

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW	
OF	COMMUNICATION	
AND	MARKETING	MIX

*the mainstream review on
communication*

N. 4, VOL. 2

institucional.us.es/irocamm

<https://revistascientificas.us.es/index.php/IROCAMM>

VOL 2

N.4



Editorial Universidad de Sevilla



PUBLISHERS

University of Seville

PUBLISHING LOCATION

Seville – Spain

E-MAIL AND WEBSITE

irocamm@us.es

<http://institucional.us.es/irocamm>

<https://editorial.us.es/es/revistas/irocamm-international-review-communication-and-marketing-mix>

ORIGINAL DESIGN

LA HUERTA

www.lahuertaagencia.com

ISSN

2605-0447

DOI

<https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM>



© Editorial Universidad de Sevilla 2021



Authors guarantee the authorship and originality of the articles, and assume full and exclusive responsibility for damages that may occur as a result of third party claims regarding content, authorship or ownership of the content of the article.

IROCAMM.

INTERNATIONAL	REVIEW
OF	COMMUNICATION
AND	MARKETING MIX



EDITOR

Ph.D. Gloria Jiménez-Marín (University of Seville)

GUEST EDITOR - SPECIAL ISSUE

Ph.D. Hada Sánchez Gonzales (University of Seville)

ASSISTANT EDITORS

Ph.D. Irene García Medina (Glasgow Caledonian University)

Ph.D. Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville)

Ph.D. Pedro A. Correia (Universidade da Madeira)

Ph.D. María del Mar Ramírez Alvarado (University of Seville)

Ph.D. Cristina González-Oñate (Universitat Jaume I)

Ph.D. Paloma Sanz-Marcos (University of Cadiz)

TECHNICAL SECRETARY

Ph.D. Elena Bellido-Pérez (University of Seville)

Ph.D. st. José Vázquez-González (University of Seville)

ADVISORY BOARD

- Ph.D. Sandra Bustamante Martinez (Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina): sabustamante@gmail.com
Ph.D. Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad Complutense de Madrid, España): fcabezue@ucm.es
Ph.D. Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Ph.D. Pedro Cuesta Valiño (University of Alcalá, Spain): pedro.cuesta@uah.es
Ph.D. Carlos Fanjul Peyró, Universitat Jaume I, España
Ph.D. Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro, Brasil): patriciafariascoelho@gmail.com
Ph.D. Susan Giesecke (University of California Berkeley): sgiesecke@berkeley.edu
Ph.D. Mònika Jiménez Morales (Universitat Pompeu Fabra): monika.jimenez@upf.edu
Ph.D. Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya): flalueza@uoc.edu
Ph.D. Umberto León Domínguez (U. de Monterrey): umberto.leon@udem.edu
Ph.D. Javier Lozano Del Mar (U. Loyola): jlozano@uloyola.es
Ph.D. Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante): juan.monserrat@ua.es
Ph.D. Concha Pérez Curiel (University of Seville): cperez1@us.es
Ph.D. Aránzazu Román-San-Miguel (University of Seville): arantxa@us.es
Ph.D. Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (University Pablo de Olavide): nuriacri@upo.es
Ph.D. Carmen Silva Robles (Universitat Oberta de Catalunya): csilvaro@uoc.edu

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Ph.D. Eduardo Ahumada-Tello (Autonomous University of Baja California - MX): eahumada@uabc.edu.mx
Ph.D. Ana Almansa Martínez (University of Malaga - SP): anaalmansa@uma.es
Ph.D. Alejandro Álvarez Nobell (University of Malaga - SP): aan@uma.es
Ph.D. Víctor Álvarez-Rodríguez (University of Cadiz - SP): victoralvrod@gmail.com
Lindsey Carey (Glasgow Caledonian University – UK): l.carey@gcu.ac.uk
Ph.D. Andreu Casero Ripollés (University Jaume I - SP): casero@uji.es
Ph.D. Bárbara Castillo-Abdul (University of Huelva - SP): barbara.castillo@urjc.es
Ph.D. Pedro Cuesta Valiño (University of Alcalá - SP): pedro.cuesta@uah.es
Ph.D. Carmen Echazarreta Soler, University of Girona - SP): carmen.echazarreta@udg.edu
Ph.D. Rodrigo Elías Zambrano (University of Seville - SP): rodrigoelias@us.es
Ph.D. Patricia M. Farias Coelho (U. Santo Amaro / U. Metodista de São Paulo - BRI): patriciafariascoelho@gmail.com
Ph.D. Jesús Miguel Flores Vivar (Complutense University of Madrid - SP): jmflores@ucm.es
Ph.D. Araceli Galiano-Coronil (University of Cadiz - SP): araceli.galiano@gm.uca.es
Ph.D. Edgar Julián Gálvez Albarracín (Valley University, COL): edgar.galvez@correounivalle.edu.co
Ph.D. Susan Giesecke (University of California Berkeley - USA): sgiesecke@berkeley.edu
Ph.D. Cristina González Oñate (University Jaume I - SP): onate@com.uji.es
Ph.D. Guillermo Antonio Gutiérrez Montoya (U. Don Bosco University - SAL): guillermo@udb.edu.sv
Ph.D. Begoña Gutiérrez San Miguel (University of Salamanca - SP): bgsm@usal.es
Ph.D. Emily Harmer (University of Liverpool - UK): E.Harmer@liverpool.ac.uk
Ph.D. Judith J. Hernández García de Velazco (La Costa University CUC, COL): jhernand86@cuc.edu.co
Ph.D. Javier Herrero-Gutiérrez (University of Salamanca - SP): javiherrero82@usal.es
Ph.D. Tatiana Hidalgo-Marí (University of Alicante - SP): tatiana.hidalgo@ua.es
Ph.D. Bertil Hultén (Kalmar University - SW): bertil.hulten@gmail.com
Ph.D. Mònika Jiménez Morales (Universita Pompeu Fabra - SP): monika.jimenez@upf.edu
Ph.D. Montserrat Jurado Martín (Miguel Hernández University - SP): mjurado@umh.es
Ph.D. Antonino Lagan (Universitat de Messina – IT): lagan@tin.it
Ph.D. Ferran Lalueza Bosch (Universitat Oberta de Catalunya - SP): flalueza@uoc.edu
Ph.D. Umberto León Domínguez (U. de Monterrey - MX): umberto.leon@udem.edu
Ph.D. Ursula Maier-Rabier (University of Salzburg - AU): ursula.maier-rabler@sbg.ac.at
Ph.D. Rosalba Mancinas-Chávez (University of Seville - SP): rmancinas@us.es
Ph.D. Carmen Marta Lazo (Universidad of Zaragoza - SP): cmarta@unizar.es
Ph.D. Marcos Rogério Martins Costa (Unified University of the State of São Paulo - BR): marcosrmcosta15@gmail.com
Ph.D. Javier Marzal Felici (University Jaume I - SP): marzal@uji.es
Ph.D. Julie McColl (Glasgow Caledonian University - UK): J.McColl2@gcu.ac.uk
Ph.D. Juan Monserrat Gauchi (University of Alicante - SP): juan.monserrat@ua.es
Ph.D. Antonio Naranjo Mantero (University of Silesia – POL): a.naranjo-mantero@us.edu.pl
Ph.D. Estela Núñez Barriopedro (Universidad of Alcalá - SP): estela.nunezb@uah.es
Ph.D. Elisa Palomino (University of the Arts London - UK): e.palomino@csm.arts.ac.uk
Ph.D. Marco Pedroni (U. di Ferrara – IT): marcoluca.pedroni@unife.it
Ph.D. Pedro A. Correia (Universidade da Madeira - PT): pacorreia@staff.uma.pt
Ph.D. Christian Plantin (Université de Lyon - FR): Christian.Plantin@univ-lyon2.fr
Ph.D. Belén Puebla Martínez (University Rey Juan Carlos - SP): belen.puebla@urjc.es
Ph.D. Marina Ramos Serrano (University of Seville - SP): mramos@us.es
Ph.D. Rafael Ravina-Ripoll (University of Cadiz - SP): rafael.ravina@uca.es
Ph.D. Hermes Renato Hildebrand (State University of Campinas - BR): hrenato@iar.unicamp.br
Ph.D. Paulo Ribeiro Cardoso (Universidade Fernando Pessoa - PT): pcardoso@ufp.pt
Ph.D. Heitor Romero Marques (Dom Bosco University - BR): heiroma@ucdb.br
Ph.D. Ricardo San Martín (University of California Berkeley - USA): rsanmartin@berkeley.edu
Ph.D. Jesús Segarra-Saavedra (University of Alicante - SP): jesus.segarr@gcloud.ua.es
Ph.D. Luis B. Tobar-Pesántez (Salesian Polytechnic University - EC): ltobar@ups.edu.ec
Ph.D. Victoria Tur Viñes (University of Alicante - SP): victoria.tur@gcloud.ua.es
Ph.D. Sandra Vilajoana Alejandre (Universitat Ramón Llull - SP): sandrava@blanquerna.edu
Ph.D. Kent Wilkinson (Texas Tech University - USA): kent.wilkinson@ttu.edu
Ph.D. Sung-Un Yang (Indiana University - USA): yang223@indiana.edu

INDEX

IROCAMM, N. 4, V. 2 (July - December 2021)

La figura del artista-celebrity en el contexto publicitario. Análisis de casos

Fernando Sánchez Morote (Universidad Autónoma de Madrid - Universidad Complutense de Madrid. Spain) **8-20**

La importancia del marketing sensorial en las tiendas de jamones: el caso de Viandas Hacienda Zorita en Salamanca

Sandra Lizzeth Hernández Zelaya. (Universidad Pontificia de Salamanca. Spain) **21-34**

Internal marketing in the last decade: a systematic review

Abubakar Musa, Dr. Mukaila Adebisi Ijaiya & Dr. Umaru Mustapha Zubairu (Department Of Entrepreneurship And Business Studies, Federal University Of Technology Minna, Nigeria) **35-45**

Gili Eco Trust's Social Marketing Strategy in Building Community Awareness in Realizing Gili Trawangan Zero Waste in 2019/2020

Yeni Rosilawati & Najhalidi Abdul Dirjan (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Indonesia) **46-54**

Is time to reach customer product acceptance influenced by advertising support?

Mitchell J. Peran (SHS Scarsdale School, United States of America) **55-59**

Sección Especial Monográfico Sociedad Española de Periodística/ Special Monographic Section Spanish Society of Journalism

Guest editor: Hada M. Sánchez Gonzales (University of Seville)

La síntesis audiovisual a través de Youtube: análisis del uso de la imagen, tiempo, texto escrito y oral

Sara Escudero García & José Luis Valero Sánchez (Universitat Autònoma de Barcelona. Spain) **60-80**

Periodismo digital, reconfigurando los modelos de negocio y representando un nicho de mercado para emprendedores

Francisco Saucedo Espinosa & Juan Antonio Sánchez Garza (Universidad Autónoma de Nuevo León. México) **81-92**

La síntesis audiovisual a través de Youtube: análisis del uso de la imagen, tiempo, texto escrito y oral

Audiovisual synthesis through YouTube: analysis of the use of image, time, written and oral text

Sara Escudero García

Universitat Autònoma de Barcelona. Spain.

info@saraescudero Garcia.org

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9688-2965>

José Luis Valero Sancho

Universitat Autònoma de Barcelona. Spain.

jose Luis.valero@uab.cat

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4196-4573>

Resumen

Esta comunicación presenta un análisis de los 7.763 segundos que componen 30 síntesis audiovisuales con una duración máxima de diez minutos y medio, publicadas en la red social YouTube entre 2009 y 2020. Nuestra metodología se ha basado en estudiar cómo se emplea su texto oral, en conjugación con sus imágenes y texto escrito en el tiempo para dar forma al relato didáctico, además de apoyarse en referencias bibliográficas. Del mismo modo, 15 de las síntesis audiovisuales analizadas están en el idioma español y otras 15 en inglés, con el fin de esclarecer si la comunicación se efectúa de manera similar, incluso con el cambio de idioma. En base a los resultados obtenidos, hemos observado que existen indicios de que en todas las comunicaciones hay elementos coincidentes en su uso y frecuencia. Debido al aumento de publicaciones de comunicaciones audiovisuales didácticas a través de RR.SS. en los últimos años, pensamos que este análisis puede ayudar tanto a futuros investigadores, como a productores de síntesis audiovisual.

Palabras clave

Síntesis audiovisual; comunicación; didáctica; Youtube; vídeo; relato.

Abstract

This communication presents an analysis of the 7,763 seconds that make up 30 audiovisual syntheses with a maximum duration of ten and a half minutes, published on the YouTube social network between 2009 and 2020. Our methodology has been based on studying how the oral text is used, in conjugation with their images and text written over time to shape the didactic story, in addition to relying on bibliographic references. In the same way, 15 of the audiovisual syntheses analysed are in the Spanish language and another 15 in English, in order to clarify if the communication is carried out in a similar way, even with the change of language. Based on the results obtained, we have observed that there are indications that in all communications there are elements that coincide in their use and frequency. Due to the increase in publications of educational audiovisual communications through Social Media in the recent years, we think that this analysis can help both future researchers and producers of audiovisual synthesis..

Keywords

Audiovisual synthesis; communication; didactics; YouTube; video; story.

1. Introducción

En los últimos años, la publicación de contenidos didácticos a través de canales como YouTube se han incrementado notablemente. Este hecho ha dado lugar a nuevas posibilidades educativas y comunicativas, tal y como indican los estudios de Rojas (2018), Ramírez-Ochoa (2016) o Salinas (2012). Dentro de estos, uno de los tipos de vídeos que ha tenido una destacable presencia es la Síntesis Audiovisual (SA), entendiendo como tal a la comunicación audiovisual formada por imágenes (estáticas y en movimiento), voz y texto escrito; cuyo contenido es denotativo, didáctico y autónomo, es decir, que versa sobre un relato narrativo, descriptivo, expositivo y/o argumentativo (Escudero y Valero, 2021).

El análisis que presentamos en las siguientes páginas, estudia 30 SA segundo a segundo, con el fin de esclarecer qué herramientas, elementos y recursos comunicativos se emplean en ellas, así como la frecuencia con la que se utilizan.

Todos los resultados del estudio presentan: por un lado, los datos y porcentajes globales; y por otro, comparan las SA en dos idiomas distintos (15 en español y 15 en inglés), con el fin de conocer si se dan cambios en la comunicación teniendo la lengua como variable dependiente (Núñez, 2007), o si se utilizan elementos y recursos similares en ambos

2. Objetivos y preguntas de investigación

Nuestro planteamiento tiene como referencia los estudios de Mayer (2020) y Clark y Mayer (2016), que establecieron el "Principio de Multimedia", según el cual, una comunicación es más efectiva si se escucha, ve y lee a la vez. Nuestro objetivo principal ha sido analizar las bondades comunicativas de las distintas SA y buscar elementos coincidentes entre sí. Tal como hemos citado previamente, además, se persigue conocer si se producen cambios en dichos elementos en las SA de dos idiomas: español e inglés.

Nuestras preguntas de investigación son las siguientes:

P1: ¿Existen elementos coincidentes a la hora de establecer la comunicación dentro de la SA?

P2: Entre las SA en inglés y español ¿siguen estando estos mismos elementos o se producen cambios significativos a la hora de comunicar?

3. Método

La metodología empleada para esta investigación se apoya en la observación y cuantificación de herramientas y recursos comunicativos utilizados en todas las SA, bajo la premisa de llegar a unos resultados fiables, tal y como proponen autores como Hernández, Fernández y Baptista (1997) o Wimmer y Dominick (2011) sobre los estudios correlacionales.

IROCAMM

VOL. 2, N. 4 - Year 2021

Received: 28/05/2020 | Reviewed: 14/06/2021 | Accepted: 17/06/2021 | Published: 31/07/2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v02.i04.06>

Pp.: 60-80

e-ISSN: 2605-0447

Se trata de un análisis instrumental extendido a varios casos (Aguirre et al., 1997), en el que se examinan primero todas las SA una por una, así como después se pasa a cuantificar y comparar entre ellas cada uno de sus elementos y recursos comunicativos utilizados.

De esta manera, se han medido y relacionado:

1. El número de visualizaciones con su duración
2. Los tipos de relato
3. La presencia o ausencia de personajes
4. Cada cuantos segundos se produce un cambio de escena
5. Los tipos de transiciones
6. Los movimientos de cámara y los tipos de plano
7. Aparición de manos como elementos indicadores de la narración
8. El tipo de imágenes que aparecen y cuántas
9. El número de palabras escritas legibles
10. El audio
11. La síncreisis, entendiendo como tal al contenido que se ve y se oye al mismo tiempo (Chion, 1993).

Del mismo modo, se ha realizado una selección de SA que debían cumplir con algunos requisitos indispensables. En nuestra investigación, la variable independiente (VI) la constituye el contenido del tema del vídeo. La dependiente (VD) ha sido el cambio de idioma para tratar los mismos temas con el mismo producto audiovisual. Para controlar las variables extrañas, establecimos unos límites del estudio muy claros que todas las SA debían cumplir.

3.1. Límites del estudio y consideraciones previas

Con el fin de poder acotar nuestra investigación y realizar un análisis homogéneo y verificable, tal y como nos proponen autores como Arias (2006) o Niño (2020), hemos querido fijar unos límites que se corresponden con unas condiciones previas que todas las SA propuestas para analizar debían poseer.

Por lo tanto, las SA de este estudio se han escogido intencionadamente, por cumplir con los siguientes requisitos:

- Accesibilidad y actualidad: Todas debían estar publicadas en la red social YouTube, por ser la segunda red social más usada a nivel mundial (Statista, 2021) y la más específica de vídeo -frente a Facebook, que es la primera, pero trabaja más formatos-. Además, tenían que poseer cierta popularidad, teniendo como mínimo 2.000 visualizaciones. Así, la SA más conocida tiene 10.418.421 visualizaciones y la que menos 2.702. Dado que la fama de este tipo de vídeos comenzó a incrementarse en los últimos once años y, con objeto de que éstos gozaran de cierta actualidad, debían haberse publicado entre 2009 y 2020.
- Pluralidad de contenidos: Mayer (2020), quien realizó más de 200 estudios comparativos sobre aprendizaje multimedia, afirma que: "The growing number of meta-analyses involving various multimedia principles is enable by the growth in the size of the empirical research base. This growing research base allows us to draw conclusions about what works with a higher level of certainty" (p.xii). Con objeto de saber si la temática influía en su modo de realización (VI), se seleccionaron contenidos de materias distintas y estos temas sí debían coincidir en ambos idiomas al menos una vez. Concretamente, se tratan los siguientes: historia, ciencia, instrucciones, biografía, arquitectura, psicología y salud.
- Corta duración: El tiempo de duración de la SA es breve, ya que sintetiza la información y se diferencia de este modo -además de en otros aspectos- de productos audiovisuales como el

documental o el magazine informativo. Así, ninguna de las SA debía superar los diez minutos. Concretamente, el tiempo máximo de las SA analizadas se sitúa en 9' 38" sin contar con los créditos (10' 30" en total), y el tiempo mínimo es de 1' 36".

- Equidad idiomática: Según Kerlinger y Lee (2005), dentro de los objetivos de la ciencia se "determina de forma sistemática las interrelaciones entre un grupo de variables" (p.19). Y como hemos citado previamente, nuestra VD es el cambio de idioma. Esto nos ha llevado a ser equitativos con este asunto, con el fin de que nuestras mediciones estuvieran en igualdad de condiciones. Así, escogimos el mismo número de SA en inglés que en español, por lo que se seleccionaron 15 de cada lengua. Además, dos de los vídeos en español tienen su versión en inglés de los mismos autores (en total, 4 vídeos). Lo que nos interesaba era también conocer si realizar un cambio en el idioma, podría suponer algún cambio en sus imágenes, tiempo, audio y texto escrito, aun tratándose de los mismos autores/as.

Fueran usados o no como estrategia de posicionamiento de alguna marca en concreto -al encontrarse algunas de ellas publicadas en un canal corporativo-, el 100% de los contenidos debía ser didáctico, divulgativo y basado en contenidos reales. Por lo tanto, si existen créditos promocionales, no se han tenido en cuenta para este análisis.

En la Tabla 1, se pueden apreciar todas las SA escogidas para nuestro estudio, con sus temáticas, duración y número de visualizaciones.

Tabla 01. Listado de SA analizadas y características principal

Nº	Síntesis audiovisual	Autor/a	Temática	Idioma	Visualizaciones	Duración
1	5 puntos para una Nueva Arquitectura - Le Corbusier	Academia Play	Arquitectura	Español	166.733	2:30
2	¿Cómo funciona un aerogenerador?	Acciona	Ciencia / Física	Español	1.342.029	2:46
3	Comparte una #RecuperaciónVerdeYA por un planeta mejor	Acciona	Ecología / Economía	Español	18.572	4:11
4	Aprendamos los alimentos que necesita nuestro cuerpo y la porción adecuada. Come sano, vive activo	Clínica Alemana	Ciencia / Nutrición	Español	33.978	2:21
5	Antes de venir a Hospitalización de la Clínica Universidad de Navarra	Cínica Universidad de Navarra	Instrucciones / Sanidad	Español	2.895	2:23
6	¿Por qué no hay eclipses cada mes?	CuriosaMente	Ciencia / Astrología	Español	352.399	2:48
7	Cómo fue la vida de Salvador Dalí	Practicopedia	Biografía / Arte	Español	2.702	2:34
8	Cómo fue la vida de Gandhi	Practicopedia	Biografía / Personaje histórico	Español	6.588	3:04
9	Historia del arte	Videos Da Vinci	Arte	Español	3.263	2:19
10	¿Te atreves a soñar?	inKNOWation	Psicología	Español	10.418.421	7:28
11	Instrucciones de montaje de la mesa BJURSTA - IKEA	IKEA España	Instrucciones / Funcionamiento	Español	21.992	5:42
12	El ciclo diésel (cuatro tiempos)	Motorgiga TV	Conocimiento / Funcionamiento	Español	2.025.291	4:11
13	#WHYSYRIA : La crisis de Siria bien contada en 10 minutos y 15 mapas	#WhyMaps	Historia / Conflicto bélico	Español	6.404.854	10:30
14	¿Por qué GIBRALTAR no es ESPAÑOL? Resumen en 9 minutos	Memorias de Pez	Historia	Español	469.876	9:31
15	4 ejercicios de mindfulness para tu rutina diaria	intimind, tu App de mindfulness	Salud / Mindfulness	Español	463.461	3:29
16	Do you dare to dream?	inKNOWation	Psicología	Inglés	813.403	7:34
17	#WHYSYRIA : The Syrian Crisis in 10 minutes and 15 maps	#WhyMaps	Historia / Conflicto bélico	Inglés	226.539	10:30
18	What happened to the Hindenburg?	Jared Owen	Historia / Dirigibles	Inglés	4.056.560	9:18
19	Determining How Your HP Printer is Connected to Your Computer	HP Support	Instrucciones / Funcionamiento	Inglés	273.116	2:47
20	Global Air Traffic	Rightcolours	Conocimiento / Tráfico aéreo	Inglés	235.022	3:07
21	What is a brand?	Trigger Advertising	Publicidad	Inglés	341.059	4:03
22	Water Changes Everything	Charitywater	Ciencia / Naturaleza	Inglés	2.690.063	3:23
23	Why Do People Get Addicted to Drugs and Alcohol?	Inspire Malibu	Salud / Psicología	Inglés	55.463	2:01
24	William Shakespeare Animated Biography	Fiveminded	Biografía / Literatura	Inglés	299.000	1:36
25	Bauhaus	OpenLearn from The Open University	Arquitectura /Arte	Inglés	460.512	2:23
26	Energy 101: Wind Energy	qqwood07	Ciencia / Física	Inglés	42.035	3:14
27	A Brief Overview of World War II	Simple History	Historia / Conflicto bélico	Inglés	2.721.631	3:28
28	Why people get so excited about a total solar eclipse	Vox	Ciencia / Astrología	Inglés	4.535.463	5:23
29	How to Create a Healthy Plate	My Doctor - Kaiser Permanente	Ciencia / Nutrición	Inglés	2.508.239	2:45
30	How to wear a fabric mask safely	World Health Organization (WHO)	Ciencia / Salud	Inglés	712.241	2:09

Fuente: Elaboración propia

4. El estudio

Antes de proceder a nuestro estudio, tuvimos en cuenta otros tipos de análisis que se habían llevado a cabo en el ámbito científico sobre la comunicación audiovisual y la didáctica, como las de Sádaba (2001), Hidalgo y Aliaga (2020) o Herrero, Sánchez-Requena y Escobar (2018), en las cuales se trata la Teoría framing, las estrategias de producción de vídeos didácticos o el análisis fílmico en la traducción audiovisual.

Estas lecturas nos ayudaron a realizar una selección de lo que creímos más conveniente dentro de nuestra investigación. De manera que nos pareció adecuado tener en cuenta seis núcleos teóricos a observar dentro de nuestro estudio:

1. Contenido y lenguaje: Además de la temática, se ha analizado qué tipo de lenguaje se utiliza, así como el uso de jergas o vocabulario específico, ya que como nos advierten autores como Cebrián (1999) y Brumme (2008), el idioma y el lenguaje influyen en las distintas formas de comunicación audiovisual.
2. Síncresis: Se refiere a la coincidencia de contenido auditivo y visual sincrónicamente (Chion,1993). Se estudia si el contenido hablado coincide con el que se muestra en pantalla, a través de algún tipo de imagen o texto escrito.
3. El audio: hemos medido si las SA poseían algún tipo de música y con qué motivo; así como si contaban con la voz de un narrador/a, y si éste/a era visible, cómo aparecía (Tabla 2).

Tabla02: Ficha de análisis de audio

Audio	Música		Voz en off del narrador		Narrador visible			
	Sí	No	Sí	No	Sí		No	
	Tipo de música		Narrador en 1º Persona		Intuido (aparición de manos)		Como personaje	
	Estética	No estética	Sí	No	Sí	No	Sí	No

Fuente: Elaboración propia

4. El texto escrito: Se han contado en cada síntesis el número de palabras escritas y números; si eran mencionadas en el audio; si éstas aparecían acompañando a alguna ilustración, dentro de un mapa, gráfico o tabla; así como si eran legibles por su nitidez o si aparecían el tiempo suficiente para ser leídas (Tabla 3). Esto es importante, ya que al ser el texto escrito un requisito indispensable dentro del concepto de la SA y que la diferencia de otras comunicaciones, queríamos comprobar qué grado de importancia adquiriría dentro de cada vídeo analizado.

Tabla 03: Ficha de análisis del texto escrito.

Texto escrito	Número de palabras		
	X		
	En solitario	Junto a ilustración	En gráfico, tabla o mapa
	Sí y n^0 / No	Sí y n^0 / No	Sí y n^0 / No
Legible / No legible			

Fuente: Elaboración propia

5. Marco visual: se ha analizado todo lo que aparece en pantalla y de qué manera se muestra. Así, hemos tenido en cuenta el número de dibujos, iconos, ilustraciones, fotografías, mapas y gráficos. De igual forma, se han analizado si todos estos elementos aparecen estáticos, en movimiento, dibujados in situ o añadidos con manos. También se han apreciado los elementos y personas videografiadas, los tipos de plano, movimientos de cámara y transiciones entre las escenas (Tabla 4). En realidad, todos estos elementos son nombrados como los más importantes de la narración audiovisual por autores como Català (2019), García (2003) o Fernández y Martínez (1999).

Tabla 04: Ficha de análisis del marco visual

Marco visual							
Nº de Escena y duración							
Nº de dibujos	Nº de ilustraciones	Nº de iconos	Nº de gráficos	Nº de fotografías	Nº de mapas	Elementos / Personas video grafiadas	Manos como elementos indicadores de la narración
					Sí / No	Dibujando / moviendo figuras	Sí / No
Tipos de plano							
Movimientos de cámara							
Tipo de transición							

Fuente: Elaboración propia

6. Dado que el tiempo y la acción constituyen dos componentes indispensables y genuinos de la comunicación audiovisual (Eisenstein, 2018), todas las tablas mostradas anteriormente (Tablas 2, 3 y 4), se han realizado, no únicamente para cada SA, sino para cada escena. Así, se ha medido la duración de éstas y el uso del tiempo para cada elemento y relato.

5. Resultados

5.1. Breve descripción de las SA

A continuación, vamos a proceder a explicar el contenido y modos de expresión de cada una de las SA analizadas de manera muy resumida.

Idioma español.

Síntesis 1: 5 puntos para una Nueva Arquitectura - Le Corbusier (Academia Play, 2017) expone en 2' 30" los 5 puntos para una nueva arquitectura desarrollados en la Villa Saboya por Le Corbusier. Todo el relato sucede únicamente en dos escenas, usando la última únicamente para los créditos promocionales a través de un fundido en blanco, por lo que no contaría como parte de éste para nuestro análisis. Aunque se usa un lenguaje coloquial, se introduce un léxico propio de la arquitectura que no es apto de comprensión para todos los públicos, pues se necesita cierto nivel cultural. El relato está narrado de una manera impersonal que sugiere objetividad a la hora de transmitir el contenido.

Síntesis 2: ¿Cómo funciona un aerogenerador? (Acciona, 2016) explica el funcionamiento de un aerogenerador eólico en 2' 46" distribuidos en 3 escenas en total, siendo la última de 11" y usándose únicamente para los créditos promocionales, por lo que queda fuera de nuestro análisis. Contamos, por lo tanto, con dos escenas unidas a través de fundidos donde se produce la narración. El lenguaje usado es coloquial y, pese a que se introducen conceptos que podrían ser desconocidos por algunas personas, podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. El relato está narrado de una manera impersonal que sugiere objetividad a la hora de transmitir el contenido. Sin embargo, en la introducción se realizan preguntas directas hacia el espectador.

Síntesis 3: Comparte una #RecuperaciónVerdeYA por un planeta mejor (Acciona, 2020) nos plantea propuestas para conseguir una economía verde y sostenible, así como sugiere causas de diferentes crisis económicas y el cambio climático. Su duración es de 4' 11" y su relato se desarrolla en 36 escenas, unidas a través de encadenados, barridos, desenfoques, sacudidas de cámara, cortes, cortinillas, zoom in y zoom out. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías.

Síntesis 4: Aprendamos los alimentos que necesita nuestro cuerpo y la porción adecuada (Clínica Alemana, 2019) nos explica los tipos de alimentos que hay y las proporciones que debemos consumir para tener una alimentación sana en 2' 21". Hay 5 escenas en total que se unen mediante barridos, fundidos o cortinillas. La última escena (6") se corresponde con los créditos promocionales y, por lo tanto, no entrarían dentro de este análisis. El relato se dirige al espectador, aunque se expresa de una manera más bien objetiva.

Síntesis 5: Antes de venir a Hospitalización de la Clínica Universidad de Navarra (Clínica Universidad de Navarra, 2016) ofrece información útil para los usuarios antes de acudir a la Clínica Universidad de Navarra en 2' 23". Su contenido se distribuye en 11 escenas unidas mediante barridos, fundidos y zoom in. Dado que el objetivo del vídeo es informar sobre datos útiles sobre la clínica, en este caso la información que aparece en las dos últimas que se corresponden con los créditos y direcciones, sí es relevante. Se dan instrucciones al espectador de manera objetiva y continuada.

Síntesis 6: ¿Por qué no hay eclipses cada mes? (CuriosaMente, 2017) nos proporciona una descripción detallada de los eclipses, de cómo y por qué suceden en 2' 48". Hay un total de 3 escenas, siendo constante la aparición y desaparición de los elementos en los distintos planos. Se narran procesos de manera objetiva con un lenguaje coloquial.

Síntesis 7: Cómo fue la vida de Salvador Dalí (Practicopedia, 2019) relata los hechos más importantes que sucedieron a lo largo de la vida de Salvador Dalí en 2' 34", desde su nacimiento hasta su muerte. Se compone de 7 escenas, de las cuales, la primera y última (4" y 5" respectivamente) se corresponden con los créditos. Se usan fundidos y el paso de página del cuaderno como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. Se narra de manera objetiva. Hay un personaje protagonista: Dalí.

Síntesis 8: Cómo fue la vida de Gandhi (Practicopedia, 2019) nos muestra los acontecimientos más importantes que sucedieron a lo largo de la vida de Mahatma Gandhi en 3' 4", desde su nacimiento hasta su muerte. Existe un total de 6 escenas, de las cuales, la primera y última (4" cada una) se corresponden con los créditos. Se usan fundidos y el paso de página del cuaderno como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. Se narra de manera objetiva. De nuevo existe un personaje protagonista: Gandhi.

Síntesis 9: Historia del arte (Videos Da Vinci, 2015) realiza una comparación entre el arte de la era prehistórica y de Egipto en 2' 19". Hay un total de 14 escenas, de las cuales la primera y las dos últimas (7", 10" y 9" respectivamente) se corresponden con los créditos. Se unen a través de fundidos, cortinillas y barridos como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. Se narra de manera objetiva.

Síntesis 10: ¿Te atreves a soñar? (inKNOWation, 2012) realiza una diferenciación de los conceptos: zona de confort, zona de aprendizaje, zona de pánico y zona mágica en 7' 28". Si no tenemos en cuenta los créditos, todo el relato se desarrolla en una sola escena. Para unir el relato con los créditos se recurre al fundido en blanco. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. Se relata de manera objetiva.

Síntesis 11: Instrucciones de montaje de la mesa BJURSTA (IKEA, 2017) nos proporciona instrucciones del de montaje de la mesa BJURSTA, de IKEA en 5' 42". Su relato se desarrolla en 6 escenas, unidas a través de cortes como transiciones. Se dan instrucciones objetivamente.

Síntesis 12: El ciclo diesel (Motorgiga TV, 2009) nos aclara el funcionamiento del motor diesel en 4' 11". Su contenido se distribuye en 9 escenas unidas mediante fundidos y cortes. El lenguaje usado es coloquial y se comunica de manera objetiva.

Síntesis 13: #WHYSYRIA: La crisis de Siria bien contada en 10 minutos y 15 mapas (#WhyMaps, 2015), explica la historia que dio lugar al conflicto bélico de Siria de 2015 en 10' 30", de los cuales los últimos el último minuto es usado como créditos y campaña de concienciación. Hay un total de 15 escenas, de las

cuales las últimas (1') se corresponden con los créditos. Se unen a través de cortes como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. De hecho, se recurre a algunas expresiones que incitan a la subjetividad como: "es el putito inicio de todo", "la hicieron estos tíos", etc.

Síntesis 14: ¿Por qué Gibraltar no es español? (Memorias de Pez, 2020) relata la historia de Gibraltar en 9' 31". Hay un total de 30 escenas, correspondiéndose la últimas (37") con los créditos. Se unen a través de barridos como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. Se narra de manera objetiva, pero se dirige de manera constante al espectador.

Síntesis 15: 4 ejercicios de mindfulness para tu rutina diaria (intimind, 2017) recomienda 4 ejercicios de mindfulness para mantenerse en el presente en 3' 29". Su relato se desarrolla en 3 escenas, de las cuales, la primera y la última se corresponden con los créditos. Están unidas a través de cortes como transiciones. El lenguaje usado es coloquial y podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías. El relato comunica de una manera objetiva, dando instrucciones, pese a sus referencias hacia el espectador.

Idioma inglés.

Síntesis 16: Do you dare to dream?(inKNOWation, 2012) es la versión en inglés de ¿Te atreves a soñar? (inKNOWation, 2012). Pese que el vídeo se desarrolla en algo más de tiempo (7' 34"), estos segundos sólo amplían los créditos. El resto es exactamente igual en el idioma inglés. Incluso el número de palabras escritas legibles (110) son las mismas.

Síntesis 17: #WHYSYRIA: The Syrian Crisis in 10 minutes and 15 maps (#WhyMaps, 2015) constituye la versión en inglés de #WHYSYRIA: La crisis de Siria bien contada en 10 minutos y 15 mapas (#WhyMaps, 2015). Todo se desarrolla de la misma forma y en el mismo tiempo, destacando lo siguiente:

- En inglés también hay un lenguaje coloquial con expresiones como "fuckingawesome".
- Se han cambiado algunas palabras que no están escritas en papel, otras permanecen igual: nombres de países, religiones, etc.
- La voz del narrador es femenina, por lo que ya no se consideraría que el narrador está visible.

En todas las siguientes síntesis audiovisuales, el lenguaje usado es coloquial, podría ser apto para cualquier público adulto sin minusvalías y se narra de manera objetiva.

Síntesis 18: What happened to the Hindenburg? (Jared Owen, 2019) nos presenta la historia del dirigible Hindenburg en 9' 18". Hay un total de 27 escenas unidas a través de cortes como transiciones, correspondiéndose la últimas (1' 18") con contenido promocional, el cual no ha sido tenido en cuenta para este análisis.

Síntesis 19: Determining How Your HP Printer is Connected to Your Computer (HP Support, 2012) proporciona instrucciones para poder conocer el tipo de conexión de tu impresora en 2' 47". Se compone por 10 escenas unidas mediante fundidos.

Síntesis 20: Global Air Traffic (Rightcolours, 2012), ofrece datos estadísticos sobre el tráfico aéreo mundial en 3' 7". Hay un total de 9 escenas unidas por cortinillas como transición.

Síntesis 21: What is a brand? (Trigger Advertising, 2011) nos da explicaciones de qué es una marca en 4' 3". Se compone por 13 escenas unidas por cortes, barridos, zoom in, zoom out y cortinillas como transición. Las escenas se separan únicamente por el color de fondo (blanco y negro).

Síntesis 22: Water Changes Everything (Charitywater, 2011) expone la crisis del agua a nivel mundial en 3' 23". Hay un total de 22 escenas unidas por cortes, barridos, fundidos, zoom out y cortinillas como transición. De nuevo, las escenas se separan únicamente por el color de fondo (blanco y negro).

Síntesis 23: Why Do People Get Addicted to Drugs and Alcohol?(Inspire Malibu, 2016) expone algunas razones por las que las personas se vuelven adictas al alcohol y las drogas en 2' 1". Todo se desarrolla en una única escena.

Síntesis 24: William Shakespeare Animated Biography (Fiveminded, 2016) relata los acontecimientos más importantes que sucedieron a lo largo de la vida de William Shakespeare en 1' 36", desde su nacimiento hasta su muerte. El relato se construye con 9 escenas unidas por cortes y barridos como transición.

Síntesis 25: Bauhaus (Open Learn from The Open University, 2013) describe del movimiento de diseño Bauhaus en 2' 23". Hay un total de 11 escenas unidas por barridos, fundidos y cortinillas como transición.

Síntesis 26: Energy 101: Wind Energy (ggwood07, 2012) nos proporciona una explicación sobre cómo se produce la energía eólica en 3' 14". Se compone por 27 escenas unidas por cortes, fundidos y cortinillas como transición.

Síntesis 27: A Brief Overview of World War II (Simple History, 2016) expone un breve resumen de la II Guerra Mundial en 3' 28" repartidas en un total de 29 escenas unidas por cortes, barridos, fundidos y cortinillas como transición. Las dos últimas escenas se corresponden con los créditos y no han sido tenidas en cuenta.

Síntesis 28: Why people get so excited about a total solar eclipse (Vox, 2017) nos proporciona una descripción de los eclipses: cómo y por qué suceden en 5' 23". Hay un total de 42 escenas unidas por cortes y cortinillas como transición. Los últimos 7" se corresponden con los créditos.

Síntesis 29: How to Create a Healthy Plate (My Doctor - Kaiser Permanente, 2017) nos da instrucciones para crear un plato saludable en 2' 46". Todo sucede en una única escena.

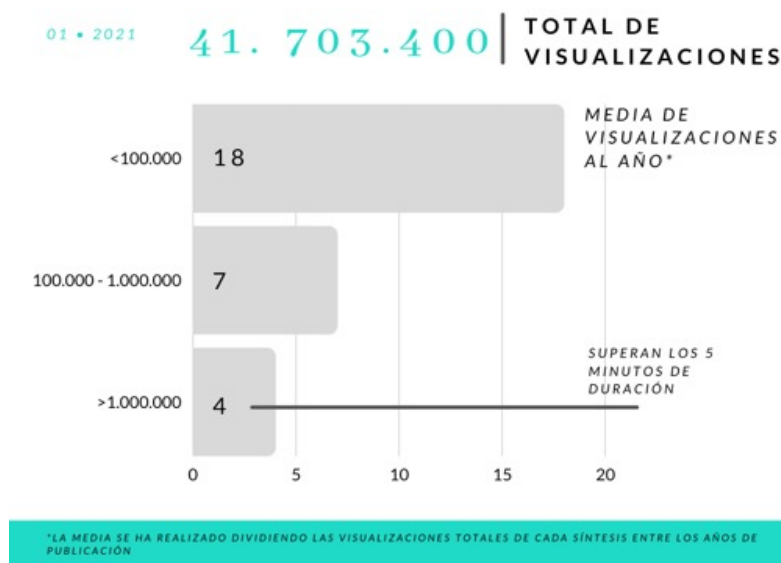
Síntesis 30: How to wear a fabric mask safely (World Health Organization (WHO), 2020) proporciona instrucciones de cómo usar una mascarilla de manera segura en 2' 9". Existen 4 escenas en total unidas por barridos y cortinillas como transición.

5.2. Total de visualizaciones

Entre todas las SA suman 47.703.400 visualizaciones a fecha de enero de 2021. Dado que fueron publicadas en distintos momentos entre 2009 y 2020, hemos decidido calcular una media de visualizaciones anuales de cada una, con el fin de obtener algún tipo de parámetro que pudiera medirlas de una manera más homogénea. Sin embargo, no es vinculante. Es decir, el número de visualizaciones puede depender de otros factores que no se han estudiado aquí.

Teniendo en cuenta estas apreciaciones, sí que hemos observado la tendencia de que todas SA que poseen más de un millón de interacciones anuales, tienen una duración superior a los 5 minutos (Gráfico 1).

Gráfico 01: Media de visualizaciones al año.



Fuente: Elaboración propia

5.3. Tipo de relato

Los tipos de relato más frecuentes han sido los narrativos y narrativos-descriptivos, tanto en su totalidad (Gráfico 2: 11 narrativos, 12 narrativos-descriptivos, 4 descriptivos, 2 narrativos-argumentativos y 1 narrativo expositivo) como por idiomas.



Gráfico 02: Tipo de relato

Fuente: Elaboración propia

En español tenemos 6 narrativos, 5 narrativos-descriptivos, 2 descriptivos, 1 narrativo-argumentativo y 1 narrativo expositivo. En inglés hay 5 narrativos, 7 narrativos-descriptivos, 2 descriptivos, 1 narrativo-argumentativo y ninguno narrativo expositivo (Gráfico 3).

Gráfico 03: Tipo de relato (por idiomas)

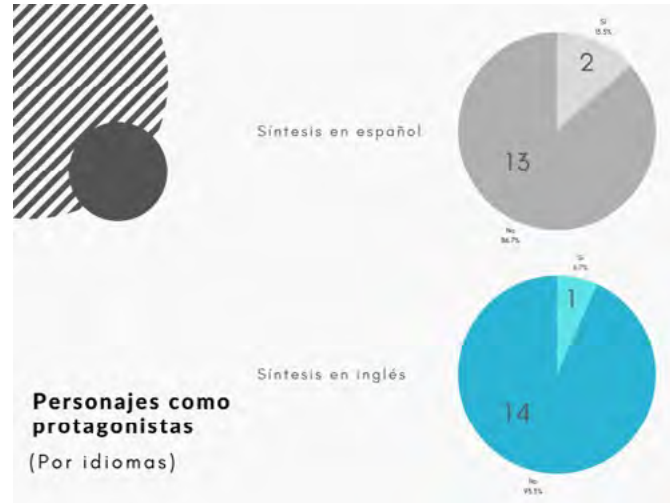


Fuente: Elaboración propia

5.4. Personajes.

Con respecto al total, en 27 síntesis audiovisuales no aparecen personajes concretos y, si lo hacen, son genéricos y no son protagonistas. Por idiomas, en 13 SA en español no aparecen y en inglés en 14 (Gráfico 4). Las únicas SA donde éstos son protagonistas, son las 3 que narran la biografía de una personalidad importante.

Gráfico 04: Aparición de personajes como protagonistas (por idiomas)

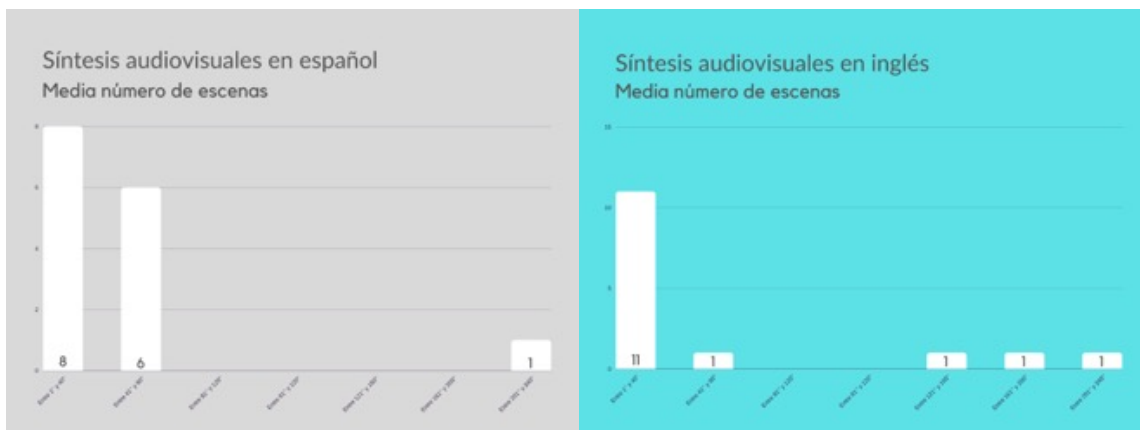


Fuente: Elaboración propia

5.5. Número de escenas

Hemos realizado una media de cada cuántos segundos se producía una escena, dividiendo la duración de cada síntesis audiovisual entre el número de escenas que tenía cada una.

Gráfico 05 y 06: Medida del número de escenas en español e inglés



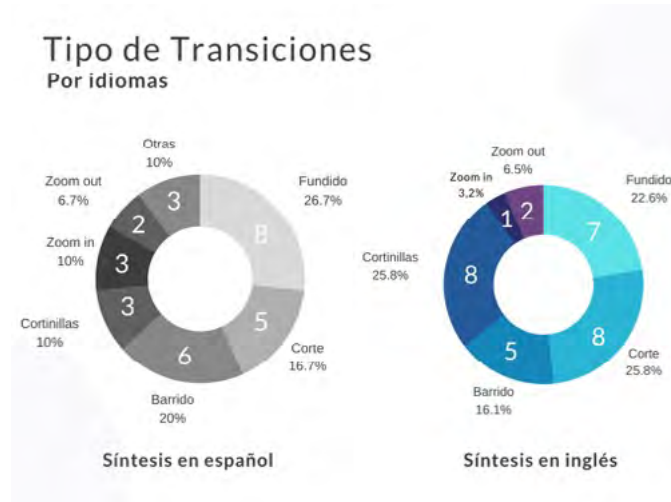
Fuente: Elaboración propia

Tanto en español (8) como en inglés (11), en la mayoría de las SA se produce una escena antes de los 40" (Gráficos 5 y 6). Sin embargo, existen excepciones de síntesis audiovisuales donde toda la narración sucede en una única escena y, por lo tanto, iguala la duración total de cada una, llegando a producirse una escena cada más de 201" (en un caso en español y en otro en inglés).

5.6. Transiciones

Las transiciones más usadas en ambos idiomas (español e inglés) son el fundido (8 y 7 de ellas respectivamente), el corte (5 y 8) y el barrido (6 y 5). En el caso de las SA en inglés, las cortinillas también adquieren importancia (8) (Gráfico 7).

Gráfico 07: Tipo de transiciones (por idiomas).

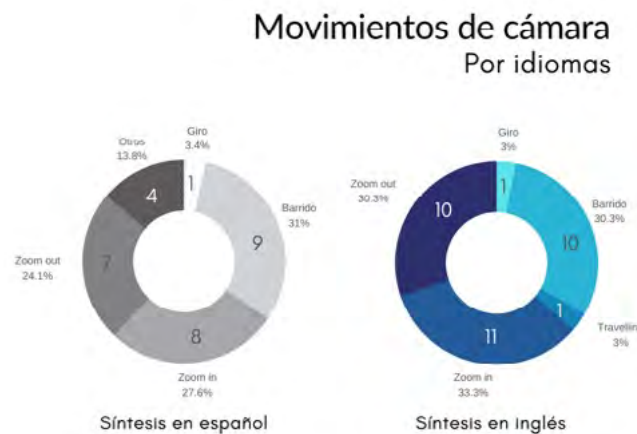


Fuente: Elaboración propia

5.7. Movimientos de cámara y tipos de planos

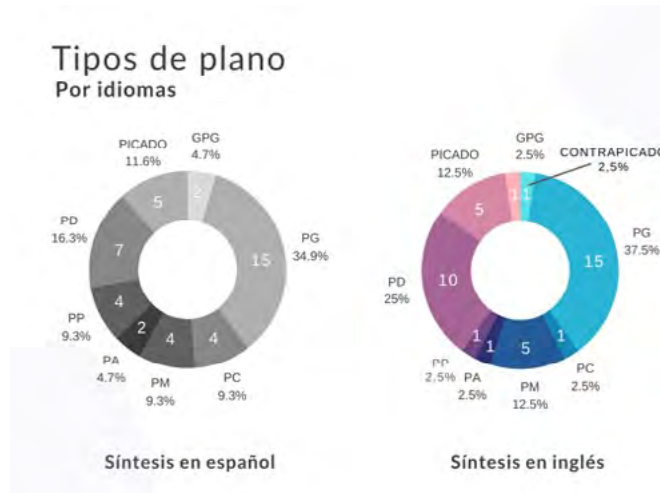
Los movimientos de cámara que más abundan en las SA en español y en inglés son el barrido (9 y 10, respectivamente), el zoom in (8 y 11) y el zoom out (7 y 10) (Gráfico 8). Esto está directamente ligado a los tipos de plano que se usan, ya que al predominar en todas ellas el Plano General (15, en ambos idiomas) y el Plano Detalle (7 en español y 10 en inglés), se producen acercamientos, alejamientos y paso de una figura a la otra dentro de la escena (Gráfico 9)

Gráfico 08: Movimientos de cámara (por idiomas)



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 09: Tipos de plano (por idiomas)



Fuente: Elaboración propia.

5.8. La(s) mano(s) como elementos indicadores de narración

En 6 de las SA en español analizadas aparecen una o dos manos dibujando, quitando y poniendo elementos o escribiendo en algún momento, de manera que indican o influyen en el trascurso de la narración. En el caso de los vídeos en inglés estudiados, esta(s) aparece(n) en 4 casos. (Gráfico 10).

Gráfico 10: Uso de la(s) mano(s) (por idiomas)



Fuente: Elaboración propia

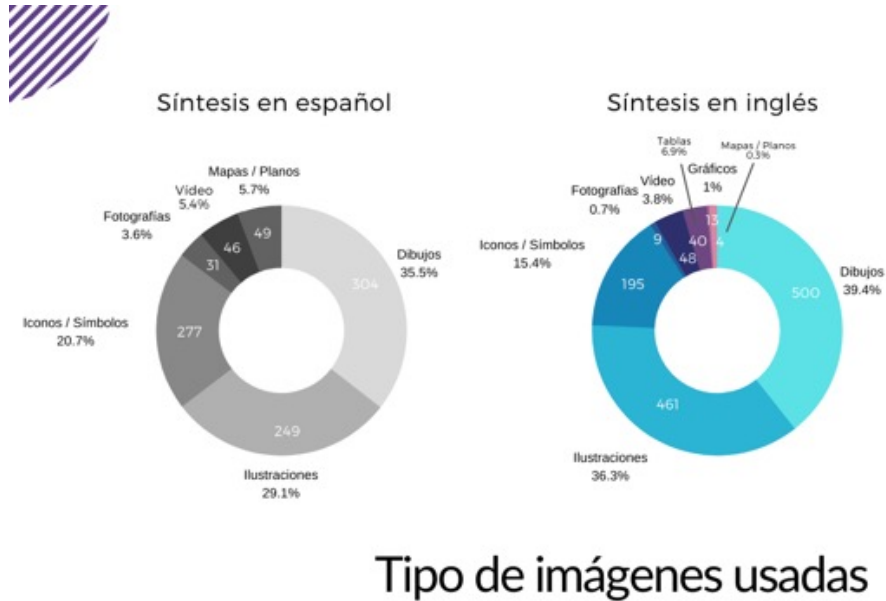
5.9. Tipo de imágenes

Hemos hallado una gran riqueza en el tipo de imágenes que aparecen en las SA encontradas, ya que en ellas podemos encontrar: dibujos, ilustraciones, iconos, símbolos, fotografías, vídeo, mapas, planos, tablas y gráficos.

Cuando hablamos de dibujos, nos referimos a garabatos o cualquier forma esbozada de algún modo, sea abstracta o figurativa. En el caso de las ilustraciones, nos referimos a imágenes que acompañan al texto oral o escrito, pudiendo tratarse de dibujos o fotografías. Català (2005) nos hace referencia a la importancia del

formato dentro de este tipo de imagen, ya que incluso una obra de arte pasa a ser clasificada como ilustración cuando aparece en un libro relacionada con un escrito.

Gráfico 11: Tipo de imágenes (por idiomas)



Fuente: Elaboración propia

5.10. Número de palabras escritas legibles

Todas las SA han usado un número considerable de palabras escritas legibles (sin contar los créditos), teniendo 9 la que menos y 330 la que más. En total, si sumamos las que se han usado en todas, nos da un total de 2.692 palabras, 1.343 palabras en las síntesis en español repartidas en 3.947" y 1.349 en inglés en 3.816".

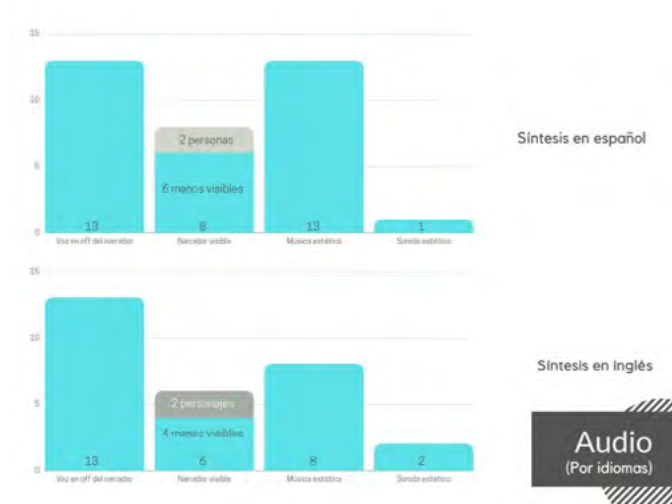
5.11. Audio

En el análisis del audio hay de tener en cuenta que, como hemos comentado antes, la síntesis audiovisual se caracteriza por poseer ya de por sí un texto oral, por lo que todas debían contar con esto.

De manera que, en las SA en español aparece una voz en off en 13, aunque en 6 podría considerarse que el narrador está visible si tenemos en consideramos las manos como partes del narrador o narradora. En otras 2 aparece una persona videografiada (Gráfico 12). Además, en 13 de ellas está presente una música estética y en 1, sonidos estéticos.

En las SA en inglés aparece una voz en off en 13 de ellas, aunque en 4 podría considerarse que el narrador está visible si tenemos en consideramos las manos como partes del narrador o narradora. En otras 2 aparecen dos personajes dibujados como narradores. Además, en 8 de ellas está presente una música estética y en 2, sonidos estéticos.

Gráfico 12: Audio (por idiomas)



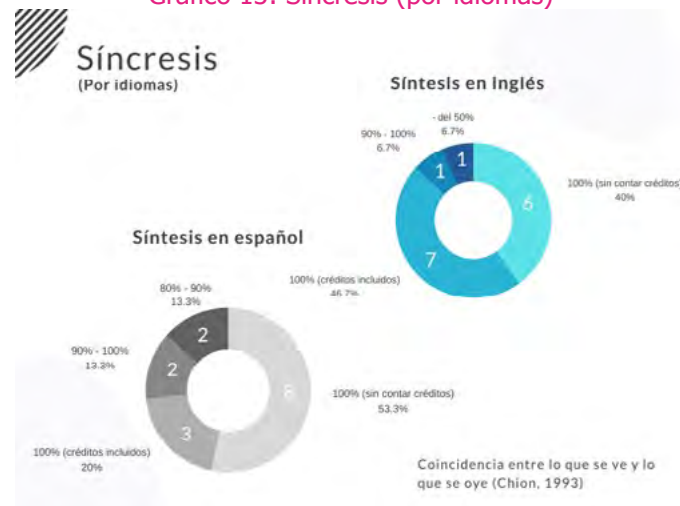
Fuente: Elaboración propia

5.12. Síncresis

En las SA en español, se produce síncresis en 3 de ellas en el 100% de su duración y en 8 de ellas en el 100% del relato sin contar los créditos. En 2, entre el 90% y el 100% y en las 2 restantes, la síncresis se produce entre un 80% y 90% del vídeo.

En las SA en inglés, se produce síncresis en 7 de ellas en el 100% de su duración y en 6 de ellas en el 100% del relato sin contar los créditos. En otra, la síncresis se produce entre un 90% y un 100% del vídeo y en la restante en menos de un 50%.

Gráfico 13: Síncresis (por idiomas)



Fuente: Elaboración propia

6. Conclusiones

Atendiendo a los resultados obtenidos en nuestro estudio e intentando responder a las preguntas que formulábamos al inicio de nuestra investigación, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

P1: ¿Existen elementos coincidentes a la hora de establecer la comunicación dentro de la síntesis audiovisual?

- Con respecto al número de visualizaciones, las que superan la media del millón al año tienen una duración superior a los 5 minutos. Sin embargo, el resto tienen una duración muy variable, por lo que no podríamos relacionar directamente la duración con su número de visitas al año.
- La mayoría de las SA analizadas poseen un relato narrativo (36,7%) o narrativo-descriptivo (40%). El siguiente más usado sería el descriptivo (13,3%). El uso del relato narrativo-argumentativo (6,7%) y narrativo-expositivo (3,3%) es mucho menor.
- Sólo un 10% de SA ha usado personajes como protagonistas del relato que tratan. En todos los casos, son SA sobre una biografía.
- El 63,3% de las SA analizadas poseen una media en la que cada 40" o menos, se produce un cambio de escena. En un 23,3%, el cambio se produce entre los 41" y 80" de media.
- El tipo de transiciones más usadas son el fundido (25,8%), corte (21%), barrido (17,7%) y cortinillas (17,7%).
- Los movimientos de cámara predominantes son el barrido (30,6%), el zoom in (30,6%) y el zoom out (27,4%).
- Los tipos de plano que más abundan son el Plano General (36,1%) y el Plano Detalle (20,5%).
- En un 33,3% de las SA analizadas, aparecen una o dos manos dibujando, quitando y poniendo elementos o escribiendo en algún momento.
- Los tipos de imágenes más usadas en las SA son el dibujo (37,8%), las ilustraciones (33,4%) y los iconos y símbolos (17,5%).
- Tenemos un total de 2.692 palabras legibles que divididas entre los 7.763" que suman entre todas las SA, nos da una media de 1 palabra cada 2,8".
- En el audio, en un 86,6% de los casos aparece una voz en off del narrador o narradora si no relacionamos la aparición de las manos con un narrador/a. En caso de que consideremos a las manos como parte del narrador/a, este disminuiría a un 53,3%. En el 46,7% de los casos, el narrador/a estaría visible si relacionamos la aparición de las manos con un narrador/a. En el caso contrario, este porcentaje disminuiría a un 13,4%. En un 70% de las SA existe una música estética y en un 10% sonidos estéticos o de ambiente. En el resto sólo la voz.
- En el total de las SA, se produce síncreisis en un 32,1% de ellas en el 100% de su duración y en un 46,4% de ellas en el 100% del relato sin contar los créditos. En un 10,7% la síncreisis se produce entre un 90% y 100% y en otro 7,1% entre un 80% y 90% del vídeo. En el 3,7% restante se produce síncreisis en menos del 50%.

P2: Entre las SA en inglés y español, ¿siguen estando estos mismos elementos o se producen cambios significativos a la hora de comunicar?

- Dentro de las SA que superan la media del millón al año y tienen una duración superior a los 5 minutos, 2 de ellas son en español (50%) y 2 en inglés (50%).
- Tanto en español como en inglés, las SA analizadas poseen un relato narrativo (40% y 33,3% respectivamente) o narrativo-descriptivo (33,3% y 46,7%). El siguiente más usado sería el descriptivo, coincidiendo en ambos idiomas en un 13,3%. El uso del relato narrativo-argumentativo coincide también en un 6,7% y el narrativo-expositivo sólo se ha usado en el idioma español en un 6,7%.
- Los personajes aparecen como protagonistas del relato en un 15,5% en las SA en español y en un 6,7% en inglés.
- En el 53,3% de las SA en español y en el 73,3% en inglés, poseen una media en la que cada 40" o menos se produce un cambio de escena. En un 40% en español y un 6,7% en inglés, el cambio se produce entre los 41" y 80".
- Las transiciones más usadas en ambos idiomas (español e inglés) son el fundido (26,7% y 22,6%), el corte (16,7% y 25,8%) y el barrido (20% y 16,1%). En el caso de las SA en inglés, las cortinillas también adquieren importancia (25,8%).
- Los movimientos de cámara que más abundan en las SA en español y en inglés son el barrido (31% y 30,3%, respectivamente), el zoom in (27,6% y 33,3%) y el zoom out (27,6% y 30,3%).
- Con respecto a los tipos de plano que se usan, predominan el Plano General (34,9% en español y 37,5% en inglés) y el Plano Detalle (16,3% y 25%).
- En el 40% de las SA en español analizadas aparecen una o dos manos dibujando, quitando y poniendo elementos o escribiendo en algún momento. En el caso de los vídeos en inglés estudiados, esta(s) aparece(n) en un 26,7% de los casos.
- Los tipos de imágenes más usadas en las SA son el dibujo (35,5% en español y 39,4% en inglés), las ilustraciones (29,1% y 36,3%) y los iconos y símbolos (20,7% y 15,4%).
- En las SA en español se da una media de 1 palabra cada 2,9" y en inglés, 1 cada 2,8".
- Con respecto al audio, tanto en las síntesis en español como en inglés, en un 86,6% de los casos aparece una voz en off del narrador si relacionamos la aparición de las manos con un narrador/a. En caso de que consideremos a las manos como parte del él/ella, este disminuiría a un 46,6% en español y a un 60% en inglés. En el 53,3% de los casos de las síntesis en español el narrador/a estaría visible, si relacionamos la aparición de las manos con un narrador/a. En inglés en un 40%. En el caso contrario, este porcentaje disminuiría a un 13,4% en ambos idiomas. En un 86,6% y un 53,3% de las SA en español y en inglés respectivamente, existe una música estética y en un 6,6% y un 13,3% sonidos estéticos o de ambiente. En el resto, sólo la voz.
- En las SA en español se produce síncreisis en un 20% de ellas en el 100% de su duración y en un 53,3% de ellas en el 100% del relato sin contar los créditos. En un 13,3% la síncreisis se produce entre un 90% y 100% y en otro 13,3% entre un 80% y 90% del vídeo. En las SA en inglés se produce síncreisis en un 46,7% de ellas en el 100% de su duración y en un 40% de ellas en el 100% del relato sin contar los créditos. En un 6,7% la síncreisis se produce entre un 90% y un 100% del vídeo y en otro 6,7%, en menos de un 50%.

7. Discusión

El uso de determinados elementos, así como la coincidencia en porcentajes en las SA en ambos idiomas, nos hacen pensar que hay indicios de que sí existen determinadas tendencias que suelen usarse a la hora de realizar la comunicación. Les exponemos dichas coincidencias en la siguiente tabla:

Tabla 05: Porcentaje de resultados más significativos

	TOTAL		Síntesis en español		Síntesis en inglés	
Tipo de relato	Narrativo 36,7%		Narrativo 40%		Narrativo 33,3%	
	Narrativo-descriptivo 40%		Narrativo-descriptivo 33,3%		Narrativo-descriptivo 46,7%	
Personajes como protagonistas	10%		15,5%		6,7%	
Nº de escenas	63,3% una escena cada 40" o menos		53,3% una escena cada 40" o menos		73,3% una escena cada 40" o menos	
Transiciones	Fundido 25,8%		Fundido 26,7%		Fundido 22,6%	
	Corte 21%		Corte 16,7%		Corte 25,8%	
	Barrido 17,7%		Barrido 20%		Barrido 16,1%	
Movimientos de cámara	Barrido 30,6%		Barrido 31%		Barrido 30,3%	
	Zoom in 30,6%		Zoom in 27,6%		Zoom in 33,3%	
	Zoom out 27,4%		Zoom out 27,6%		Zoom out 30,3%	
Tipos de plano	PG 36,1%		PG 34,9%		PG 37,5%	
	PD 20,5%		PD 16,3%		PD 25%	
Uso de la(s) mano(s)	33,3%		40%		26,7%	
Tipo de imágenes	Dibujos 37,8%		Dibujos 35,5%		Dibujos 39,4%	
	Ilustraciones 33,4%		Ilustraciones 29,1%		Ilustraciones 36,3%	
	Iconos / Símbolos 17,5%		Iconos / Símbolos 20,7%		Iconos / Símbolos 15,4%	
Palabras escritas legibles	1 palabra cada 2,8"		1 palabra cada 2,9"		1 palabra cada 2,8"	
Audio	Voz en off 86,6%	Voz en off 53,3%	Voz en off 86,6%	Voz en off 46,6%	Voz en off 86,6%	Voz en off 60%
	Narrador visible 13,4%	Narrador visible 46,7%	Narrador visible 13,4%	Narrador visible 53,4%	Narrador visible 13,4%	Narrador visible 40%
	Música estética 70%		Música estética 86,6%		Música estética 53,3%	

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, estamos ante un tipo de comunicación que, por un lado, es muy libre y rica a la hora de utilizar formas de comunicación y lenguajes, y por otro, tiende a usar algunos recursos un mayor número de veces. Como podemos observar en la Tabla 5, no sólo coinciden en el uso de ciertos elementos, sino que los porcentajes son muy parecidos, encontrándose en su mayoría en una diferencia por debajo del 10% y 20%. Serán necesarios estudios mayores para poder establecer o confirmar ciertas tendencias o patrones, aunque sí que hemos hallado que tienen relevancia los siguientes parámetros:

- El uso de los relatos narrativos y narrativos-descriptivos
- Los relatos son en su mayoría impersonales y sin personajes, a no ser que se hable de la vida de una personalidad en concreto
- El cambio de escenas suele darse antes del minuto
- Las transiciones que más predominan son el fundido, el corte y el barrido
- Los movimientos de cámara más frecuentes son el barrido, zoom in y el zoom out
- Los tipos de plano que más abundan son el Plano General y el Plano Detalle
- El uso de la mano como elemento indicador de la narración no es imprescindible
- Los tipos de imágenes más frecuentes son los dibujos, las ilustraciones y los iconos, aunque existe una gran variedad en general (mapas, planos, fotografías, vídeos, etc.)
- Las palabras escritas legibles son frecuentes, ya que de media aparece una cada 2,8" aproximadamente
- En el audio, la voz está presente en el 100% de los casos, la cual ya era un diferenciador de este tipo de vídeo. En la mayoría de los casos, el narrador no está visible
- La síncreis es una constante, estando en el 100% de las SA analizadas y produciéndose hasta en un 100% del relato en el 78,7% de ellas

8. Bibliografía

- Aguirre, A. et al., (1997). *Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. México D.F., México: Alfaomega.
- Arias, F. G. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Brumme, J. (2008). *La oralidad fingida: descripción y traducción. Teatro, cómic y medios audiovisuales*. Madrid: Iberoamericana.
- Català, J.M. (2005). *La imagen compleja*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.
- Català, J.M. (2019). *La puesta en imágenes. Conceptos de dirección cinematográfica*. Madrid: Shangrila.
- Cebrián, M. (1999). Dimensión audiovisual del idioma. *Ambitos: Revista Internacional de Comunicación*, 2, 23-37. Recuperado de <https://bit.ly/3rObBDy>
- Clark, R. C. y Mayer, R. E. (2016). *e-Learning and the Science of Instruction: Proven Guidelines for Consumers and Designers of Multimedia Learning*. EE. UU.: John Wiley & Sons.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós.
- Eisenstein, S. (2018). *La puesta en escena. Narrativa, composición y montaje*. Madrid: La Pajarita de Papel.
- Escudero, S. y Valero, J. L. (2021). Algunos indicios de efectividad de la síntesis audiovisual presentada a través del smartphone. *Textual & Visual Media*, 14, 1-25. Recuperado de: <https://bit.ly/3ver5mw>
- Fernández, F., Martínez, J., (1999): *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, J. (2003). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1997). *Metodología de la investigación*. Naucalpan de Juárez: McGraw Hill Interamericana de México.
- Herrero, C., Sánchez-Reguena, A. y Escobar, M (2018). Una propuesta triple: análisis fílmico, traducción audiovisual y enseñanza de lenguas extranjeras. *Intralinea: Online Translation Journal*, 19.

- Hidalgo Navarrete, J. y Aliaga Zegarra, S. E. (2020). Análisis de las estrategias didácticas para el diseño, selección, producción, utilización y validación de recursos educativos audiovisuales interactivos en una institución educativa. estudio inicial. *Revista Electrónica De Investigación Y Docencia (REID)*, 23, 79-98. <https://doi.org/10.17561/10.17561/reid.n23.5>
- Kerlinger, F. N. y Lee, H. B. (2005). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en las Ciencias Sociales*. México: McGraw Hill.
- Mayer, R. E. (2020). *Multimedia Learning*. New York: Cambridge University Press.
- Morales, L. A. y Guzmán, T. (2014). El video como recurso didáctico para reforzar el conocimiento. *Memorias del Encuentro Internacional de Educación a Distancia*. 3(3). Recuperado de <https://bit.ly/3iDdhMP>
- Niño, V. M. (2020). *Metodología de la investigación. Diseño, ejecución e informe*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Núñez, M.I. (2007). Las variables: estructura y función en la hipótesis. *Investigación Educativa*. 11(20), 163-179. ISSN 17285852. Recuperado de <https://bit.ly/3qkO5xW>
- Ramírez - Ochoa, M. I. (2016). Posibilidades del uso educativo de YouTube. *Ra Ximhai*, 6(12), 537-546. Universidad Autónoma Indígena de México El Fuerte, México. Recuperado de <https://bit.ly/39L7Wyu>
- Rojas, S. R. (2018). *La influencia de la efectividad en la popularidad de los vídeos didácticos de YouTube* (Tesis de maestría). Universidad de Salamanca, España. Recuperado de <https://bit.ly/3o2RAag>
- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "Teoría del encuadre" (Framing) en comunicación. *Comunicación y sociedad*. XIV(2), 143-175. Recuperado de <https://bit.ly/3rDNE1Q>
- Salinas, J. (2012). I uploaded a @Youtube video: ¿Una nueva perspectiva de la televisión educativa? *Edmeti*, 1(1), 8-28. Recuperado de <https://bit.ly/2Y3j8l3>
- Statista (2021). Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users. Recuperado de <https://bit.ly/3ggxH14>
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (2011). *Mass Media Research: An Introduction*. Wadsworth: Cengage Learning.

9. Filmografía

- Academia Play (productores). (2017). *5 puntos para una Nueva Arquitectura - Le Corbusier* [YouTube]. España. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=mnIY4ryJZpw&feature=emb_title
- Acciona (productores). (2016). *¿Cómo funciona un aerogenerador?* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=kmN9qD8vXbY>
- Acciona (productores). (2020). *Comparte una #RecuperaciónVerdeYA por un planeta mejor* [YouTube]. España. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=eIt_LjPXAAo&t=0s
- Charitywater (productores). (2011). *Water Changes Everything*[YouTube]. EE.UU. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BCHhwXvQqXg&list=PL2No08sHA6fwdtX6owvnmnIybQpWeYNI&index=12>
- Clínica Alemana (productores). (2019). *Aprendamos los alimentos que necesita nuestro cuerpo y la porción adecuada. Come sano, vive activo* [YouTube]. España. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=vm7kQyPNm_s
- Clínica Universidad de Navarra (productores). (2016). *Antes de venir a Hospitalización de la Clínica Universidad de Navarra* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ByjV1wQVgcY&feature=youtu.be%2F>
- CuriosaMente (productores). (2017). *¿Por qué no hay eclipses cada mes?* [YouTube]. México. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=IEyLRi1kABo&feature=emb_title
- Fiveminded (productores). (2016). *William Shakespeare Animated Biography* [YouTube]. Reino Unido. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=wVF8Q-zZz00>
- Ggwood07 (productores). (2012). *Energy 101: Wind Energy* [YouTube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=5o8mSkrBKvc>
- HP Support (productores). (2012). *Determining How Your HP Printer is Connected to Your Computer*[YouTube]. EE.UU. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=hN_HOZicPmI
- IKEA España (productores). (2017). *Instrucciones de montaje de la mesa BJURSTA - IKEA* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KNv5ILvbqxU>
- inKNOWation(productores). (2012). *¿Te atreves a soñar?*[YouTube]. España. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=i07qz_6Mk7g
- inKNOWation(productores). (2012). *Do you dare to dream?* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=HhFxQIDPjaY>
- Inspire Malibu (productores). (2016). *Why Do People Get Addicted to Drugs and Alcohol?* [YouTube]. EE.UU.. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=F6UMf1jh79w>

- Intimind(productores). (2017). *4 ejercicios de mindfulness para tu rutina diaria* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ze5SQPSRKfA>
- Jared Owen (productor). (2019). *What happened to the Hindenburg?* [YouTube]. EE.UU. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VJy17qZmhjE>
- Memorias de Pez (productores). (2020). *¿Por qué GIBRALTAR no es ESPAÑOL? Resumen en 9 minutos* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=R9Tv39b8WX0>
- Motorgiga TV (productores). (2009). *El ciclo diésel (cuatro tiempos)* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=v4XNKDqKVt0>
- My Doctor - Kaiser Permanente (productores). (2017). *How to Create a Healthy Plate* [YouTube]. EE.UU. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=Gmh_xMMJ2Pw
- OpenLearn from The Open University (productores). (2013). *Bauhaus* [YouTube]. Reino Unido. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZQa0BajKB4Q>
- Practicopedia(productores). (2019). *Cómo fue la vida de Salvador Dalí* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=GZkT65aDMTg>
- Practicopedia(productores). (2019). *Cómo fue la vida de Gandhi* [YouTube]. España. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=n1K-qRm0dBw&list=ULCvTy6VCsJXc&index=656>
- Rightcolours (productores). (2012). *Global Air Traffic*[YouTube]. Alemania. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OsPlhwA-ick&list=PL2No08sHA6fwdtxX6owvnmnIybQpWeYNI>
- Simple History (productores). (2016). *A Brief Overview of World War II* [YouTube]. EE.UU. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=HUqy-OQvVtI>
- Trigger Advertising (productores). (2011). *What is a brand?*[YouTube]. Canadá. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=sQLIPC_aIT8&list=PL2No08sHA6fwdtxX6owvnmnIybQpWeYNI&index=3
- Videos Da Vinci (productores). (2015). *Historia del arte* [YouTube]. Argentina. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=yfdBwDphLqk>



4.0

© Editorial Universidad de Sevilla 2021

IROCAMM- International Review Of Communication And Marketing Mix | e-ISSN: 2605-0447

IROCAMM

VOL. 2, N. 4 - Year 2021

Received: 28/05/2020 | Reviewed: 14/06/2021 | Accepted: 17/06/2021 | Published: 31/07/2021

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2021.v02.i04.06>

Pp.: 60-80

e-ISSN: 2605-0447

