runas
Journal of Education & Culture

Análisis del lenguaje y montaje cinematográfico y su impacto en las estrategias de comunicación digital en Youtube

Analysis of language and cinematic editing and their impact on digital communication strategies on YouTube

Hugo Fabián Gálvez Tapia, José Luis Rodríguez Manzano

Resumen

El montaje audiovisual es un proceso fundamental en la construcción de la curva narrativa y el relato cinematográfico. La selección y combinación de planos determinan un ritmo y una estructura que dan una forma y un sentido al producto audiovisual mejorando la cuota de pantalla en Youtube. La omisión de estas técnicas cinematográficas por parte de los creadores de contenido puede resultar en la pérdida de coherencia e impacto emocional en la audiencia. Por lo tanto, al analizar la aplicación y conexión de la sintaxis fílmica en el montaje audiovisual para las estrategias de comunicación digital en Youtube, se busca profundizar en sus fundamentos, técnicas y en su correcta aplicación para un mayor impacto en el público objetivo. La presente investigación adoptó un enfoque mixto, de tipo relacional, se realizaron entrevistas a expertos y fichas de observación de Youtube. Este enfoque permitió evidenciar que el uso de los códigos y signos de la semántica audiovisual usados de manera correcta, pueden transmitir de mejor manera los mensajes, y por lo tanto tener mayor retención y engagement en la audiencia. En conclusión, el montaje audiovisual basado en el lenguaje fílmico otorga sentido y construye el relato, proporcionando coherencia e impacto a la historia.

Palabras clave: Montaje; Lenguaje Cinematográfico; Comunicación; Audiovisual; Youtube.

Hugo Fabián Gálvez Tapia
Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | hugo.galvez.36@est.ucacue.edu.ec
http://orcid.org/0009-0003-0956-6801
José Luis Rodríguez Manzano
Universidad Católica de Cuenca | Cuenca | Ecuador | jose.rodriguez@ucacue.edu.ec
https://orcid.org/0009-0002-5681-4866

https://doi.org/10.46652/runas.v6i11.228
ISSN 2737-6230
Vol. 6 No. 11 enero-junio 2025, e250228
Quito, Ecuador

Enviado: octubre 26, 2024
Aceptado: diciembre 20, 2024
Publicado: enero 28, 2025
Continuous Publication

CC BY NC ND

RELIGACIÓN CICSHAL
Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales y Humanidades desde América Latina

Abstract

Audiovisual editing is a fundamental process in constructing the narrative arc and the cinematographic story. The selection and combination of scenes determine the pace and structure that shape and give meaning to the audiovisual product, improving the visibility on YouTube. If content creators omit these cinematic techniques, this can result in the loss of coherence and emotional impact on the audience. Therefore, by analyzing the application and connection of filmic syntax in audiovisual editing for digital communication strategies on YouTube, the aim is to deepen the understanding of its fundamentals, techniques, and correct application for a more significant impact on the target audience. This research adopted a mixed, relational approach, conducting expert interviews and YouTube observation sheets. This approach allowed us to demonstrate that the correct use of audiovisual semantic codes and signs can more effectively convey messages and, therefore, lead to greater audience retention and engagement. In conclusion, the audiovisual editing based on cinematographic language gives meaning and constructs the story, providing coherence and impact.

Keywords: Editing; Cinematographic Story; Communication; Audiovisual; YouTube.

Introducción

El cine y el video son una narrativa construida a través de miradas: por un lado, la del realizador, quien captura una porción del espacio y el tiempo en un registro del mundo; por otro, la de los espectadores que están frente a una pantalla, reciben a través de sus sentidos un contenido estético, emocional, íntimo y personal. Los productores de contenido digital audiovisual, al no usar de manera efectiva el lenguaje cinematográfico, provocan la pérdida de impacto visual y sonoro del montaje. Debemos identificar y analizar los signos y códigos que rigen el lenguaje fílmico de una manera profunda y consciente para construir experiencias audiovisuales memorables en la plataforma de *Youtube*. Basado en lo anterior, ¿Cómo impacta el lenguaje y el montaje cinematográfico en las estrategias de comunicación digital en *Youtube*?, su relevancia radica en la claridad en el tiempo y espacio narrativo, generando la atmósfera y acción apropiada que evoque la emoción que se desea transmitir, apoyado en técnicas de semiótica fílmica, el ritmo y la estructura adecuadas (Arango Obregón, 2019).

El contenido digital audiovisual al tener una línea narrativa emocional tiene un lenguaje cinematográfico, ósea; tiene su propia semántica para narrar de manera visual y auditiva lo que queremos contar. Y mientras más rico es ese lenguaje, mejor es nuestra experiencia como espectador. El aporte de la semiótica cinematográfica al montaje audiovisual radica en que los creadores de contenido no solo se enfoquen en los aspectos prácticos de edición lineal y no lineal de una *App* de edición, sino también prestar la suficiente y debida atención a la dimensión narrativa y estética del montaje (Gómez, 2018). Su uso permite una mejor comprensión de los contenidos, haciéndolos más interesantes. Además, el público, al tener dentro del metraje un hilo conductor que le permite entender la historia de manera efectiva, disfruta de los contenidos audiovisuales de una manera más íntima y emocional. A partir de lo anterior, pasamos a una desatención de la dimensión narrativa, el montaje no solo es una herramienta práctica, sino también un elemento fundamental de la narración cinematográfica (Delgadillo, 2011).

Es importante investigar cómo estas nuevas tecnologías impactan nuestro *workflow* desde la

generación del concepto creativo hasta la edición del contenido, en el caso particular del montaje; la *IA* automatiza y mejora nuestro flujo de trabajo, y hoy por hoy los nuevos formatos de video digital nos permiten obtener productos cinemáticos de altísima calidad al alcance de nuestras manos (Rodríguez, 2023).

Este estudio se centra en el análisis del cómo influye y se relaciona directamente el uso del lenguaje cinematográfico y el montaje audiovisual para las estrategias de comunicación digital en *Youtube*, comprendiendo sus atributos fundamentales de lo general a lo específico y su aplicación como una herramienta poderosa para mejorar nuestras habilidades como cineastas y productores de contenido digital en la plataforma. Éste es un campo de análisis con un gran potencial para mejorar nuestra comprensión de la semiótica del cine y aplicarlo para obtener contenidos digitales exitosos para *Youtube*, es decir captar la atención de los espectadores (*hook*), mantenerlos enganchados; y obtener un alto rendimiento y *engagement* en una audiencia cada vez más exigente y cambiante de *Youtube*.

Referencial teórico

Fundamentos del lenguaje cinematográfico

El lenguaje cinematográfico es un grupo de elementos visuales, sonoros y narrativos que permiten crear significado en una pieza audiovisual (Rivera, 2021). El plano es la unidad mínima de la imagen o del lenguaje fílmico, mientras que la escena es la unidad por excelencia del tiempo y el espacio, y la secuencia vendría a ser la unidad narrativa. Según García & Moreno (2022), se debe mencionar, que existen diferentes tipos de planos, desde los amplios o panorámicos que sirven para situarnos en un entorno, ver el escenario, los personajes y su relación; hasta planos muy expresivos y cercanos que se centran en el rostro del sujeto, por un lado, mostrando su lenguaje corporal y por otro, la interiorización en la dimensión emocional.

Estos planos se ajustan mediante los denominados ángulos de cámara, la primera angulación es el ángulo frontal que tiene una función expresiva, está a la altura de los ojos y nos muestra una visión neutra, objetiva y descriptiva (Morante, 2014). En cambio, un ángulo picado de cámara tiene una visión alta que está sobre el personaje, su significado denota fragilidad, debilidad, inocencia, inferioridad. Por el contrario, un ángulo contrapicado del personaje está por debajo del sujeto, y por consiguiente engrandecer y ensalzar al personaje.

Según Pérez Chávez (2021), hay que destacar a la angulación cenital que posiciona la cámara arriba del sujeto de una manera paralela al suelo, con el propósito de hacerlo más gráfico y visualmente atractivo. Asimismo, mencionamos la angulación nadir, en la que el plano está totalmente por debajo del sujeto y perpendicular al suelo; su significado aporta dinamismo, dramatismo y un cierto sentido de misterio al personaje.

El siguiente punto trata sobre un elemento que hay que destacar en el lenguaje cinematográfico; el sonido, su nivel de relevancia radica en la creación de una banda sonora que enriquece el

discurso audiovisual, complementado la imagen y amplificando la historia, dicho de otro modo, el sonido enfatiza acciones y crea sentido y emociones (Chalkho, 2014). Ahora bien, un recurso fundamental para transmitir emociones es el poder del silencio; al utilizarse adecuadamente puede crear diferentes efectos como por ejemplo la desorientación, o concentración extrema.

Para Martin (2008), la iluminación es un elemento del lenguaje fílmico usado como una poderosa herramienta narrativa y creativa, con la finalidad de crear una atmósfera visual, resaltando que el contraste de luces y sombras dentro de una escena crean visualmente el ambiente y el tono de la secuencia. Así pues, una luz es suave o *Soft Light* cuando sus sombras son muy tenues e imperceptibles, esta configuración crea una atmósfera de paz y calma, de vacío, de lo estéril y lo frío, pero también de felicidad y romanticismo. San Miguel (2002), señala que una luz dura o *Hard light* es una luz dramática que tiene sombras fuertes y detalles bien marcados, su propósito es el transmitir una sensación de tensión, dificultad u oposición, hay que tomar en cuenta que este contraste intensifica la escena dando énfasis a un personaje o a un objeto.

El siguiente elemento de la sintaxis fílmica, son los movimientos de cámara que añaden dinamismo a la escena y ayudan a guiar la mirada del espectador. La Panorámica o *The Pan* es un movimiento de cámara horizontal en un ángulo 180º, sirve para seguir un personaje o revelar algo; si es lento descubre un entorno y puede generar anticipación, y si es rápido aumenta la energía, dinamiza el ritmo y sirve como transición para pasar de una acción o personaje a otro (Bulecevich & Haile, 2020). El siguiente punto muy similar al anterior, trata sobre el *Tilt*, que es un movimiento de cámara, pero en el eje vertical; combinado con la angulación puede crear grandeza, dominio o por el contrario inferioridad o vulnerabilidad en un personaje, objeto o lugar (Medrano, 2009).

En el estudio de García et al. (2019), se aborda el siguiente elemento, el *zoom (in/Out),* se describe como un movimiento óptico de acercamiento o alejamiento desde o hacia el sujeto; si este es lento su efecto es tensionante e inquietante, pero si es rápido o *Crush Zoom* su efecto sirve para llamar la atención y crear impacto o sorpresa. En cuanto a los desplazamientos físicos de cámara hay que destacar el movimiento de *Travelling*, su uso tiene la función central de crear profundidad en la escena a través del acercamiento o alejamiento de la cámara (Cossalter, 2014); esta es una herramienta descriptiva y emocional que al combinarse con otros movimientos como el *zoom* crea el efecto de vértigo o *Travelling Zoom*, que es una dinámica de movimiento donde el mundo se cierra alrededor del personaje y la toma transmite una sensación perturbadora o claustrofóbica, pero que también puede denotar un dominio escénico del sujeto (Quiroz Linares, 2016).

Una especificidad del *Travelling* es el *Push In / Out* que acerca o aleja la cámara hacia un sujeto que tiene una posición fija. Asimismo, Barberena & Jaunarena (2017), hablan del *Track In / Out*, que es otra variante de *travelling* cuyo desplazamiento es similar, pero con la diferencia que el personaje está en movimiento. Por tanto, existe un efecto de seguimiento en la misma dirección por donde se desplaza el sujeto. En cambio, cuando el movimiento se da en el eje horizontal, el t*ravelling* es un *Dolly Shot*; y si el desplazamiento es orbital, es decir, alrededor del sujeto se lo conoce como *ArcShot* o *Dolly* circular; estos movimientos crean una energía cinética de gran dinamismo

visual, manteniendo la atención en el sujeto y sus acciones, generando elipsis y transiciones en el tiempo y espacio narrativo (Bunpot & Prayong, 2020).

Continuando con el siguiente punto, tenemos el *Crane Jib* también conocido como *Boom Shot*. Este movimiento de cámara es similar al *Tilt*, pero con un movimiento vertical y multidireccional físico, gestiona los movimientos dinámicos mediante una cabeza robótica con giros internos de *Pan/Tilt y Roll*, combinados con un dispositivo de pluma o grúa. Esta mezcla de movimientos de elevación y descenso de la cámara crea un gran dinamismo y riqueza compositiva, otorgando a las secuencias una sensación cinemática y épica (Balseiro Pérez, 2016).

Con respecto a los planos subjetivos con cámara en mano tienen un movimiento inestable que genera realismo, es natural, orgánico y nos expresa la acción y visión del personaje; esta es una experiencia inmersiva e íntima (Ortiz, 2018). Adicionalmente tenemos los *Drone Shots,* que son movimientos de cámara área, que potencian la creatividad y versatilidad a la hora de crear contenido; hay que destacar que la narrativa con perspectiva aérea es visualmente atractiva e impactante; (Caldevilla-Domínguez et al., 2022), los *aerial shots* son una amplificación de los movimientos de cámara terrestres hacia el espacio narrativo aéreo. En concreto, los desplazamientos orbitales, paneos, ascensos y descensos, *travelling*, giros de *gimbal*, o movimientos internos de cámara se combinan de manera creativa y técnica, narrando de manera impresionante y épica las secuencias de una pieza audiovisual.

A continuación, analizamos que las tomas desenfocadas no siempre son fallos en la sintaxis fílmica, estas también transmiten sensaciones como por ejemplo desorientación, *flashbacks*, heridas de cabeza, cansancio o mareo; es decir tomas en donde se muestra alterado el estado de la mente. El enfoque, en cambio nos muestra una sensación de claridad y de asimilar lo que pasa en la escena (García et al., 2019).

Otra herramienta de lenguaje fílmico es el *slow motion* o cámara lenta, que, además de tener un efecto estético, es una excelente manera de indicar a la audiencia que preste atención a un detalle o acción específica que, como directores, queremos que sea destacada (Viarengo, 2001). Dicho de otra manera, sirve para crear una pausa visual, una anticipación para entender lo que está pasando en ese tiempo y espacio de la historia. Es necesario remarcar que la sintaxis y la semántica del lenguaje cinematográfico están íntimamente relacionadas. Mientras que la sintaxis nos da la estructura para la producción de significado, la semántica determina el significado de la secuencia narrativa (Fajardo, 2009).

El lenguaje cinematográfico o semiótica fílmica tiene códigos y signos y la audiencia reacciona a estos códigos. Los signos son unidades básicas de significado, mientras que los códigos son la sintaxis, las reglas que gobiernan cómo usar esos signos. Es decir, son las reglas gramaticales del cine que sirven como marco referencial para interpretar los signos. Al combinar elementos o signos, obtenemos una semántica que tiene un significado y un significante. El significado puede ser denotativo o connotativo es decir tener un significado literal o uno simbólico o metafórico respectivamente (García & Rajas, 2011).

Fundamentos del montaje audiovisual

El siguiente punto que tratar es el montaje. Según Vanegas (2016), este puede entenderse como un "nuevo renacimiento" de la historia dentro del flujo de trabajo audiovisual. En otras palabras, el proceso de montaje es el que utiliza la semiótica y semántica del cine para construir un ritmo y una estructura, dándole forma y sentido a un producto audiovisual, y garantizando su coherencia. Para ello, cada toma, escena o secuencia debe contener el material narrativo necesario para que cumpla con su propósito y permita el buen desarrollo y resolución de la historia.

El montaje, entonces, puede considerarse como una estructura fragmentada del tiempo, basada en la discontinuidad. En este sentido, el ojo humano es incapaz de distinguir los cortes y cambios de plano, lo que hace que el montaje sea, en muchos casos, "invisible" (Morante, 2014). Al hablar de estructura, nos referimos al orden de los elementos en dos niveles: los planos y las secuencias. Si profundizamos, cada plano tiene su propio ritmo y estructura, el ritmo se refiere al tiempo que tardan las acciones o los movimientos internos, o si el plano es corto o largo; la estructura del plano, por su parte, se refiere a los elementos que lo componen. En cuanto a la secuencia, el ritmo se refiere a su duración, ya sea corta o larga, mientras que su estructura está relacionada con el orden de los planos.

Ahora nos proponemos adentraremos en algunas técnicas de montaje cinematográficas. Comenzamos con el montaje métrico, que se basa en el número de cuadros y en la duración matemática de cada toma o fragmento de plano que conforma la secuencia. La idea principal de este montaje es unir los planos de manera planificada mediante una estructura matemática y una fórmula rítmica que controla la cadencia visual. Es decir, se puede crear una ilusión fragmentada del tiempo a través de patrones visuales que varían en velocidad: rápidos, lentos, *in crescendo* o *decrescendo*, dependiendo del efecto que se desee lograr (Velasco, 2011).

Según Morante (2014), el montaje rítmico es aquel en el que los planos duran exactamente lo que dura cada acción, con cortes perfectos: nada por delante, nada por detrás. Se delimitan los planos para que la secuencia fluya. Como resultado, tenemos una fragmentación de los planos con duraciones distintas. Las acciones pueden ser movimientos de personajes, objetos o incluso la cámara. Este tipo de montaje genera una sensación de fluidez y continuidad. El montaje rítmico también se asocia con cortes que están en sincronía con la banda sonora.

Por otro lado, cuando se trata de crear una atmósfera o tono emocional a través de la selección y unión de planos, usamos el montaje tonal. Aquí, el tiempo de cada toma está marcado por la importancia de la emoción, donde cada plano va dibujando la curva narrativa de la secuencia. En este tipo de montaje, la duración del plano es subjetiva y flexible.

Otra estrategia de edición es el montaje sobre tonal o armónico, que consiste en la unión de los montajes anteriores, el métrico, rítmico y tonal, para crear una experiencia más elaborada y prodigiosa. Eisenstein lo conceptualiza como "un conflicto de tonos", donde la unión de planos crea tensión y a la vez resolución emocional, coherencia y cierta lógica (Menacho, 2019).

Ahora bien, el montaje intelectual o temático es el que estimula la reflexión y el análisis crítico. En otras palabras, usamos nuestra función cognitiva y nuestro raciocinio para reflexionar y crear nuestras propias interpretaciones (Morante, 2014). Al unir dos conceptos o ideogramas, sacamos un nuevo concepto. Es decir, cada toma tiene un contexto propio, pero al unirse generan una nueva idea. Por sí solas carecen de sentido, pero unidas generan un pensamiento o un aporte.

En cambio, el montaje ideológico es similar al intelectual, pero con una connotación de transmitir de manera directa ideas y valores (Quinde, 2020). Es un montaje que busca influir en el espectador a través de las emociones y la persuasión. En este caso, la unión de planos o escenas desconectadas transmite reflexiones que buscan influir en lo que pensamos y sentimos.

En relación con las estrategias de edición cinemática, el montaje asociativo tiene que ver directamente con el efecto Kuleshov de Serguei Eisenstein (Morante, 2009), que consiste en unir un plano sucesivamente con otro para crear entre ellos un enlace relacional. En otras palabras, al yuxtaponer planos, creamos un nuevo sentido y resignificamos las cosas. Este efecto no solo se aplica a planos, también funciona con secuencias donde el segundo elemento complementa la idea.

Con relación al montaje analítico, Camarero Calandria (2020), indica que en este se estudia la escena, plano por plano para luego componerlos y que fluya de manera natural. Es decir, fragmentamos la acción en planos cortos y cerrados para revelar detalles, manipulando la percepción de la audiencia y creando experiencias dinámicas e intensas, como en escenas de acción y tensión.

Según Frías Vela (2016), el montaje paralelo es aquel en el que hay dos o más líneas de narración. Es decir, contamos simultáneamente, de manera alternada, distintas situaciones, varias historias que proceden a la vez. Estas acciones se entrelazan, revelando información y creando conexiones y contrastes entre ellas. Los personajes y las acciones pueden estar en el mismo tiempo, perteneciendo al mismo arco temporal, o pueden estar en espacios distintos y tiempos diferentes.

Un caso específico del montaje paralelo se denomina montaje alterno o simultáneo, que es similar al paralelo, con la diferencia de que las acciones o escenas ocurren al mismo tiempo, pero en diferentes espacios (Prosper Ribes, 2019). Una técnica cinemática de gran valor es el montaje elíptico; este se usa para sintetizar el tiempo, resumir períodos o varias temporadas a lapsos de tiempo corto. El poder de la elipsis en el cine omite acciones innecesarias y permite dar saltos espaciotemporales en la línea de montaje.

Dentro de las técnicas de ensamblaje fílmico más convencionales y utilizadas, está el montaje narrativo, donde la historia se relata de manera fluida y de fácil comprensión. Dentro de esta estrategia audiovisual están, como una subclasificación, el montaje paralelo y elíptico tratados anteriormente y, como tercer punto, el montaje cronológico, que no es más que un tipo de montaje lineal cuya técnica se basa en presentar los sucesos de una historia de principio a fin en el orden exacto en que suceden, siguiendo una línea de tiempo secuencial y sin saltos. En último lugar de esta subcategorización está el montaje por saltos o invertido, que tiene una estructura no lineal que incluye brincos de tiempo fílmico, como *flashbacks* que nos transportan al pasado y *flash forwards* que nos adelantan en el futuro.

Para terminar, según el autor Barroso (2008), tenemos el montaje interno y el externo. El primero se refiere a que, sin recurrir a cortes, usamos el movimiento de cámara, la actuación de los personajes y la composición para crear el contenido visual de la secuencia en un mismo plano; los denominados planos secuencia. En el segundo punto, todos los tipos de montaje son externos, excepto el interno. El montaje externo es un concepto general de montaje que tiene que ver con la unión de planos rodados en diferente tiempo, espacio, encuadre o angulación que son usados para la creación de una secuencia.

Avances tecnológicos y estrategia digital

La revolución de la inteligencia artificial (IA) ha integrado herramientas de automatización o *generated tools* para tareas basadas en *prompts*, que contienen instrucciones específicas para realizar tareas de edición, como buscar y estructurar clips, clasificar y organizar material de audio y video, transcribir desde una banda sonora, voz y diálogos a texto para subtítulos. Además, estas herramientas permiten identificar automáticamente puntos de corte precisos en la edición de video, crear música, realizar corrección de color (*color grading*) automatizada para lograr una apariencia visual consistente y profesional, y producir efectos especiales (*visual effects*), entre muchas otras aplicaciones (Rodríguez Reséndiz, 2020). Esto ha permitido a los creadores de contenido automatizar tareas de montaje y centrarse en la parte creativa del proceso.

Garzón Quiroz (2022), señala que, al crear contenido audiovisual de manera estratégica, es fundamental utilizar herramientas de análisis de métricas para identificar tendencias, patrones y datos de rendimiento de contenidos audiovisuales en diferentes plataformas digitales. A través de este proceso, es posible aplicar los códigos y signos de la semántica fílmica analizados en este estudio e incorporarlos en contenidos específicos de *YouTube*, lo que incrementa la probabilidad de alcanzar el éxito en dicha plataforma.

Por lo tanto, el objetivo de este estudio es realizar un análisis exhaustivo del lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual, fundamentado teóricamente, para identificar las técnicas de montaje y sus principios estéticos y narrativos. Posteriormente, se analizará la aplicación práctica de los diferentes componentes dentro de los contenidos audiovisuales y se evaluará su desempeño en *YouTube*.

Metodología

Esta investigación científica se creó en base a un enfoque mixto, es decir, se adoptó métodos tanto cuantitativos como cualitativos para mostrar de manera sistemática y diligente la base de conocimiento en el tema: "Análisis del lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual" (Molina Azorín, 2016). Según Creswell y Plano Clark (2018), esta herramienta metodológica requiere de una consistente fundamentación teórica y conocimiento detallado en cada contexto dentro de la investigación.

El presente estudio, según su propósito, fue de tipo relacional, ya que su objetivo fue medir la fuerza o dirección entre variables y su grado de asociación sin poder manipularlas (Rincón & Huertas, 2003). El tipo de investigación, según su alcance, fue de tipo observacional (Hernández Sampieri et al., 2014).

El presente artículo tuvo como base la técnica de recolección de datos; específicamente, se observó y registró sistemáticamente el comportamiento de las audiencias a diferentes tipos de contenido bajo un *insight* o tema especializado en *YouTube* (Perales & Blanco, 2020). Se delimitó a observar y extraer la data como nombre del canal, número de suscriptores, visualizaciones, frecuencia de publicación, calidad técnica y narrativa de contenido, duración, tasa de retención, tiempo de visualización, formato, tasa de clics, *engagement* y compartidos. La información se obtuvo sin influencia alguna que pudiera alterar el comportamiento habitual de la audiencia.

Se utilizó un diseño de tipo transversal, es decir, se recolectaron los datos en un tiempo único y específico mientras duró la investigación. Se implementó esta metodología con el propósito de describir y analizar la semiótica fílmica en el montaje audiovisual para que arroje resultados de su efectividad en los contenidos de *YouTube* (Cortés & León, 2005).

La población objetiva del estudio estuvo conformada por cineastas y productores de contenido audiovisual de canales de *travel* y turismo cinemático de *YouTube*. Esta población incluyó a profesionales de varios países especializados en producción cinemática de alta calidad, en áreas como narrativa, dirección de arte y fotografía, estilos y estructura de montaje, nivel de experiencia y experticia. De esta manera, abarcamos un grupo lo suficientemente representativo para sus respectivas audiencias y nichos. Adicionalmente, se realizaron entrevistas a profundidad a tres expertos en comunicación y producción audiovisual de Ecuador para entender sus experiencias y opiniones de manera detallada.

Universo y muestra

El universo de la investigación se basó en las interacciones como (visualizaciones y su duración, tasa de clics CTR, me gusta y no me gusta compartidos, comentarios, suscriptores.) generadas en las cuentas de *Youtube* seleccionadas durante el tiempo de análisis. Este tipo de investigación se enfocó en los datos digitales, interacciones que se midieron en el periodo del 01 al 28 de octubre del 2024, con datos digitales y métricas obtenidas y gestionadas en la plataforma *Youtube*.

Técnicas de recopilación de datos

Para el presente estudio se utilizó la técnica de entrevista estructurada aplicada a tres especialistas en el área de comunicación estratégica digital y audiovisual, con el fin de obtener un entendimiento específico y detallado de sus opiniones, experiencias y experticias (Cortés y León, 2005).

El análisis de datos secundarios, o analítica de métricas, es una técnica de estudio muy versátil que permitió utilizar información previamente recolectada para fines específicos, sin ningún tipo de intervención directa en la recolección de datos, lo que resultó especialmente útil en el análisis de las métricas de interacción en redes sociales (Marín-Gutiérrez, 2020). Para este estudio se utilizaron instrumentos como la ficha de observación de *YouTube* y las matrices de observación.

Las herramientas que se utilizaron para el análisis digital fueron *Social Blade*, *Semrush* y *YouTube Analytics* (Capriotti & Zeler, 2023).

Validación de instrumentos

Todos los instrumentos utilizados en este estudio han sido validados por expertos en el área de la Comunicación estratégica digital y audiovisual, a través del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC), una técnica que consistió en evaluar la pertinencia de los ítems (Hernández-Nieto, 2002). Este coeficiente midió el acuerdo entre los expertos sobre la validez de los ítems del cuestionario, obteniendo en este estudio un CVC alto para todos los ítems, lo que garantiza su fiabilidad. Para evaluar la confiabilidad del instrumento, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un valor de 0.82, lo que indica una consistencia interna adecuada en los ítems del cuestionario (Cronbach, 1951)." Además, se usó, *JASP* que es un *software* de análisis estadístico de código abierto, poderoso, intuitivo y accesible; diseñado para facilitar el análisis de datos con inmediatez**.**

Resultados

En los resultados de la guía de observación aplicada al sujeto de estudio, se describen los siguientes resultados:

Tabla 1. Interacciones, engagement y el technical quality de las publicaciones de Youtube

Contenido	Vistas	Likes	Comentarios	Duración "s"	Suscriptores	Quality
Clip 1	4500000	152000	3685	221	181000	Muy buena
Clip 2	3200000	98000	2000	167	90000	Muy buena
Clip 3	390200	5600	223	214	781000	Buena
Clip 4	10000000	115000	5531	295	781000	Buena
Clip 5	11400000	126000	8000	280	262000	Muy buena
Clip 6	2800000	82000	8000	518	600000	Muy buena
Clip 7	513700	34000	4000	515	600000	Muy buena
Clip 8	10850	760	23	11	600000	Regular
Clip 9	2100000	48000	3350	280	470000	Muy buena
Clip 10	64500000	2100000	11000	10	1150000	Excelente
Clip 11	9200000	22000	1660	271	1150000	Muy buena
Clip 12	2520000	21000	2546	186	123000	Muy buena
Clip 13	128880	5200	474	239	67600	Buena
Clip 14	1900000	74000	2700	101	344000	Excelente

Contenido	Vistas	Likes	Comentarios	Duración "s"	Suscriptores	Quality
Clip 15	1400000	85000	4000	148	344000	Excelente
Clip 16	852500	28000	1440	60	68300	Muy buena
Clip 17	852100	48000	2902	253	68300	Muy buena
Clip 18	2820000	99000	5424	305	715000	Muy buena
Clip 19	2037921	107000	5136	250	715000	Excelente
Clip 20	2482800	161000	13950	329	715000	Excelente

Fuente: elaboración de los autores

A continuación, los resultados más destacados de la entrevista estructurada.

Tabla 2. Resultados de entrevista a expertos

Pregunta	Phd. Julio Bravo Dircom UNACH	Ms. Ramiro Rúales Docente en Comunicación	Pablo Sarmiento Productor Cine Pro U UCACUE	Resumen
1.- ¿Cómo han evolucionado las técnicas de montaje cinematográfico para adaptarse al formato digital de Youtube?	" Usando técnicas intuitivas y rápidas que permiten mayor flexibilidad y creatividad"	" Uso de nuevos formatos, como los Shorts que son contenidos breves y entretenidos"	"Se emplea una estructura narrativa breve y directa con un ritmo de edición más rápido y cortes que eliminan pausas"	Lo más destacado es el uso de Shorts que son formatos de estructura corta con un ritmo dinámico.
2.- ¿Cuál es su evaluación de las nuevas herramientas y tecnologías digitales para el montaje y creación de contenido audiovisual para Youtube?	"Las herramientas de producción son cada vez más versátiles y al alcance de los creadores de contenido."	"La automatización de tareas, flexibilidad creativa y el uso de la data para mejorar contenido"	"Uso de herramientas flexibles para trabajo en la nube, que permiten ediciones colaborativas en tiempo real."	Todos coinciden en la existencia de herramientas digitales versátiles que mejoran y dinamizan la creación de contenido audiovisual.
3.- ¿Qué elementos del montaje audiovisual considera más efectivos para captar la atención de la audiencia en Youtube?	"Crear una estructura y un ritmo en una línea narrativa de storytelling."	"El uso de una sintaxis fílmica que permita una conexión emocional y empatice con el público objetivo."	"Para captar la atención en YouTube, el montaje debe incluir aperturas rápidas, jump cuts, gráficos y efectos para crear dinamismo. "	Para la creación audiovisual se debe usar la sintaxis fílmica de manera técnica y narrativa para crear significado.
4.- ¿Cómo se aplica el lenguaje cinematográfico y el montaje para crear un ritmo y una estructura narrativa fluida y emocional, para mejorar la percepción de calidad de contenidos en Youtube?	"El orden exacto de planos y una cadencia adecuada, siempre usando el material narrativamente necesario para construir el relato audiovisual."	" Utilizar las convenciones de los códigos y signos del lenguaje cinematográfico; y orquestados para dar forma y coherencia al contenido de Youtube "	"Lenguaje visual (composición, iluminación, color) y música ayudan a evocar emociones y mejorar la calidad de percepción del video.	Los tres coinciden en el uso del lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual para mejorar la percepción de calidad de contenido en Youtube.

Pregunta	Phd. Julio Bravo Dircom UNACH	Ms. Ramiro Rúales Docente en Comunicación	Pablo Sarmiento Productor Cine Pro U UCACUE	Resumen
5.- ¿Cómo cree que las tecnologías de IA han influido en el montaje audiovisual al automatizar tareas y liberar tiempo en el ya competitivo entorno creativo de Youtube?	"La IA en la creación de contenido ayuda a mejorar la productividad, a tener acceso a herramientas rápidas y eficientes y a mejorar y personalizar el contenido de Youtube."	"La IA ha venido a automatizar, transformar y dinamizar el flujo de creación, montaje y distribución de contenidos en Youtube."	"Al automatizar tareas repetitivas, como la sincronización de audio, eliminación de ruido y corrección de color, se ahorra tiempo a los creadores."	Todos coinciden en que la IA es la herramienta clave para mejorar, dinamizar y automatizar tareas en el flujo de trabajo para la realización de videos de Youtube.
6.- ¿Qué papel juega el montaje audiovisual para la construcción de narrativas exitosas en las campañas de comunicación digital en Youtube?	"El papel de crear una estructura fragmentada del tiempo para construir conexiones emocionales y comunicar mensajes coherentes "	"La calidad del contenido audiovisual a través de un montaje bien logrado; generar mayor interacción y retención en las audiencias."	"El montaje construye una historia coherente que conecta emocionalmente con la audiencia. Esto facilita la transmisión del mensaje clave y aumenta el engagement "	Todos coinciden en que el montaje es una herramienta poderosa de construcción de relato fílmico, que facilita la interacción y es la clave para generar engagement.
7.- ¿Cuál es la importancia del lenguaje fílmico en el montaje audiovisual para aumentar el nivel de engagement e interacción de usuarios en un canal de Youtube?	"El uso estratégico de la semántica y semiótica cinematográfica enriquecen el montaje audiovisual, y dan como resultado videos impactantes de alto engagement."	"La gramática visual y sonora, capta la atención, genera interacción, fidelidad, y construcción de comunidad en Youtube."	"Para aumentar el engagement en YouTube, usamos planos atractivos, movimientos de cámara, luces y colores que enriquezcan la narrativa visual."	Existe una coincidencia en que el uso del lenguaje y montaje audiovisual crean calidad de contenido y por consiguiente mantienen el interés, generando interacciones y engagement.
8.- ¿Cuál sería el papel y la responsabilidad del montador como creador de significado en la construcción de contenidos para Youtube?	"El montador es un creador de significado que moldea y da sentido al relato audiovisual."	" Es un estratega digital que usa técnicas cinemáticas de edición, su creatividad e intuición para yuxtaponer distintos planos para que parezcan una sola escena "	"Tiene la responsabilidad de construir una narrativa coherente y atractiva a partir del material disponible, creando significado mediante la selección de planos, ritmo, cortes y transiciones."	Se menciona de manera reiterada el papel crucial del montador para captar y mantener la atención del espectador construyendo un mensaje íntegro que genere conexión con la audiencia.
9.- ¿Cómo se puede utilizar las métricas y feedback de la audiencia de Youtube para mejorar el proceso de creación y montaje de contenido como estrategia de comunicación digital?	"Podemos usar la data para optimizar nuestros contenidos."	El feedback es una poderosa estrategia de retroalimentación constante que permite mejorar el contenido audiovisual."	"Las métricas como los comentarios y "me gusta" permiten mejorar la narrativa según el feedback del público objetivo de Youtube."	Las estrategias más mencionadas fueron la optimización del contenido para aumentar el engagement y la eficacia de la comunicación digital en Youtube.

Pregunta	Phd. Julio Bravo Dircom UNACH	Ms. Ramiro Rúales Docente en Comunicación	Pablo Sarmiento Productor Cine Pro U UCACUE	Resumen
10.- ¿Cree que la semiótica cinematográfica y el montaje influyen en la construcción de un discurso emocional, visual y sonoro coherente y atractivo que pueda producir la viralidad de un video en Youtube? ¿Por qué?	"Si, porque la sintaxis fílmica contiene toda la información de códigos y signos para crear viralidad con el relato audiovisual."	"Si, porque al dominar estas estrategias cinemáticas y aplicarlas de manera efectiva, la posibilidad de alcanzar la viralidad en Youtube se aumenta a gran escala."	" Sí, la semiótica cinematográfica y el montaje influyen en la viralidad de un video al crear un discurso emocional y coherente."	La sintaxis cinematográfica dota de significado visual y sonoro para conectar con la audiencia; así pues, esta cohesión fomenta el impacto y la viralidad en YouTube.

Fuente: elaboración de autores.

Discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación proporcionan una comprensión más profunda del análisis del lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual aplicado al contenido de *Youtube*, y si, éste está realizado creativamente, con una sintaxis fílmica rica en técnicas cinematográficas y con un ritmo dinámico y ordenado; es decir en alta calidad, podemos inferir que esta característica fundamental es la que ayuda de gran manera para aumentar las vistas, los suscriptores y la interacción de la audiencia. En particular, este estudio demuestra que existe una relación directa de la aplicación del lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual para mejorar el contenido de *Youtube* y por tanto su *engagement*, en base al análisis de datos encontramos observamos que existe una interrelación entre las variables de estudio mediante el coeficiente de correlación de *Pearson*; para detallar, podemos interpretar la cantidad de suscriptores y la cantidad de vistas de video ($r=0.499, <0.025$) como una correlación positiva en grado moderada.

Esto nos indica que a medida que los suscriptores aumentan también hay una tendencia de crecimiento a l número de vistas. Es decir, los canales en la que más gente está suscrita suelen tener mayor cantidad de vistas. Por otra parte, la correlación de suscriptores y número de *likes*: ($r=0.455$, $p<0.046$); tiene una correlación positiva moderada en donde los canales que poseen mayor cantidad de suscriptores reciben más *likes* es sus videos. Una correlación positiva importante es la de vistas con likes; ($r=0.512$, $p<0.01$), esto significa los *clips* más vistos tiendes a recibir más *likes.* Para finalizar, la correlación entre likes y número de comentarios; ($r=0.518$, $p<0.01$), que es similar a la anterior con una correlación de indicadores positiva moderada que significa sencillamente que los videos más vistos tienen más comentarios.

En consecuencia, la gramática visual y sonora enriquecen el montaje audiovisual y permiten crear piezas audiovisuales de alta calidad que responden narrativa y emocionalmente a los requerimientos de la audiencia, dando como resultados contenidos impactantes que captan la atención, generan interacción, fidelidad, y construcción de comunidad en *Youtube*. O sea, que la sintaxis

fílmica al contener toda la información de códigos y signos expresada con el relato audiovisual; permite instaurar una conexión emocional y proveer a través de los sentidos un atractivo visual y sonoro; así pues, mediante estas técnicas narrativas se crea experiencias inmersivas, emotivas y coherentes.

Hemos observado que subir contenido periódicamente a *YouTube*, realizado con creatividad y una sintaxis fílmica rica en técnicas cinematográficas, ritmo dinámico y ordenado, es decir, de alta calidad, tiene un impacto significativo en el aumento de vistas, suscriptores e interacción. El *engagement* generado por la audiencia, reflejado principalmente en *likes* y comentarios, muestra que este tipo de contenido logra establecer una conexión fuerte y emocional con su público objetivo. Además, una pieza audiovisual puede volverse viral, es decir, alcanzar una gran cantidad de vistas en poco tiempo, cuando ha sido creada con experticia en semántica audiovisual y *storytelling*, aplicados a través de la visión creativa del editor. Por lo tanto, la calidad de la pieza, al ser difundida, se relaciona directamente con factores como el tiempo de visualización y la retención de la audiencia.

En conclusión, un contenido de impacto mantiene una comunidad activa que genera más *engagement*. Sin embargo, para realizar una valoración más precisa, no solo analizamos los datos cuantitativos, sino que los complementamos con datos cualitativos, como la calidad técnica del contenido concebido a través de la semiótica fílmica, que aporta significado, coherencia y conexión emocional con la audiencia. En otras palabras, el nivel de calidad del contenido es crucial porque atrae más audiencia, lo cual se traduce en una mejor interacción y en el éxito de la comunicación estratégica audiovisual en *YouTube*.

Comparado con investigaciones previas, los resultados de este estudio presentan similitudes. Por ejemplo, Cal (2015), en su trabajo "Evoluciones del lenguaje cinematográfico en la era digital", destaca que los códigos estéticos y narrativos del cine, que luego se extendieron a otros formatos digitales, han sido continuamente renovados. Este estudio concluye que, en la era digital y la posmodernidad, han surgido nuevas maneras de influir en el desarrollo del lenguaje cinematográfico. Nuestro análisis coincide en que el lenguaje fílmico aplicado al montaje sigue siendo efectivo en los contenidos de *YouTube*. Sin embargo, la naturaleza interactiva de las audiencias en esta plataforma permite que la semiótica cinematográfica se adapte a los conceptos creativos y a las ideas de producción generadas por el feedback del público, gracias a la sólida base teórica de la cinematografía.

Por su parte, Segarra-Saavedra & Hidalgo-Marí (2018), encontraron que el *storytelling*, como técnica narrativa, se ha convertido en un formato en auge y cada vez más relevante. Esta observación refuerza nuestro estudio sobre el poder persuasivo y emocional de la sintaxis audiovisual dentro de la estructura del montaje.

A diferencia del trabajo "*YouTube* y los nuevos convencionalismos visuales en base al montaje" (Fernández & Infante, 2024), que se centra en cómo los nuevos creadores audiovisuales desarrollan propuestas inspiradas en tendencias de redes sociales, nuestro análisis incorpora la evo-

lución de la teoría de la sintaxis fílmica. Esta teoría, basada en códigos y signos cinematográficos, permite crear significado, establecer conexiones emocionales y ofrecer un atractivo visual y sonoro. Evidenciamos que el lenguaje cinematográfico, aplicado a la estructura y ritmo del montaje, orquesta de manera creativa diversos recursos de la semiótica y semántica audiovisual, elementos esenciales para conectar con la audiencia. Sin una correcta utilización, resulta difícil generar esa conexión emocional.

García (2024), señala que, al combinar de manera efectiva y creativa estos elementos, se puede satisfacer a una audiencia cada vez más exigente. Nuestro análisis no solo complementa la literatura existente, sino que también aporta nuevos ángulos de discusión. Además, abre la puerta a futuras líneas de investigación relacionadas con este tema. En la actualidad, las plataformas digitales específicamente *Youtube*, están produciendo nuevos códigos o convenciones que redefinen los estilos tradicionales; los formatos verticales y cortos implican adaptaciones en la forma de contar las historias; a esto sumamos las estéticas visuales de las nuevas redes sociales. Los hallazgos también tienen implicaciones prácticas significativas para la creación audiovisual.

El hecho de que el lenguaje cinematográfico en el montaje audiovisual pueda aplicarse en estrategias de comunicación digital para *Youtube*; sugiere que las organizaciones pueden utilizar este estudio para aplicarlo directamente en las estrategias de marketing digital. Esto es particularmente relevante para canales que están dentro del nicho analizado, pero también puede ser aplicado a otras audiencias, teniendo como resultado una influencia positiva en los videos de *Youtube*. Por otro lado; nuestro estudio permite conocer la sintaxis audiovisual; es decir, su conocimiento y aplicación como una base teórica sólida que permita crear una vínculo profundo con la audiencia, por ejemplo humanizar nuestra marca con autenticidad y credibilidad y de esta manera generar confianza; ahora bien, su interiorización permite el uso de técnicas sofisticadas de montaje que pueden ser adaptadas a múltiples plataformas y formatos audiovisuales y de esta manera democratizar la creación profesional de video, y generar oportunidades claras de negocio.

A pesar de la relevancia de los resultados, esta investigación puede presentar algunas limitaciones en el estudio, esto debido a que la especificidad de los objetivos y el enfoque puede dar pie a caer en la subjetividad en la interpretación; otra causalidad es el tipo de nicho y sus implicaciones culturales; adicionalmente tenemos que analizar que estamos ante el hecho de un progreso constante de la tecnología en donde las plataformas como *Youtube* evolucionan tanto en las herramientas de creación audiovisual como en las tendencias de las audiencias. Para futuros artículos se sugiere; ampliar el estudio a más métricas de *YouTube*, como la tasa de retención de audiencia y *CTR*, para la identificación de puntos o hitos de baja atención para replantear el montaje y generar interés permanente; identificar y estudiar las herramientas de realidad aumentada; o las posibilidades estéticas y narrativas del metaverso, otros temas podrían ser el lenguaje cinemático orientado a los elementos retóricos del cine o un estudio detallado y fascinante de la inteligencia artificial generativa *IA* para sintaxis cinematográfica.

Conclusión

Los resultados de este estudio han permitido identificar y comprender los factores clave que influyen en el análisis del lenguaje cinematográfico del montaje audiovisual y su impacto en las estrategias de comunicación digital en *Youtube*. En particular, se ha demostrado que ésta es una estrategia de comunicación digital que a más de mejorar en gran manera la calidad estética y narrativa del contenido; crea un nivel alto de persuasión, comunicando nuestras ideas de manera clara y genuina, que produce un vínculo fuerte con el público objetivo. Así pues, creamos una sinergia entre el lenguaje fílmico presente en el montaje audiovisual con la estrategia de comunicación en *Youtube*; gracias a ello el contenido transmite un impacto visual y sonoro; diferenciador, coherente y atractivo que aumenta el nivel de *engagement* en la audiencia adaptándose dinámicamente a sus preferencias. Una de las principales aportaciones de este trabajo es haber revelado que tanto el lenguaje cinematográfico como el montaje audiovisual desempeñan un papel primordial para obtener éxito en las campañas de comunicación en *Youtube*; debido a que nos permite tener bases firmes para estudiar e implementar técnicas cinemáticas sofisticadas en la curva narrativa del montaje y así mostrar una visión creativa que se alinea a los códigos y signos de la sintaxis fílmica para romper el molde y producir piezas audiovisuales que trascienden, inspiren y conecten con la gente. Finalmente, este estudio ofrece una visión práctica sobre la construcción de estructuras narrativas audiovisuales efectivos para los entornos digitales, por tal razón; el impacto de los resultados en este campo subraya la relevancia de seguir investigando este tema, con el fin de lograr avances significativos tanto en el ámbito teórico como práctico.

Referencias

Arango Obregón, C. G. (2019). *El actuante: aspectos teóricos y prácticos para la dirección cinematográfica a favor del trabajo interpretativo del actor [Trabajo de grado, Universidad de Antioquia].*

Balseiro Pérez, M. (2016). *La cabeza caliente: un gran paso adelante en el movimiento de cámara. UOC.*

Barberena, M. I., & Jaunarena, J. (2017). *El lenguaje audiovisual en la edición.* Cuadernos de Cátedra.

Barroso, J. (2008). *Realización audiovisual.* Síntesis.

Bulecevich, L., & Haile, R. (2020). *Construyendo el sentido del plano.* Taller de producción audiovisual I.

Bunpot, M. P., & Prayong, P. (2020). *The Production Process of Kachapa Pa Pai Doo Television Program*. Thammasat University, Faculty of Journalism and Mass Communication.

Cal, J. C. C. (2015). Evoluciones del lenguaje cinematográfico en la era digital. *Revista ComHumanitas, 6*(1), 40-51.

Caldevilla-Domínguez, D., Blanco-Pérez, M., & Barrientos-Báez, A. (2022). Drones y comunicación: hacia una metodología para un análisis visual aplicado. *Interciencia, 47*(5), 166-172.

Camarero Calandria, E. (2020). *Comunicación Audiovisual. Apuntes de la asignatura.* Brújula.

Cchalkho, R. J. (2014). Diseño sonoro y producción de sentido: la significación de los sonidos en los lenguajes audiovisuales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos, (50), 127-252.*

Cossalter, J. (2014). El cine experimental de cortometraje en la argentina de los años sesenta y setenta: apropiaciones y vinculaciones transnacionales. *European Review of Artistic Studies, 5*(4), 32-49.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Diseño y conducción de la investigación de métodos mixtos*. Tecnos.

Cortés, M. E. C., & León, M. I. (2005). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Universidad Autónoma del Carmen.

Delgadillo, R. (2011). Teorías sobre montaje audiovisual. *Punto cero, 16*(22), 69-77.

Fajardo Uribe, L. A. (2009). A propósito de la comunicación verbal. *Forma y función, 22*(2), 121-142.

Fernández, S. M., & Infante, M. P. (2024). YouTube y los nuevos convencionalismos visuales en base al montaje. *Revista de comunicación, 23*(1), 315-330.

García, F. G. (2024). *Creatividad en la narrativa publicitaria: Estrategia, contenidos y discursos.* ESIC.

García, F. G., & Rajas, M. (Eds.). (2011). *Narrativas audiovisuales: el relato.* Icono 14 editorial.

Garzón Quiroz, M. Q. (2022). Análisis informétrico del metaverso en canales y vídeos hispanoparlantes de YouTube. *Podium, (41), 141-156.*

Gómez, O. (2018). *Análisis de la narrativa audiovisual de los Youtubers y su impacto en los jóvenes colombianos* [Tesis de doctorado, Universidad de Málaga].

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Marín-Gutiérrez, I. (2020). *Métodos y técnicas de la investigación.* EdiLoja.

Martin, M. (2008). *El lenguaje del cine.* Gedisa.

Medrano, C. (2009). *El Storyboard. Guiones para medios audiovisuales.*

Menacho, L. (2019). Corte y conexión. Montaje y forma musical en *Canope,* de Claude Debussy. *Armiliar, (3).*

Molina Azorín, J. F. (2016). Los métodos mixtos en la investigación en dirección y gestión de empresas: Estado actual y retos futuros. *Intangible Capital, 12*(1), 35-72. https://doi.org/10.3926/ic.652.

Morante, F. M. (2014). *Montaje audiovisual: teoría, técnica y métodos de control.* Editorial UOC.

Morante, L. F. M. (2009). *Serguei Eisenstein: montaje de atracciones o atracciones para el montaje.* Siglo XXI.

Ortiz, M. J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales. Universidad de Alicante.*

Pérez Chávez, G. S. (2021). *El lenguaje visual de Spider-man: into the Spider-verse [Trabajo de grado, Universidad de Malaga].*

Perales, R., & Blanco, P. (2020). *Métodos de observación en comunicación digital.* Alianza Editorial.

Prosper Ribes, J. (2019). El suspense cinematográfico: montaje y organización temporal. *Miguel Hernández Communication Journal (Online), 10*(2), 303-321.

Quiroz Linares, A. D. R. (2016). *La estetización de la violencia en las películas Inglourious Basterds y Django Unchained del cineasta Quentin Tarantino como un instrumento enunciativo de la violencia de las víctimas y los victimarios* [Trabajo de grado, Pontificia Universidad Católica del Perú].

Rafael García, K. A., & Reynaldo Moreno, Y. L. (2022). *Análisis del rol de los elementos del lenguaje visual en la película Retablo, Lima. 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo].

Rincón, O., & Huertas, A. (2003). *Métodos y técnicas de investigación en comunicación social.* Grupo Editorial Norma.

Rivera, M. (2021). Tramas y urdimbres: el universo textil en las películas del Archivo Etnográfico Audiovisual. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades, 42*(91), 93-119.

Rodríguez, J. (2023). *Producción de Noticias Televisivas en Español en Estados Unidos de América. Mavs Open Press.*

Rodríguez Reséndiz, P. O. (2020). *Inteligencia artificial y datos masivos en archivos digitales sonoros y audiovisuales.* Unesco.

San Miguel, B. G. (2002). La luz como elemento expresivo de la narrativa audiovisual. *Comunicar, (18), 101-110.*

Segarra-Saavedra, J., & Hidalgo-Marí, T. (2018). Viralidad e interacción. Análisis del engagement de los diez anuncios más vistos en YouTube en España en 2016. *Icono, 16*(1), 47-71.

Vanegas, W. L. P. (2016). Un modelo semiótico para la lectura del discurso cinematográfico. *AdVersuS: Revista de Semiótica, 30,* 152-171.

Velasco, R. D. (2011). Teorías sobre montaje audiovisual. *Punto Cero. Universidad Católica Boliviana, 16*(22), 69-77.

Viarengo, M. (2001). Algunos elementos de cine. *Cinematográfico, 39.*

Autores

Hugo Fabián Gálvez Tapia. Cuarto nivel de posgrado de Maestría en Comunicación Estratégica Digital y Audiovisual, Productor, Director Movie∞Arts Productora Digital, Docente UNACH, UNIDEC.
José Luis Rodríguez Manzano. Universidad Católica de Cuenca.

Declaración

Conflicto de interés
No tenemos ningún conflicto de interés que declarar.
Financiamiento
Sin ayuda financiera de partes externas a este artículo.
Nota
El artículo es original y no ha sido publicado previamente.