tiempo casi real, compatible con una serie cada vez más amplia de media clásicos (la televisión, la radio, el cine, los periódicos), que tienen lugar a distancia y en ausencia (es decir, sin un contacto físico cara a cara entre los interlocutores)”.

De acuerdo con Arrojo (2008), “el objetivo es conseguir una sociedad absolutamente móvil y tecnológicamente dependiente, unos ciudadanos que puedan informarse, formarse o entretenerse donde quieran, cuando quieran y en el soporte (el tipo de pantalla) que consideren más oportuno”.

Para acelerar la marcha de México en la ruta de la información y el conocimiento bastaría comprender a los dispositivos como artículos de primera necesidad (Islas, 2011).

5.1.7 Iglesia, cultura y tecnología

P. Sánchez menciona que “hay una cierta semejanza entre el lenguaje filmico y la experiencia religiosa”. Dice también que se necesita “desarrollar una antropología del cine y de la imagen para reconocer los vínculos con lo religioso. En la medida en que el cine da acceso a la sensibilidad y a la emoción del espectador, permite entrar en las dimensiones simbólicas y poéticas que dan acceso al homo religiosus. Así pues el cine facilita la disposición de apertura (pedagogía del umbral), aunque no necesariamente la evangelización”.

El Consejo Pontificio de la Cultura menciona: “Es también tarea de los filósofos y teólogos cualificados identificar con competencia, en el seno de la cultura científica y tecnológica, los desafíos y los puntos de amarre para el anuncio del Evangelio. Esta exigencia implica una renovación de la enseñanza filosófica y teológica, pues la condición de todo diálogo y de toda inculturación se halla en una teología plenamente fiel al dato de fe” (Para una Pastoral de la Cultura).

En este sentido la teología se ha vinculado preferentemente a la palabra, a la lectura y ha tenido como interlocutor las categorías filosóficas. Y hoy nos encontramos en la cultura de la imagen, donde el libro a dado paso al artilugio tecnológico (Tv, móvil, Mp3, Imagen digital (DVD y cámaras) y donde el concepto llega después de la emoción. Todo ello invita a una seria renovación didáctica y una actualización de los lenguajes en la teología y en la filosofía. Hasta ahora la Iglesia era una potente creadora de cultura y no necesitaba tan urgentemente este diálogo, los amarres estaban en la familia, en la parroquia y en el

colegio. Por eso hoy la Iglesia necesita detectar los puertos y largar las amarras para el anuncio de la fe (P.Sánchez).

5.1.8 Mediaciones Tecnológicas

Las mediaciones tecnológicas, son solo apoyos dentro del proceso didáctico que, debido a su evolución, construyen en el siglo XXI un nuevo momento de la educación con novedosos recursos didácticos y comunicativos. Su aplicación correcta o incorrecta depende del diseño (Crovi, 2006).

Hoy día las habilidades comunicativas se integran al uso de dispositivos tecnológicos que configuran otros códigos y estructuras mentales, destrezas importantes en la Sociedad de la información y la comunicación, (Araque, 2010).

La denominada alfabetización digital (Moreno, 2008) resalta la necesidad creciente de adquirir determinadas capacidades habilidades y destrezas que no solo se aprenden en las aulas sino sobre todo en el contacto diario con dichos afectos.

5.2 Metodología

5.2.1 Tipo de estudio

El tipo de investigación de este proyecto es la Correlacional Experimental; se espera determinar qué dispositivo electrónico capta más la atención de los alumnos de último semestre de la preparatoria Ignacio Carrillo Franco, qué reacción o qué impacto existe al ver un cortometraje en diferentes dispositivos y cuál de ellos es el más indispensable para la comprensión del mensaje de un producto audiovisual. Es de carácter mixto se realizó mediciones cuantitativas por medio de encuestas y mediciones cualitativas a partir de la observación, teniendo en cuenta elementos como la expresión y gestos de los estudiantes.

5.2.2 Población y muestra

El tipo de muestreo en esta investigación es probabilístico aleatorio ya que todos los individuos de la población pueden formar parte de la muestra, tienen probabilidad positiva de formar parte de esta. En este caso de los 54 alumnos de último año de las áreas Finanzas, Humanidades y Ciencias Exactas se tomó de forma aleatoria los datos de 44 estudiantes presentes, en edades comprendidas de 16 a 18 años, pertenecientes a la preparatoria Ignacio Carrillo Franco, específicamente dentro de la Universidad de Morelos, para que participaran en la entrevista y encuesta.

CUADRO DE POBLACIÓN DE ESTUDIANTES

ESCUELA PREPARATORIA IGNACIO CARRILLO FRANCO	
Edad	Número de Alumnos
a) 16	13
b) 17	20
c) 18	11
TOTAL	44

Tabla 2

5.2.3 Diseño

En este proyecto se creó un experimento utilizando 4 diferentes dispositivos electrónicos: el teléfono inteligente, la tablet, la computadora y el video proyector. Con estos medios tecnológicos se proyectó un cortometraje animado, el cual será analizado por un sector representativo de estudio, en este caso jóvenes estudiantes de último semestre de la preparatoria Ignacio Carrillo Franco. La información recolectada allí ayudó a identificar la relación que existe en la comprensión del mensaje con el medio por el cual se observa, para el caso de esta población seleccionada. Esta información es importante ya que ayudó a

definir en qué medio se desenvuelve la comprensión en el producto que se muestra. Se utilizaron los siguientes instrumentos:

-La entrevista para saber el conocimiento de los estudiante en cuanto a dispositivos electrónicos y audiovisuales; al igual saber cuál dispositivo poseen y qué tipo de audiovisuales prefieren.

5.2.4 Instrumentos

Para conocer el tipo de dispositivo que prefieren los estudiantes de la preparatoria Ignacio Carrillo franco se utilizó una entrevista de tipo estructurada. Para ello se determinó y se planificó previamente unas preguntas, para definir la información relevante que se necesitó conseguir. Estas preguntas se modificaron para que fueran entendidas por los entrevistados y de igual forma para que ellos dieran explicación a sus respuestas.

La entrevista es de desarrollo o seguimiento pues tiene una segunda parte que consiste en dar una idea del vídeo, la cual tiene como objetivo de comprensión de cada dispositivo que fue utilizado por los estudiantes. Se utilizó un audiovisual el cual fue reproducido en los cuatro diferentes dispositivos y después se aplicó la encuesta para saber en cual se retuvo más el mensaje.

El tipo de audiovisual que se mostró a los estudiantes es una animación creada por el Productor de Medios Dan Stevers; las animaciones que él crea son medios de comunicación efectivos en las iglesias cristianas. El video que se eligió se titula “Por siempre y para siempre”, la duración del video es de 3:33 minutos y el mensaje de esta animación es muy fácil de comprender.

El contenido y la estructura del instrumento se elaboró tomando en cuenta una revisión de la literatura disponible de estudio.

La siguiente entrevista hace parte del proyecto de investigación “Relación de cuatro dispositivos electrónicos (teléfono inteligente, tablet, computadora y video proyector) con la comprensión del mensaje de un producto audiovisual para estudiantes de último semestre de la escuela preparatoria Ignacio Carrillo Franco en el 1er semestre de 2015”

1.-¿Qué tipo de productos Audiovisuales Prefieres? *(Se puede escoger más de uno)*

- a. Las películas
- b. Videos Musicales
- c. Series de Televisión
- d. Dibujos Animados
- e. Noticias
- f. Otros – Especificar _____

2.- ¿Con qué frecuencia miras Audiovisuales?

- a. Todos los días
- b. Una vez a la semana
- c. Solo los fines de semana
- d. Casi Nunca

3.-¿Cuándo fue la última vez que viste un Audiovisual

- a. Hoy
- b. Ayer
- c. Hace una semana
- d. El Fin de Semana
- e. No me acuerdo

4.- ¿Qué tipo de Audiovisuales te gustan? *(Se puede escoger más de uno)*

- a. Acción
- b. Drama
- c. Suspenso
- d. Romántico
- e. Religioso
- f. Otros – Especificar _____

5.- ¿Qué tipo dispositivo posees? *(Se puede escoger más de uno)*

- a. Smartphone
- b. Tablet
- c. Computadora
- d. Proyector (cañón)
- e. Otros – Especificar_____

6.- ¿Qué te motiva a ver Audiovisuales? *(Se puede escoger más de uno)*

- a. El contenido
- b. Ocio
- c. Aprender
- d. Moda
- e. Otros – Especificar_____

7. ¿Con cuál dispositivo preferirías mirar una película? Explique Porqué.

- a. Smartphone
- b. Tablet
- c. Computadora
- d. Proyector (cañón)

De este modo la muestra seleccionada fue seleccionada fue entrevistada, a demás de ser sometida al experimento. Luego de ver el corto animado en el dispositivo seleccionado, cada uno de los participantes fue sometido al cuestionario que aparece a continuación.

El siguiente cuestionario hace parte del proyecto de investigación “Relación de cuatro dispositivos electrónicos (teléfono inteligente, tablet, computadora y video proyector) con la comprensión del mensaje de un producto audiovisual para estudiantes de último semestre de la escuela preparatoria Ignacio Carrillo Franco en el 1er semestre de 2015”

1.- Edad:

2.- Sexo:

3.- ¿Cuál fue el mensaje General del Audiovisual?

- a. La Bondad
- b. El Arrepentimiento

- c. El significado de la muerte
- d. El amor de Dios

4. ¿En el Audiovisual se menciona alguna referencia de Lázaro y Jesús?

- a. Sí
- b. No
- c. No recuerdo

5.- ¿De qué color es la flor que aparece al final del cortometraje?

- a. Roja
- b. Amarilla
- c. Azul
- d. Blanca

6.- ¿Qué género es la voz que narra?

- a. Voz masculina
- b. Voz femenina
- c. Ambas
- d. No recuerdo

7.- ¿Aparecen aves en el cortometraje?

- a. Sí
- b. No
- c. No recuerdo

8.- ¿Aparecen niños en el cortometraje?

- a. Sí
- b. No
- c. No recuerdo

9.- ¿Cuál es el Color que prevalece en el Audiovisual?

- a. Azul, Amarillo y Blanco
- b. Blanco, Rojo y Gris
- c. Azul, Blanco y Gris
- d. Verde, Negro y Blanco

9.- ¿La Música tiene voz?

- a. Sí
- b. No
- c. No recuerdo

10.- ¿Entendió el mensaje del audiovisual?

- a. Sí
 - b. No
 - c. No recuerdo
- * En caso de ser afirmativa su respuesta diga qué entendió.

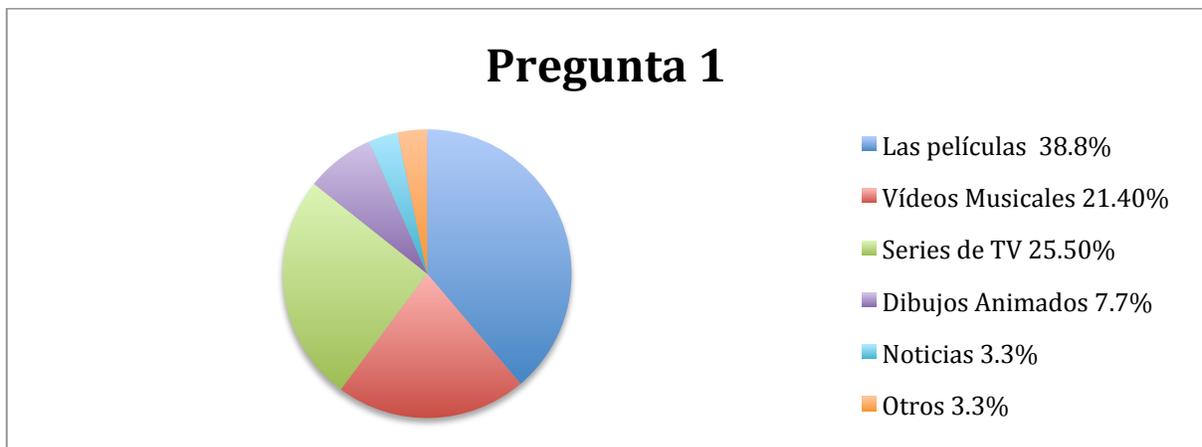
5.3 Análisis e interpretación de resultados.

Con el fin de los objetivos planteados al inicio de esta investigación, se vació la información obtenida para así presentar los resultados. En esta etapa del proceso de investigación se procede a racionalizar los datos colectados a fin de explicar e interpretar las posibles relaciones que expresan las variables estudiadas.

5.10 Resultado de la entrevista aplicadas a los estudiantes.

Pregunta Nro. 1

¿Qué tipo de productos Audiovisuales Prefieres? (se puede escoger más de uno)



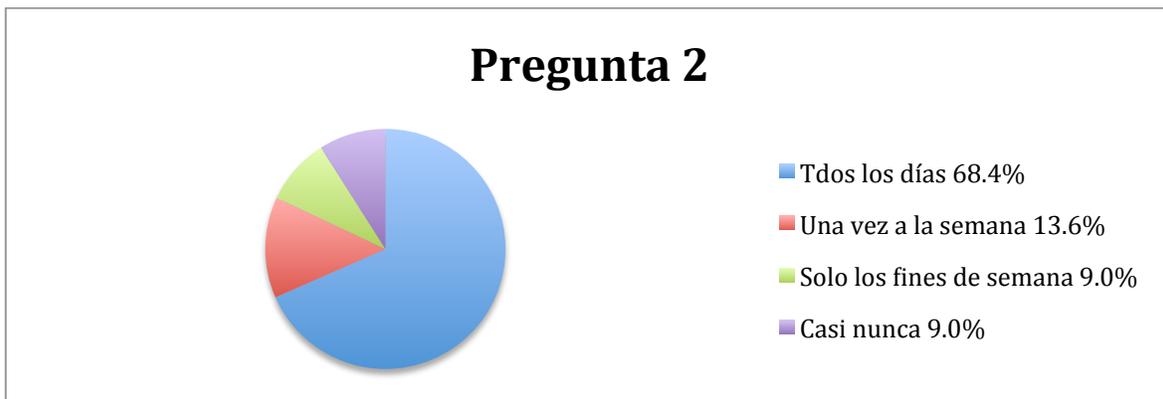
Gráfica 1

De los 44 alumnos entrevistados el 38.8% afirmó que prefieren las películas como producto Audiovisual, siendo esta la opción más alta. El 21.4% de los estudiantes prefieren los

vídeos musicales, el 25.5% indico el gusto por las series de TV, el 7.7% prefirió los dibujos animados y las noticias entre otras opciones alternativas coinciden con un 3.3% cada una. Esto indica que los dos tipos de productos audiovisuales preferidos por los estudiantes de preparatoria son las películas y las series de TV.

Pregunta Nro. 2

¿Con qué frecuencia miras audiovisuales?



Gráfica 1.1

De los 44 alumnos el 68.4% respondió que todos los días miran productos audiovisuales, mientras que el 13.6% una vez a la semana, un 9.0% solo los fines de semana y con la respuesta “casi nunca” cuenta con un 9.0%. Esto indica que La con frecuencia la mayoría mira productos audiovisuales.

Pregunta Nro. 3

¿Cuándo fue la última vez que viste un audiovisual?

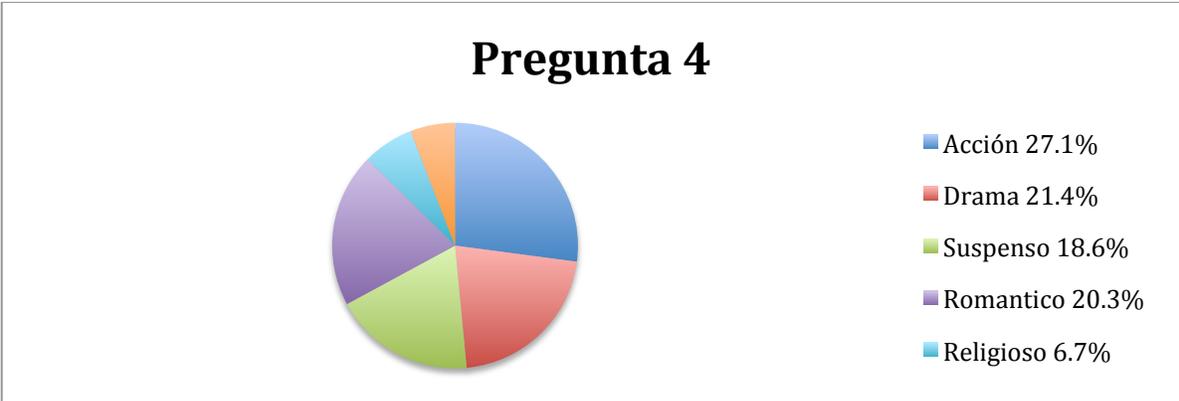


Grafica 1.2

De los 44 alumnos el 61.3% han afirmado que la última vez que vieron un audiovisual fue el inciso “a”, mientras que el inciso “b” tiene un 22%, el inciso “c” tiene 0%, el inciso “c” tiene 11.3% y por último el inciso “e” cuenta con un 4.7%. Estos resultados revelan que la mayoría recuerda exactamente cuando han visto un producto audiovisual.

Pregunta Nro. 4

¿Qué tipo de audiovisuales te gustan? *(Se puede escoger más de uno)*



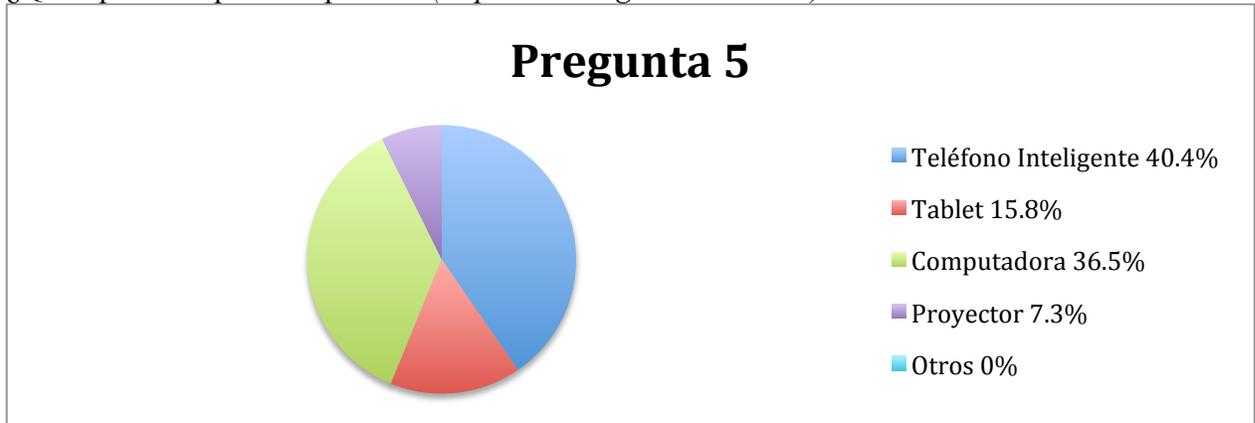
Gráfica 1.3

De los 44 alumnos se obtuvieron 118 respuestas, en las cuales predomina el 27.1% que prefieren las películas de acción, el 21.4% prefiere drama y el 20.3% romántico. Esto

indica que los tres tipos de audiovisuales más preferidos por los estudiantes son del género acción, drama y romántico, dejando a las otras opciones como las menos preferentes.

Pregunta Nro. 5

¿Qué tipo de dispositivo posees? *(se puede escoger más de uno)*

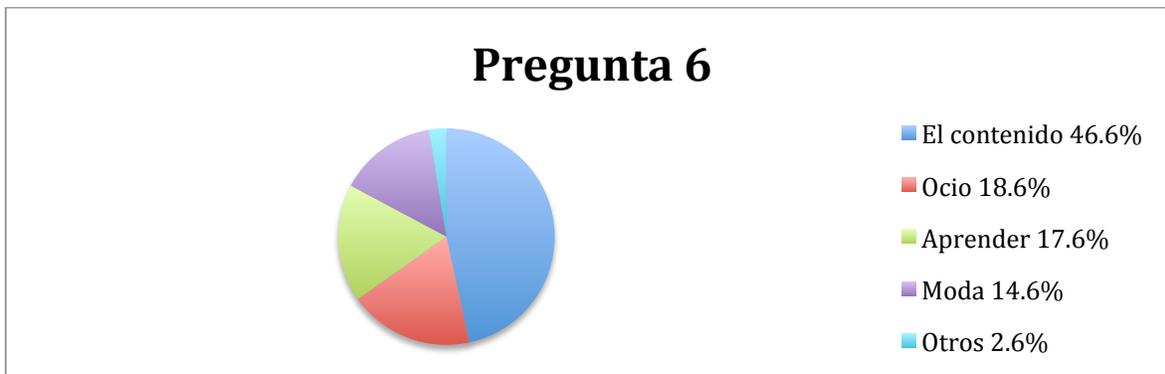


Gráfica 1.4

De los 44 alumnos el 40.4% posee Smartphone, el 36.5% computadora y el 15% tablet, dejando en a el proyector con 7.3% y otros dispositivos con 0%. Este resultado deja claro que los estudiantes tienen más acceso a un teléfono inteligente que cualquier otro dispositivo.

Pregunta Nro. 6

¿Qué te motiva a ver Audiovisuales? *(Se puede escoger más de uno)*



Gráfica 1.5

De los 44 alumnos se obtuvieron setenta y cinco respuestas diferentes. Entre ellas la que más destaca es el inciso “a” con un 46.6% esto demuestra que los estudiantes están más interesados en los productos audiovisuales por su contenido. El inciso “b” queda como segunda posición con el 18.6%, el inciso “c” queda en tercer lugar con el 17.6%, el inciso “d” con 14.6% y en último lugar el inciso “e” con 2.6%. En este resultado queda claro que es de mucha importancia el contenido de los contenidos audiovisuales para los alumnos de último de la preparatoria Ignacio Carrillo Franco. En el tiempo de ocio que de los estudiantes lo invierten en los audiovisuales y cabe resaltar que también tienen acercamiento con los productos audiovisuales para aprender.

Pregunta Nro. 7

¿Con cuál dispositivo preferirías mirar una película? *Explique por qué.*

Pregunta 7



Gráfica 1.6

De los 44 estudiantes entrevistados el 63.6% prefiere ver una película (audiovisual) en la computadora y la explicación a sus respuestas son estas:

-Se puede llevar a cualquier lugar, es cómodo, no se tiene que sostener, es de buen tamaño, es más personal y puedo hacer más cosas al mismo tiempo (multitask).

El 20.4% prefiere el proyector (cañón), y esta es la explicación a sus respuestas:

-Se ve más grande, mejor calidad, más cómodo y se aprecia mejor.

El 11.5% prefiere la Tablet. Esta son las explicaciones a sus respuestas:

-Buena resolución, es más práctico, tiene la medida justa para ver un audiovisual, más cómodo y más fácil.

El 4.5% prefiere el Smartphone. Estas son las explicaciones a sus respuestas:

-Buena calidad, es más fácil, más rápido y es lo más accesible.

En estos resultados queda claro que los estudiantes están en busca de la comodidad y la facilidad de acceso al dispositivo. Al mismo tiempo ellos mencionan la calidad y medida de

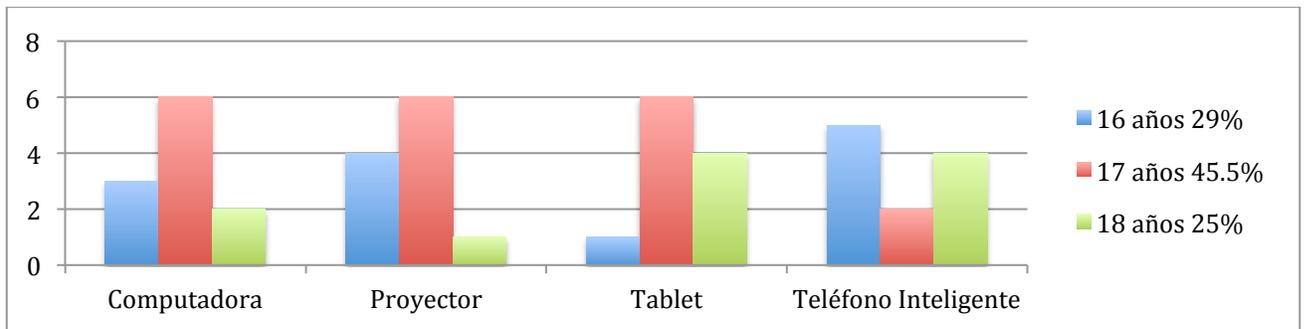
la proyección del Audiovisual. El dispositivo más accesible y con mayor porcentaje en los alumnos es la computadora.

5.5 Resultado del experimento aplicado a los estudiantes.

Los alumnos fueron tomados de manera aleatoria para ser sometidos al la prueba de retención.

Pregunta Nro. 1

Edad

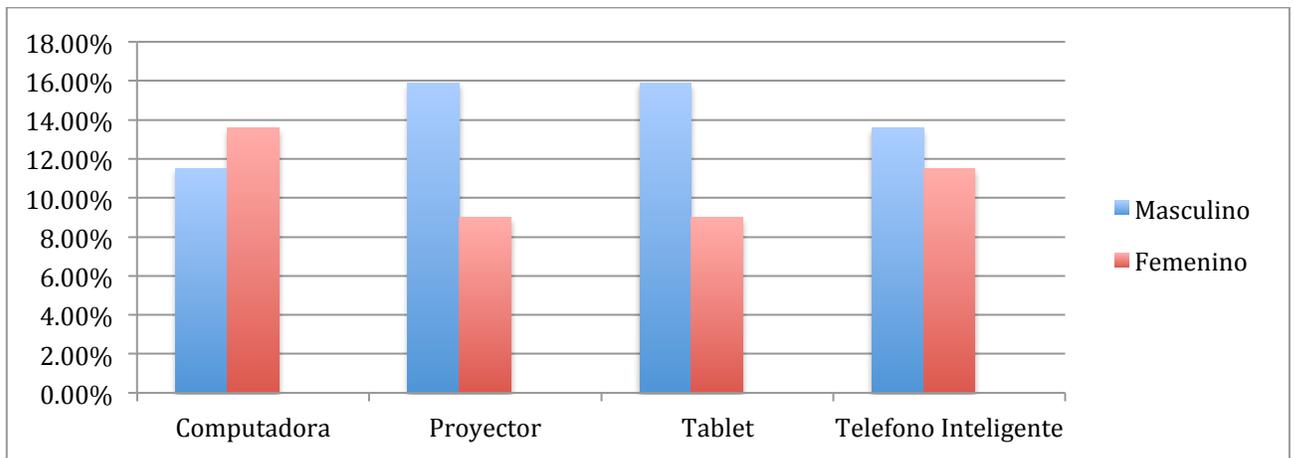


Gráfica 1.7

De los 44 alumnos el 45.5% cuenta con la edad de diecisiete años, el 29.5% con dieciséis años y el 25% con dieciocho años de edad.

Pregunta Nro. 2

Sexo

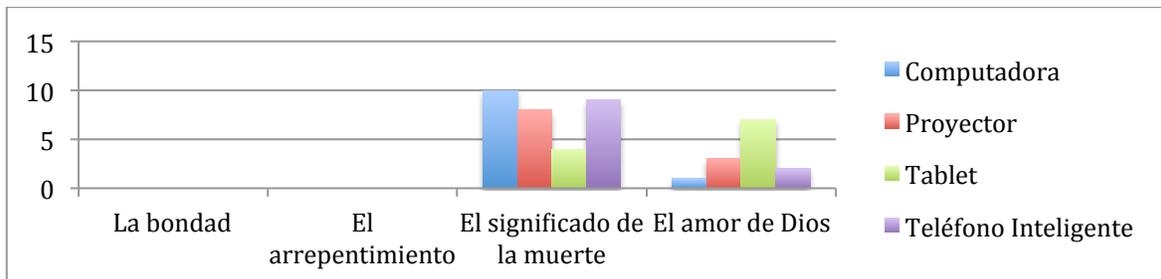


Gráfica 1.8

El grupo de los 44 estudiantes que fue sometido al experimento no estuvo dividido entre hombres y mujeres por lo tanto se escogieron aleatoriamente. Mediante la encuesta se sacó el porcentajes con respecto al género al género.

Pregunta Nro. 3

¿Cuál fue el mensaje del Audiovisual?

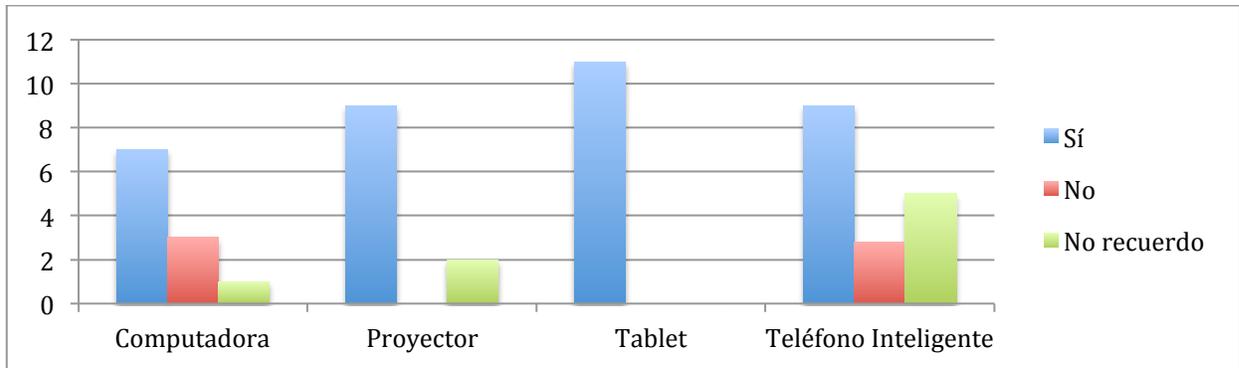


Gráfica 1.9

Los estudiantes fueron divididos en grupo de 11 alumnos por 4 diferentes dispositivos. En la computadora 1 de cada once estudiante no comprendió el mensaje general del audiovisual, en el proyector 3, en la tablet 7 y en el Smartphone 2. Esto quiere decir que el mensaje del audiovisual se retuvo más en la computadora.

Pregunta Nro. 4

¿En el Audiovisual se menciona alguna referencia de Lázaro y Jesús?

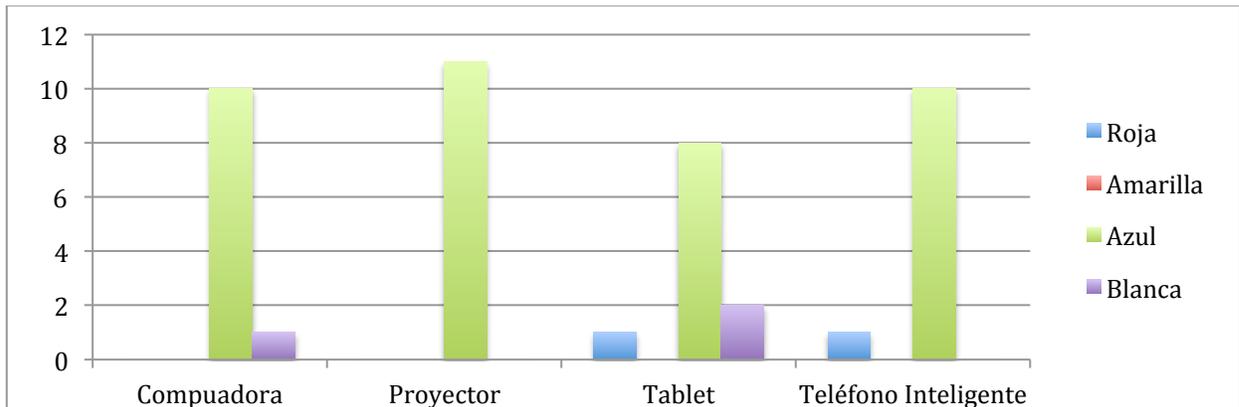


Gráfica 1.10

La respuesta correcta es el inciso “Sí”, por lo tanto el dispositivo que tiene más aciertos la Tablet.

Pregunta Nro. 5

¿De qué color es la flor que aparece en al final del cortometraje?

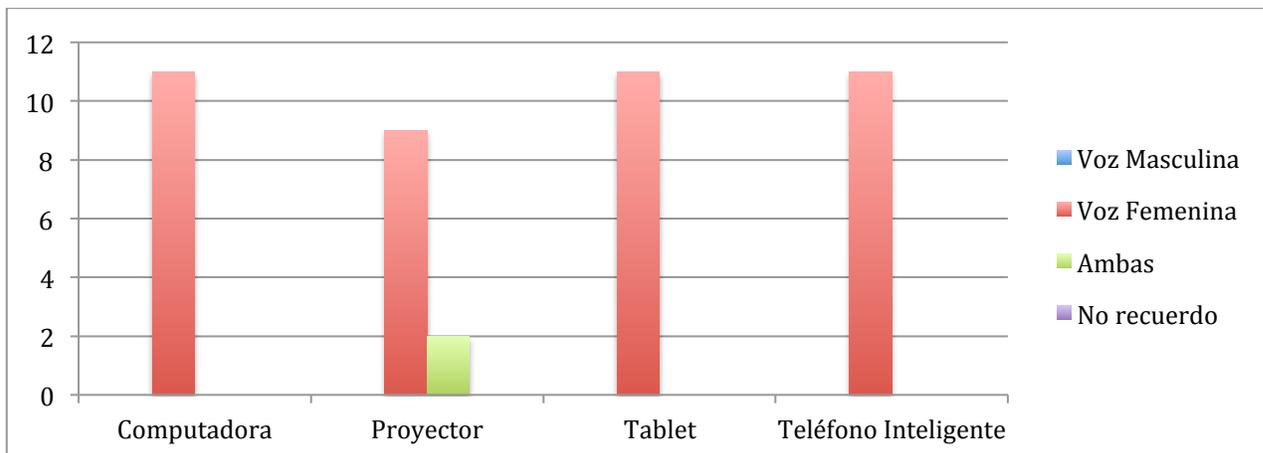


Gráfica 1.11

La respuesta correcta es el inciso “Azul”. El dispositivo que más aciertos tiene es el proyector.

Pregunta Nro. 6

¿Qué género es la voz que narra?

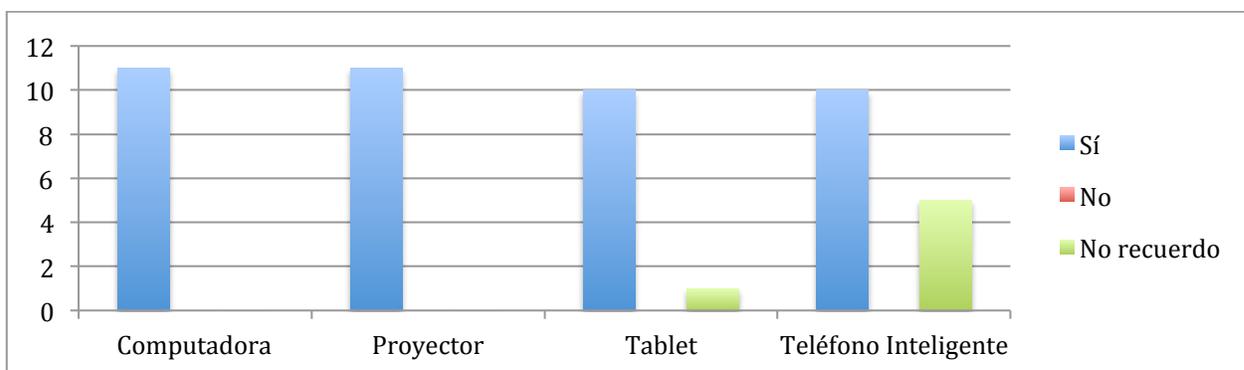


Gráfica 1.12

La respuesta correcta es el inciso “Voz Femenina”. De los 4 dispositivos el que menos tuvo aciertos fue el proyector.

Pregunta Nro. 7

¿Aparecen aves en el cortometraje?

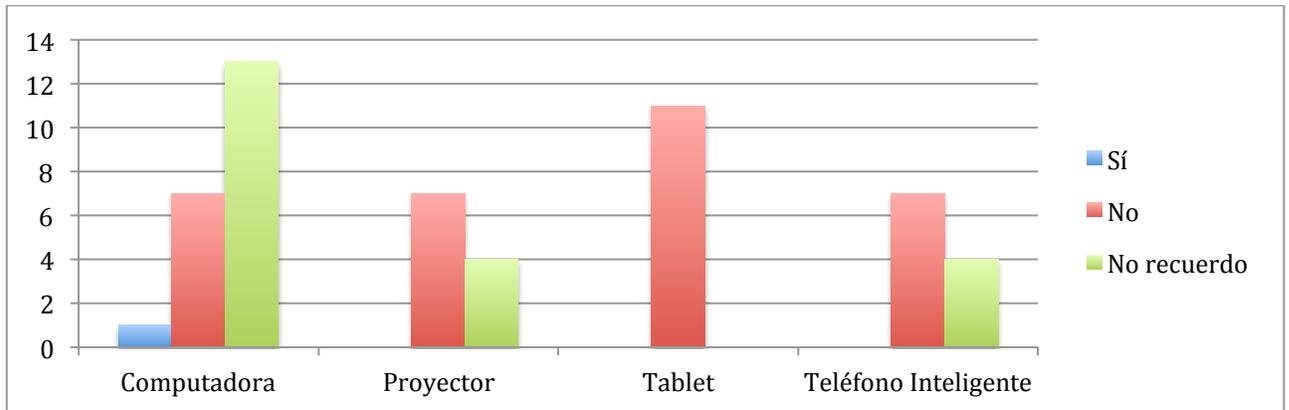


Gráfica 1.13

1 de cada 11 estudiantes en la tablet y Smartphone no recuerda si hay aves en el cortometraje. La respuesta correcta es el inciso “a”.

Pregunta Nro.8

¿Aparecen niños en el cortometraje?

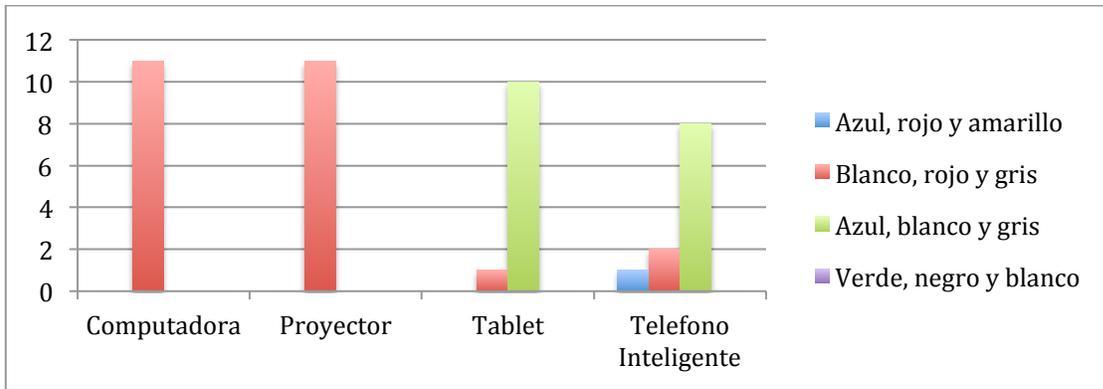


Gráfica 1.14

El dispositivo con mas aciertos fue la Tablet. La respuesta correcta es el inciso “No”.

Pregunta Nro. 9

¿Cuál color prevalece en el audiovisual?

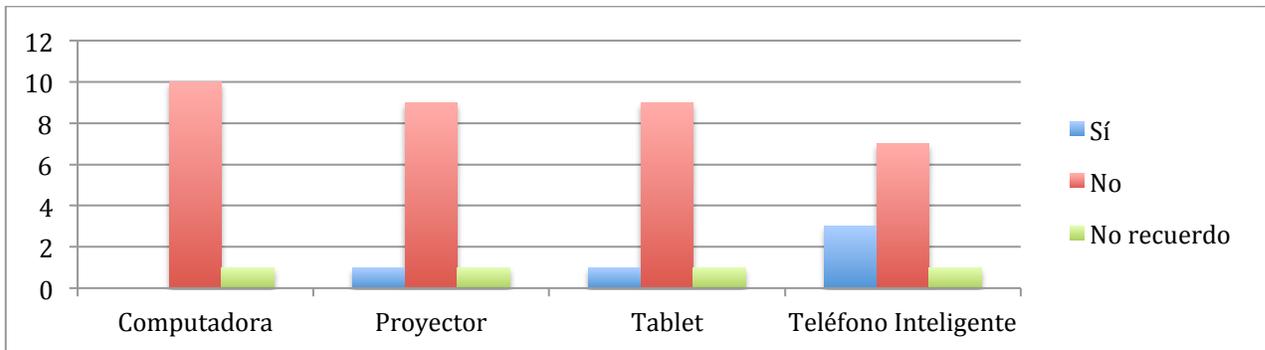


Gráfica 1.15

La respuesta correcta es el inciso “Azul, blanco y gris”. De los 4 dispositivos el Smartphone tiene menos aciertos, la computadora y el proyector reunieron todos los aciertos y en la tablet 10 de cada 11 acertó a la respuesta correcta.

Pregunta Nro. 10

¿La música tiene voz?

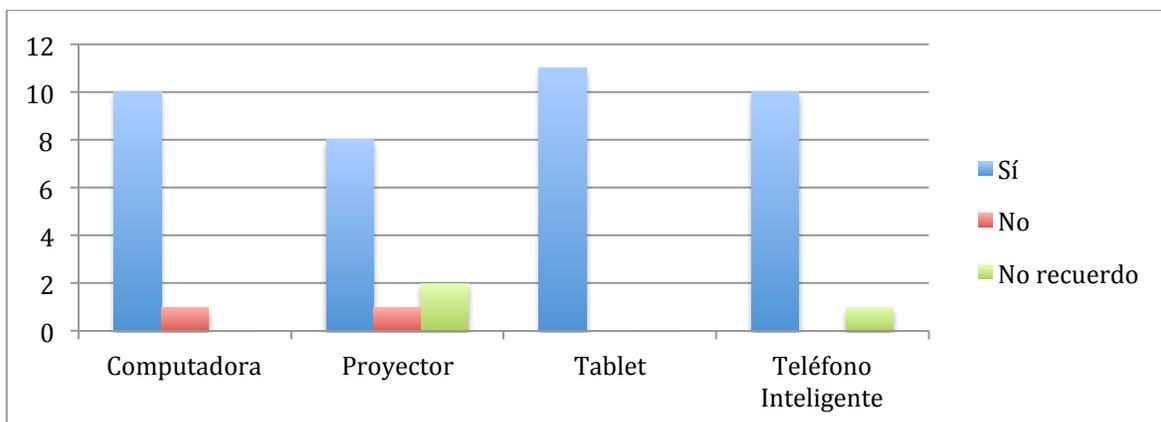


Gráfica 1.16

El inciso correcto es el “No”. El dispositivo que tuvo menos aciertos es el teléfono inteligente. En la computadora 10 de cada once estudiantes acertaron a la respuesta correcta, en el proyector y tablet 9 de 11.

Pregunta Nro. 11

¿Entendió el mensaje del Audiovisual?



Gráfica 1.17

Los estudiantes que entendieron el mensaje del audiovisual en la computadora explicaron lo que entendieron:

- No debemos temer a la muerte, no debemos preocuparnos porque Jesús murió por nuestros pecados para salvarnos y vivir eternamente.

Los estudiantes que entendieron el mensaje audiovisual en el proyector explicaron lo que entendieron:

-Dios ya venció la muerte, no debemos temer a la muerte, Dios ya pagó por nuestros pecados y Dios tiene un plan especial para cada uno.

Los estudiantes que entendieron el mensaje audiovisual en la Tablet explicaron lo que entendieron:

-Dios ya venció la muerte, Dios nos perdón, Dios nos llevará al cielo y que Jesús murió por nosotros por amor.

Los estudiantes que entendieron el mensaje audiovisual en el Smartphone explicaron lo que entendieron:

-No hay que temer a la muerte, Dios vendrá, Jesús murió por nosotros, el amor de Dios y que Dios está con nosotros.

Estas explicaciones se repiten constantemente en cada afirmación por dispositivo. Cabe resaltar que el mensaje principal de un contenido coincidió con la respuesta de los estudiantes, “no hay que temer a la muerte”.

6. Conclusiones

En los aportes al proyecto se encuentra el marco teórico o estado del arte del problema considerando mediante la revisión bibliográfica correspondiente. En él se destacan las definiciones, conceptos e investigaciones realizadas. Así mismo se desarrolla la metodología, señalando el tipo de investigación utilizado, la población, el instrumento y la recolección y el análisis de los datos obtenidos.

Una vez realizado el análisis de los resultados obtenidos en la investigación a través de las entrevistas y encuestas aplicadas a los estudiantes del último año de la Preparatoria Ignacio Carrillo Franco, se puede establecer como conclusiones las siguientes:

La Computadora, el Vídeo Proyector, la Tablet y el Teléfono Inteligente son dispositivos electrónicos considerados como aparatos que determinan diferentes acciones en las cuales una de ellas es el almacenamiento de información y reproducción de vídeos. Dentro de la IASD se han utilizado la mayor parte de estos dispositivos, sin embargo a pesar de que hoy día varias iglesias experimentan con la tecnología, no se tiene un conocimiento total de estos aparatos.

Es importante que el mensaje de la IASD sea comprendido; debe llegar a las personas de una manera rápida, eficaz. Las personas hoy día aprenden mucho más de lo que ven y experimentan, pues vivimos en una época donde todos están rodeados de medios de comunicación y con el fin de llegar a ellas hay que hablarles en su idioma. Los medios de comunicación no sustituirán la necesidad de que la gente interactúe y se reúna, pero es una buena forma de llegar a la gente que no puede ser alcanzada de otra manera. Las Iglesias merecen un arte que sea digno del Rey; el arte atrae a la gente más cerca de Dios. Los medios visuales tiene el poder de tocar una parte del corazón que un sermón no puede. No se tiene la intención de reemplazar el sermón, sino complementar el mensaje y abrir el corazón de la gente a la palabra de Dios. Es por eso que los dispositivos electrónicos pueden ser de gran ayuda para los proyectos audiovisuales que la IASD está desarrollando.

El dispositivo electrónico que más captó la atención de los alumnos de último semestre de la Preparatoria Ignacio Carrillo Franco fue la computadora pues todos prestaban mucha atención y es el dispositivo electrónico que la mayoría posee. La reacción que existió al ver un cortometraje en diferentes dispositivos fue muy interesante, no en todos prestaban atención, algunos no comprendieron suficientemente el mensaje y eso mismo provocó la falta de interés en terminar de ver el corto animado. El dispositivo electrónico menos indispensable para la comprensión del mensaje de un producto audiovisual es el teléfono inteligente pues en las respuestas de los alumnos se menciona que la pantalla es muy pequeña y se observó que había mucha distracción y no se sentían cómodos sosteniendo dicho dispositivo móvil.

Es necesario resaltar la importancia de productos audiovisuales para la IASD y la UM, teniendo en cuenta a profesionales en el área de comunicación para que revisen y analicen el contenido de los audiovisuales y los dispositivos específicos para el público al que se quiere llegar. Por último establecer un vínculo entre el evangelismo y la tecnología para que los productos audiovisuales puedan tener mayor efectividad y calidad.

7. Recomendaciones

- Tener en cuenta que las películas y series son fuente de atracción audiovisual para los jóvenes. Ya que en esta investigación se analizó en los resultados que la mayoría miran estos productos todos los días. Por eso es importante crear audiovisuales de este tipo para atraer a este público.
- Los audiovisuales que prefieren los jóvenes, según la investigación, es de acción y drama. Debemos contar historias que transmitan un mensaje, la Biblia está llena de historias de acción, drama, amor, suspenso y mucho más, es por eso debemos tener nuestras sagradas escrituras como una referencia para los contenidos.
- Hacer contenidos para celulares y computadoras puesto que en la entrevista previa en esta investigación se analizó que estos dos dispositivos son los que más se usan entre los jóvenes de la preparatoria y son en los que más se retiene el mensaje.
- A los jóvenes de la Preparatoria Ignacio Carrillo Franco les motiva a ver un producto audiovisual no solo por ocio o por moda sino por el contenido y por aprender algo más en lo que ven diariamente, por eso es necesario crear y reforzar nuevas estrategias de retención en el mensaje de los próximos productos audiovisuales.
- Fomentar la cultura audiovisual dentro del círculo social de los jóvenes con un club de cortometrajes o largometrajes.
- Se recomienda la utilización de una Guía Didáctica en clases audiovisuales para la materia de Biblia.
- Reconocer que la proyección de productos audiovisuales para una clase es más ilustrativo y es más eficaz la retención.
- Crear contenidos específicos para cada dispositivo electrónico y móvil, de manera que el mensaje se entienda de la manera más fácil.
- Para formar personas con calidad humana, los padres deben dedicar el mayor tiempo posible con sus hijos, es por eso que ellos deben saber lo que sus hijos

consumen audiovisualmente pues es de vital importancia que asuman la responsabilidad del consumo de sus hijos.

- Es recomendable que los profesores de las escuelas dentro de la IASD se auto-capaciten en un curso de comunicación y medios digitales para el aprendizaje con el fin de comprender el por qué los productos audiovisuales influyen en el aprendizaje de los jóvenes.

8. Referencias

Anolli, L. (2010). *"Iniciación a la psicología de la comunicación"*. Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona.

Arias, F. (2004). *"El proyecto de investigación, introducción a la investigación científica"*. Quinta edición, Editorial Epistente C.A.

Arrojo, M. J. (2008). *"Configuración de la televisión iniciativa: de las plataformas digitales a la TDT"*. Gesbiblo, S.L.

Arrugo, M. (2001). *"El fin de la comunicación interna"*. A trabajar. (Google). 15. Disponible en www.atrabajarpr.com

Babin, P. y Kouloumdjian M. F. (1983). *"Les nouveaux modes de comprendre. La génération de l'audiovisuel"*. Edebé, Barcelona.

Babin, P. y McLuhan M. (1980). *"Otro hombre, otro cristiano en la era electrónica"*. Edebé, Barcelona.

Balestrini, M. (2010). *"Como se elabora el proyecto de investigación"*. Servicio Editorial, Venezuela.

Berenete, F. Loronete, S. y Becerril, D. (2004). *“Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación”*. Madrid: Injuve.

Berlo, D. K. (1984). *“Redes de la comunicación”*. México; ed. Norma.

Bernal, C. (2006). *“Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales”*. Segunda edición, Pearson Educación, México.

Consejo pontificio de la Cultura. *“Para una pastoral de la cultura”*. Disponible en <http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/cultr/documents/rc_pc_cultr_doc_03061999_pastoral_sp.html>

Crovi, D. (2006). *“Educar en la era de las redes”*. UNAM.

Eisenstein, S. M. (2001). *“Hacia una teoría del montaje (2 vols)”*. Ediciones Paidós Ibérica, S. A.

Ferres, J. (2002). *“Educar en una cultura del espectáculo”*. Barcelona: Paidós.

García, F. M. (1992). *“El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación”*. Alianza Universidad.

Hersey, P, Blanchard K. H., Johnson, E. (1998). *“Administración del comportamiento organizacional: liderazgo situacional”*. Séptima edición. México: Prentice Hall.

II, J. P. (1990). *“Redemptoris Missio”*. Disponible en <http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_07121990_redemptoris-missio.html>

Islas, O. (2011). “*Dispositivos Móviles y prosumismo*”. Disponible en <
<http://www.eluniversal.com.mx/articulos/63109.html>>

Lehmann, K. (1996). “*El diálogo fe-cultura en Centroeuropa*”. Disponible en <
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/cultr/documents/rc_pc_cultr_01101996_doc_iii-1996-stu_en.html>

Miller, R. B. (1968). “*Response time in man-computer conversational transactions*”. Proc. AFIPS Fall Joint Computer Conference Vol. 33, 267-277.

Moreno, M. (2008). “*Alfabetización digital: el pleno dominio del lápiz y el ratón*”. Comunicar, 30, XV.

P. Sánchez. “*Teología y cine: un diálogo imprescindible*”. Disponible en
http://www.semanacineespiritual.org/docs/cine_espiritual_y_educacion/teologia_y_cine_un_dialogo.pdf

Schirriato, T. y Yell, S. (2000). “*Communication and culture*”. 2da. Edición. Australia: SAGE.

Stam, R., Burgoyne, R. y Flitterman-Lewis, S. (1992). “*New vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, post-structuralism and beyond*”. New York: Routledge.

Strate, L. (2012). “*La tecnología, la extensión y amputación del ser humano*”. Disponible en: http://www.infoamerica.org/icr/n07_08/strate.pdf

Tamayo, M. (2008). “*La investigación científica*”. Bogotá, 2008.

Turner, G. (1999). “*Film as social practice*”. Fourth Edition, Routledge.

Wayne, J. (2007). *"Guidelines on Cell Phone Forensics"*. Extraído de National Institute of Standard and Technology <http://csrc.nist.gov/publications/nistpubs/800-101/SP800-101.pdf>.