

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA

**Facultad de Ciencias de la Comunicación,
Turismo y Hotelería**

CARRERA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**IMPACTO DE LA PELÍCULA “INVOLUCRADOS” EN LOS MIEMBROS DE
LA IGLESIA ADVENTISTA VILLA UNIÓN DE ÑAÑA. LIMA 2018.**

MODALIDAD:

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PRESENTADO POR:

BACHILLER CALEB MARCELLO VÁSQUEZ MEDINA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

2018

DEDICATORIA:

A Cecilia, esposa y apoyo constante

A Carlo y Andrea legado de Dios e
inspiración de superación.

A mis padres por su apoyo incondicional.

ÍNDICE

ÍNDICE	3
RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS	8
1.1 Descripción de la situación problemática	8
1.2 Problema General y específicos	9
1.3 Objetivo General y específicos	9
1.4 Hipótesis General y específicas	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	11
2.1 Medios de Comunicación.....	11
2.2 Funciones de los medios de comunicación.....	13
2.3 Clasificación de los Mass Media.....	14
2.4 Impacto cinematográfico.....	25
2.5 El cine como recurso formativo	26
2.6 Aceptación	28
2.7 Comprensión.....	29
2.8 Iglesia Adventista del Séptimo Día	30
2.9 Proyecto de la película “Involucrados”.....	32
2.10 Glosario	34

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICA	36
3.1 Población y Muestra	36
3.2 Técnica e Instrumento de Recolección de Datos	36
IV.- RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO	37
4.1 Tablas y gráficos	37
4.2 Discusión de resultados	50

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	52
5.1 Conclusiones -----	52
5.2 Recomendaciones -----	53
VI.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	54
VII.- ANEXOS -----	57

RESUMEN

El trabajo de investigación titula: Impacto de la película “Involucrados” en los miembros de la Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña. La presente investigación tuvo como objetivo principal conocer el nivel de impacto de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña, lo que permitió proponer recomendaciones a tomar en cuenta por parte de la productora Nuevo Tiempo para las siguientes producciones.

Para obtener información importante del impacto, se utilizaron dos indicadores: la aceptación y la comprensión. Estos indicadores están alineados con el objetivo de la película “Involucrados” que es el de instruir y motivar sobre “discipulado cristiano”, que se refiere a la manera de vivir en compañerismo difundiendo el mensaje bíblico.

El nivel de aceptación así como el nivel de comprensión de la película se midieron utilizando una encuesta que consta de nueve preguntas, seis vinculadas con la aceptación que evaluaron elementos técnicos como son: el guion, el desempeño de los actores, la musicalización, la imagen visual, y el sonido. La comprensión de la película se midió a través de tres preguntas relacionadas a conceptos cristianos en los cuales gira el argumento principal.

La muestra utilizada fue no probabilística por conveniencia compuesta por 259 encuestados entre hombres y mujeres de 15 a 70 años que asistieron al estreno de la película en un auditorio acondicionado especialmente para la ocasión.

Los resultados indicaron que los elementos técnicos de la película tuvieron buena aceptación; siendo la musicalización y el guion los que obtuvieron mayor calificación en tanto el sonido fue el elemento con menor calificación. Referente a la comprensión, los resultados indicaron que el 44.4% de los encuestados alcanzaron alta comprensión, así mismo el 51.35% obtuvieron una comprensión moderada y solo el 4% baja comprensión.

Finalmente este estudio brindará información útil a la productora para perfeccionar los procesos en futuras producciones.

Palabras clave: Impacto cinematográfico, aceptación del público, comprensión doctrinal, aprendizaje y emoción, cine formativo.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación nace de la preocupación de conocer el impacto de la película “Involucrados” y obtener resultados concretos referentes a la aceptación y comprensión.

Producciones Nuevo Tiempo Perú es una institución de la Iglesia Adventista en nuestro país que pertenece a la red mundial adventista de comunicaciones Hope Channel que opera a través de cuarenta y cuatro canales en todo el mundo, dedicada a la producción y difusión de programas televisivos, radiales además de proyectos audiovisuales como películas, cortometrajes, videos, producciones musicales, etc. que promueven un estilo de vida cristiana saludable.

Su última producción audiovisual fue la película “Involucrados” que busca instruir y motivar a los miembros de la iglesia adventista en la manera de vivir compartiendo el mensaje cristiano a todas las personas con quienes se relacionan.

Mendinueta (2014) aclara: “Lo que no se comunica no existe. Lo que no se mide, tampoco. Así de simple. Así de complejo. Esta realidad se convierte en el gran caballo de batalla de la comunicación ya que estamos en un mundo tradicionalmente de aspectos llamados intangibles y que deben de ser valorados para poder justificar acciones, saber si se han logrado los objetivos previstos y poder tomar decisiones estratégicas”.

Esta tesina consta de cinco capítulos de acuerdo al esquema de la UIGV.

El capítulo uno trata del problema, descripción de la situación problemática, formulación del problema general y específicos, los objetivos e hipótesis.

El capítulo dos contiene la fundamentación teórica que describe la manera como los medios de comunicación influyen e impactan en las masas. El cine es un poderoso instrumento para instruir por medio de las emociones. Morales (2017) nos comenta: “El cine influye en el mundo interno, ayuda a resolver conflictos,

cambiar actitudes, y hábitos que limitan, desarrolla la creatividad, mejora la comunicación y también contribuye a desechar emociones negativas. Por todo ello ha sido utilizado como apoyo pedagógico en las aulas”.

El capítulo tres describe la metodología, lugar de ejecución, población y muestra; tipo de investigación, diseño de la investigación, descripción de los instrumentos y técnica de recolección y evaluación de datos.

El capítulo cuatro contiene los resultados estadísticos a través de gráficos y tablas además del análisis descriptivo del estudio de campo. El capítulo cinco se expone las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

En el capítulo seis contiene las referencias bibliográficas que dan el contexto del presente trabajo. El capítulo siete incluye los anexos donde se expone el cuestionario que se utilizó así como la escaleta de la película “involucrados”.

El aporte principal del presente estudio es el brindar información estadística referente al impacto de la película “Involucrados”.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS

1.1 Descripción de la situación problemática

Durante las últimas décadas, el avance de la tecnología de la información ha permitido que las denominaciones cristianas utilicen los diferentes medios de comunicación masiva tales como la televisión, la radio, música, cine e internet, para divulgar e impartir sus principios y creencias.

En el año 2016, Producciones Nuevo Tiempo incursionó en el campo audiovisual haciendo películas y cortometrajes como: “El Método de Cristo”, “No todo está perdido”, “Involucrados” entre otros; con el fin de difundir valores y principios cristianos. Sin embargo, no se conoce el impacto que estos proyectos audiovisuales han logrado. Mendinueta (2014) enfatiza lo siguiente: “Lo que no se comunica no existe. Lo que no se mide, tampoco”.

En el cine existen muchos indicadores que cuantifican el impacto que las películas producen en la sociedad, por ejemplo en la economía, la educación, así como el impacto psicológico, biológico, etc. Mendinueta (2014) aclara sobre este punto: “Los indicadores deben estar alineados con los objetivos que se persiguen”.

“Involucrados” es una película cristiana dramática, basada en hechos reales, que se estrenó el 16 de febrero de 2018 a través de las redes sociales Facebook y Youtube. La película va dirigida al público en general pero por la temática que presenta tiene como público objetivo la comunidad cristiana.

En este estudio de investigación se midió el nivel de aceptación y el nivel de comprensión que la película “Involucrados” alcanzó en los miembros de la iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña.

1.2 Problema General

¿Cuál es el impacto de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia adventista Villa Unión de Ñaña?

Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el nivel de aceptación de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia adventista Villa Unión de Ñaña?
- b) ¿Cuál es el nivel de comprensión de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia adventista Villa Unión de Ñaña?

1.3 Objetivo general

Conocer el nivel de impacto de la película: “Involucrados” en los miembros de la Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña.

Objetivos específicos:

- a) Conocer el nivel de **aceptación** de la película: “Involucrados” en los miembros de la Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña.
- b) Conocer el nivel de **comprensión** de la película: “Involucrados” en los miembros de la Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña.

1.4 Hipótesis General y específicas

El impacto de la película: “Involucrados” en los miembros de la Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña es alto.

Hipótesis específicas

- a) El nivel de aceptación de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia adventista Villa Unión de Ñaña es alto.
- b) El nivel de comprensión de la película “Involucrados” en los miembros de la iglesia adventista de Villa Unión de Ñaña es alto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO O FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Medios de Comunicación.

Los medios de comunicación son herramientas o instrumentos utilizados en la sociedad para transmitir información ya sea de manera masiva así como interpersonal.

Ampliando la perspectiva Marshall (1964) dice: “Los medios de comunicación de masas pueden ser considerados como extensiones de las propias facultades sensoriales del individuo o como el sistema nervioso de la comunidad en que se encuentran. Los medios de comunicación también son una industria o una empresa, un poder importante en el espacio individual, familiar y social; mediadores políticos que canalizan y crean opinión pública (elemento decisivo en el proceso de elaboración de las políticas públicas); instrumentos de cultura y vehículos de difusión de obras culturales; mecanismos a través de los cuales los individuos perciben el mundo que los rodea”.

Thompson (1997) añade lo siguiente: “Los medios de comunicación son capaces de actuar para otros que están físicamente ausentes, o actuar en respuesta a otros que están ubicados en lugares distantes. De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos modos de ejercer el poder, disociados del-hecho de compartir un lugar común”.

Los medios de comunicación masivos cumplen el rol de informar, educar y entretener, además trascienden tiempo y espacio lo que potencia su alcance. Los medios de comunicación masivos se adaptan al contexto sociocultural de sus receptores en el tratamiento que le dan al mensaje y de esa manera lograr mayor impacto.

Masterman (1993) cita a Hall (1977) que dice: “Como los grupos y clases sociales tienen vidas cada vez más fragmentadas y diferenciadas en secciones, el cometido de los mass media (medios de comunicación de masas) consiste cada vez en:

- a)** Proporcionar las bases sobre las que los grupos y clases construyen la imagen de las vidas, significados, actividades y valores de otros grupos y clases.

- b)** Proporcionan imágenes, representaciones e ideas en torno a las cuales la totalidad de la sociedad, compuesta por todas esas partes separadas y fragmentadas, pueden captarse como conjunto coherente. Esa es la primera de las grandes funciones culturales de los medios modernos: proporcionar y construir selectivamente el conocimiento de la sociedad”.

Es así que el impacto que alcanzan los mass media va más allá de proporcionar información y entretenimiento.

Masterman (1993) indica que: “Los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, son empresas de concienciación que no solo proporcionan información acerca del mundo sino maneras de verlo y entenderlo”.

Begoña-Rodríguez y Del Camino (2010) dicen que: “Los medios de comunicación son contemplados, en la actualidad, como el primer poder dentro del mundo actual. Sin ellos, los acontecimientos que se vienen desarrollando, se podría decir, no existen”.

Por su gran potencial en la persuasión de masas, la utilización de los mass media se convierte en una de las mejores alternativas para formar a las personas en valores, en conocimiento y buenos hábitos.

2.2 Funciones de los medios de comunicación

Tomamos como referencia el modelo funcionalista que centra su atención en la manera como el público utiliza los mass media y los beneficios que reciben de estos.

Ramírez (2001) dice: Por la manera de utilización por parte de los públicos podemos observar seis funciones:

- a) **El papel informativo.** Su papel informativo constituye uno de los aportes más valiosos, se divide en dos aspectos importantes: Primero, la vigilancia del entorno a manera de prevención de desastres naturales, la economía y los conflictos socioeconómicos, etc.; segundo, la vigilancia instrumental, que tiene que ver con la transmisión de información que es útil en la vida diaria (datos sobre eventos, recetas, congestionamiento vehicular, precios de productos básicos, etc.). en esta función también se incluyen las tres funciones periodísticas que son: informar, formar opinión y elaborar una agenda pública.
- b) **Asignan estatus.** Los mass media atribuyen hechos a personas o instituciones en tanto el público les otorga credibilidad.
- c) **Deciden la agenda de lo importante.** Los medios no solo dan a conocer la noticia, sino que definen lo importante según su criterio e intereses configurando así la agenda pública.
- d) **Representan a los ciudadanos.** Se manifiesta de dos maneras: Fiscalizando la gestión pública y convirtiéndose en una plataforma de interacción social.
- e) **Función Socializadora.** El proceso socializador determinado por la interiorización de normas y valores en una determinada sociedad se hace posible gracias a la incursión de agentes como la familia, la escuela y los

medios de comunicación. Es así que estos últimos, por el tiempo de exposición de las personas se tornan en uno de los más influyentes.

- f) Fomentan la cultura de la diversión comercializada.** El entretenimiento es una función preponderante de los medios de comunicación. La diversión predominante ofrecida por la industria de los medios está configurada por la situación vital y laboral de las personas, es decir, se busca la distracción y el entretenimiento con la intención de evadirse de lo cotidiano, para poder responder nuevamente a sus exigencias y seguir cargando con la misma realidad.

Podemos observar que los medios de comunicación además de brindar información al público también ofrecen explicaciones e interpretaciones con el fin de ayudarles a tomar decisiones racionales. Otra situación observable es la participación de los medios como actores políticos y en muchos casos llegan a ser más confiables que las instituciones y el sistema político.

2.3 Clasificación de los Mass Media

Los mass media han ido surgiendo en la medida que factores socioculturales y tecnológicos dieron soporte a su desarrollo. A continuación describiremos los mass media más importantes y utilizados.

2.3.1 Prensa escrita

Desde su aparición, en 1450 D.C., la imprenta de Gutenberg, que fue inventada con el objetivo de hacer copias de la Biblia, marco el inicio del medio de comunicación en masa más antiguo, la prensa escrita.

Ayala (2001) nos amplía: “Lo que se llamó la segunda revolución en la comunicación de la información empezó en Alemania en 1455, cuando Johannes Gutenberg imprimió la Biblia en una imprenta que usaba un tipo móvil. Más de

200 años antes que Gutenberg, los chinos habían inventado una prensa para imprimir constituida por tipos de madera e incluso perfeccionaron una imprenta de cobre en 1445. Pero la innovación de Gutenberg fue alinear individualmente las letras metálicas que se debían entintar y luego prensarlas con papel para producir copias. A diferencia de las imprentas de madera o cobre, las letras de metal podían utilizarse nuevamente para producir otras páginas de texto, lo cual abarató considerablemente el proceso. Este invento implicó que el conocimiento, que pertenecía a las minorías privilegiadas, un día sería accesible para un mayor número de personas”.

Kircher, (2014) comenta: “Testigo clave de todas la épocas, la prensa escrita encuentra su lugar en el ámbito de la historia sociocultural, historia política e historia de las ideas; situada como producción escrita en el contexto de su época es considerada privilegiada como expresión cultural ya que permite captar cuáles son las prácticas culturales desplegadas en espacios de sociabilidad y los significados posibles que se pueden vehicular”.

En el proceso de la digitalización de la información la prensa es uno de los medios de comunicación en masa que a diferencia de los otros medios tradicionales como la televisión y la radio, está un paso adelante en su participación dentro del internet.

González, (2001) complementa: “La mayoría de los diarios impresos tienen su referente en edición digital, al menos así se puede afirmar de países como Estados Unidos, Canadá e incluso, España. En total son unos cuatro mil periódicos de todo el mundo los que están presentes en Internet. Estas cifras desvelan la convivencia actual de dos versiones de un mismo diario en dos soportes diferentes (papel y digital). Esa convivencia, que podríamos considerar amistosa y complementaria, exige la diferenciación en el tratamiento de los contenidos para uno y otro medio, así como la adaptación paulatina de la prensa impresa a las características del medio on line”.

El Pais (2006.) en su número 29 dic publica: “Cada día, desde 1645, el diario sueco Post Och Inrikes Tidningar el más antiguo del mundo, ha llegado fiel a la

cita con sus lectores. A partir del 1 de enero de 2007 no lo hará más, al menos no se citará con ellos en los quioscos. Lo hará, como mandan los nuevos tiempos, en Internet, convirtiéndose en uno de los primeros diarios que prescindan de su papel para hacerse visibles sólo en la web.

Para tener un panorama completo de la situación, debemos tomar en cuenta al consumidor, su punto de vista y lo que busca para satisfacer sus requerimientos de información.

Molina, (2017) Cita a Flavián y Gurrea,(2008) “Desde el punto de vista tanto de la oferta como de la demanda, han supuesto una revolución para periodismo moderno. Estos nuevos sistemas de distribución se caracterizan por la velocidad con la que llega a la noticia lector, el bajo costo de la distribución de información, la posibilidad de actualizar las noticias constantemente, y la oportunidad de establecer un contacto más directo e interactuar con los usuarios. Todas estas variables han venido a jugar un papel importante en el diseño de la nueva oferta periodística”.

Estas ventajas de la digitalización de la información ofrecen mayor nivel de satisfacción para los usuarios, al mismo tiempo que se plantean nuevos retos y mejores oportunidades para las empresas.

2.3.2 La Radio

La radio es un medio de comunicación que transmite mensajes de audio a través de ondas de radiofrecuencia, la radio también se transmite a través de internet.

Por ser un medio que solo transmite audio tiene la posibilidad de acompañar al oyente sin interrumpir sus quehaceres y actividades individuales, por lo que puede permanecer más tiempo en contacto con el público.

La radio ha tenido un aporte valioso en el servicio a la comunidad ya que los costos de producción son de los más bajos entre los otros medios, sin dejar de

mencionar que los aparatos receptores también son de lo más accesibles para el público en general.

Méndez & Quintana (1985) comentan que la radio ha tenido un rol importante, aunque no protagónico, al influenciar a las comunidades sobre todo en materia educativa y salubrista.

Por el grado de participación que la radio ofrece a sus oyentes obtiene mayor alcance ya que llega a todas las clases sociales estableciendo un contacto más cercano y personal.

Ulanovsky (2017) Dice:” La ventaja que tiene la radio a pesar de la distancia del locutor, es la sensación que percibimos al recibir el mensaje, como que estuviera dirigido a uno mismo”.

2.3.3 La Televisión

La televisión es el medio que ha impactado socialmente con más fuerza durante los últimos 50 años por ser un servicio gratuito, accesibilidad y sus variados mecanismos de difusión como son el cable, Satélite e internet. Técnicamente la televisión se viene desarrollando dando como resultado imágenes y audio en alta definición lo que le permite permanecer entre los medios más influenciadores de la sociedad.

En los últimos años la televisión ha estado perdiendo fuerza sobre todo en el público joven que prefieren pasar sus horas de ocio en las redes sociales utilizando el receptor de la televisión para conectarse a internet utilizando diferentes plataformas como youtube, netflix, etc.

Montemayor & Ortiz, (2016) comenta: “A pesar de todas estas circunstancias, la televisión sigue constituyendo un instrumento decisivo de configuración de elementos culturales diferenciadores en esta era digital, además de seguir siendo el medio de comunicación social por excelencia, tanto desde el punto de

vista de consumo como desde el punto de vista publicitario, ya que sigue siendo el medio donde los anunciantes invierten más publicidad gracias a la visibilidad que la televisión les presta”.

Orozco (2017) nos dice “En América Latina la televisión sigue siendo un medio de comunicación importante; la historia, la política, el mercado, pero sobre todo la cultura y sus audiencias la mantienen viva. No obstante que los jóvenes estén migrando a otras pantallas, los contenidos de la televisión siguen siendo un referente en las experiencias audiovisuales de todos. Con cambios en su recepción, producción, programación y modelos de negocio, la televisión en vez de desaparecer “estalla” y se amplifica en lo televisivo como una experiencia cultural múltiple y una oportunidad de “reinvención” de sus audiencias.

2.3.4 Internet

Crystal (2001) cita a John Naughton: “Internet es uno de los inventos más notables que han logrado nunca los seres humanos. En términos de cuál es su impacto en la sociedad, ostenta el mismo rango que la imprenta, el ferrocarril, el telégrafo, el automóvil, la energía eléctrica y la televisión. Algunos lo equiparan con la imprenta y la televisión, las dos tecnologías que más han transformado el entorno comunicativo en el que vivimos. Sin embargo, su potencial es aún mayor que el de estas últimas, porque aprovecha el recurso intelectual que la imprenta vino a aportar a la humanidad sin los obstáculos inherentes a la naturaleza de la televisión, que consiste en emitir de-uno-para-muchos”.

Tim Berners-Lee inventor de la World Wide Web cita un discurso pronunciado por Thabo Mbeki presidente de Sudáfrica:” Sobre cómo las personas podrían hacerse con esta nueva tecnología para conseguir mayores parcelas de poder, para mantenerse informadas sobre la verdad de sus propias circunstancias económicas, políticas y culturales, y para hacerse con una voz que todo el mundo pueda escuchar”.

El internet como mass media en el siglo XXI ha incorporado en sí mismo todos los otros medios de comunicación en masa potenciando su alcance, su interacción y multiplicando sus recursos y ventajas de tal manera que cualquier persona en cualquier punto del planeta tenga mayor cantidad de información y recursos.

2.3.5 El Cine

El cine de manera esencial, es la técnica de proyectar en secuencia a velocidad constante fotografías o fotogramas que crean una ilusión de movimiento, así de simple y así de complejo si tomamos en cuenta el impacto de éste en diversos ámbitos de la sociedad.

Astudillo & Mendinueta (2008) mencionan: “El cine es una poderosa herramienta cultural que permite conocer algunos elementos de la condición humana a través de la imagen y del sonido enriquecido con todas las bellas artes para tratar de impactar al intelecto y a la emoción. Procura llegar al espectador a través de la empatía por los personajes y la proyección de las experiencias propias con lo que se ve en la pantalla”.

Así mismo Morales (2017) complementa: “Es innegable la importancia del cine como medio de comunicación audiovisual y su repercusión social en numerosos ámbitos. Se dirige primordialmente a las masas, al individuo y a la sociedad; establece un contacto directo con el espectador, con el público y, por tanto, con la sociedad del momento, de la cual también forman parte los y las cineastas”.

Por la forma en que el cine entra en contacto con el público, es el medio de comunicación de masas más estimulante. Una sala de cine 4D está equipada con butacas móviles, sistemas de aire, aromas, agua, viento y luces que generan una experiencia inmersiva de alto impacto sensorial.

De Andrés (2015) nos dice en su estudio del neuromarketing:” Las historias pueden ser un buen vehículo para transmitir determinados mensajes emocionales. Detectaron un mayor nivel de emociones, positivas y negativas en

este tipo de anuncios. Generaban un mayor número de sonrisas y gestos de desagrado que los anuncios sin historia”.

La convergencia de elementos audiovisuales, estímulos sensoriales, emocionales e intelectuales hacen del cine un instrumento muy poderoso y eficaz para impactar al individuo y a las masas, por ende a la sociedad en múltiples aspectos, transmitiendo ideas, educando, persuadiendo, evocando sentimientos, destruyendo mitos y prejuicios interpretando la realidad además de entretener.

Morales (2017) cita a Kohan (2006) que aclara: “ El cine formula preguntas que permiten conectar desde nuevas perspectivas con uno mismo, una película pone en movimiento historias personales, recuerdos, necesidades, deseos, abre puertas que tal vez habrían permanecido cerradas sin esa película, puede ser una guía vital”.

La misma autora complementa: “La eficacia educativa de la imagen es muy relevante, ya que está comprobado que la mente humana retiene mucho más la imagen que cualquier otro signo de comunicación. Es más efectivo, por tanto, todo aquel conocimiento intelectual que nos llega por medio de la realidad, de la praxis y no a través de la teoría. Y el cine es una interpretación seleccionada de la realidad que, además de entretener y evadir, puede ser un elemento que apunte o de construya ideas, estereotipos, mitos, prejuicios, etc.”

2.3.5.1 Géneros de cine

Los géneros cinematográficos se refieren al tema principal o general de las películas que sirven para clasificarlas.

Sanchez (2002) complementa y dice: “La película, resultado del trabajo multidisciplinario y la convergencia de muchas especialidades artísticas, es una obra de arte única que siendo original está estructurada de acuerdo a

condicionantes que la ubican en alguna categoría, clasificación, género, escuela o corriente.

La clasificación de las películas por géneros cinematográficos se torna una tarea complicada ya que los elementos comunes como el estilo, tema, formato son utilizados en combinaciones que generan subgéneros y géneros híbridos.

Vincent (2006) Nos dice que el género cinematográfico es un término con definición difícil de especificar y referido a criterios muy diferentes. Uno de los criterios procede del teatro: tragedia, drama, comedia; sin embargo las películas originales difícilmente se enmarcan en alguna categoría mencionada.

El mismo autor también explica que los géneros tuvieron su apogeo en los años treinta hasta los cincuenta en que respondían a intereses de los grandes estudios americanos para la eficacia de las condiciones de producción así como el lanzamiento comercial y la difusión de sus productos cinematográficos. Actualmente los géneros solo sirven para dar alguna referencia al público.

Zavala (2013) amplia: “Los modelos de género cinematográfico, estilo, etc. son un terreno de estudio inagotable; cada día se producen variantes que desafían alguna tipología previamente establecida.

La clasificación de los géneros cinematográficos seguirá en evolución, en tanto mencionaremos los géneros específicos y más conocidos según Romaguera (1999).

a) Documental

Sanchez (2002) explica: “El documental tiene su origen, con las primeras vistas, en los mismos inicios del cinematógrafo. Es aquel cine que restituye la realidad, que muestra o describe, sin interferencia alguna del realizador – idealmente con una asepsia científica- una realidad existente”.

El cine documental también conocido como cine de no ficción tiene como principal objetivo brindar información que sirva de ventana a la realidad.

El mismo autor cita a Shohei Imamura que dice:” Estoy en contra de una sociedad que trata de ocultar por todos los medios a su alcance lo que no resulta fotogénico, y desde luego me dedico a sacar a la luz lo que algunos se empeñan en ocultar en lo más profundo de los armarios trateros”.

Existe una clasificación que Sánchez (2002) propone:

- Documental medico científico: utilizado para la enseñanza.
- Sobre la naturaleza: sobre el mundo animal y vegetal.
- Antropológico: Sobre modos de vida y mentalidades de los pueblos.
- Etnográfico: Sobre fiestas y oficios costumbres y ritos.
- Histórico: Reconstruye sucesos del pasado.
- De investigación: Profundiza hechos noticiosos.

b) Películas de Acción

Este género ofrece como principal atractivo escenas de violencia, persecuciones fantásticas, efectos especiales bien logrados que hagan de la imagen espectacular y explosiva el elemento más importante.

Vincent (2006) define: “Por mucho tiempo este género ha contenido a otros géneros como el género policiaco, western, etc. Pero desde mediados de los ochenta que tomo un lugar exclusivo para las secuencias hipertrofiadas, impone personajes sobrehumanos que luchan brutalmente sin escrúpulos en pro de la defensa de valores americanos, es una escenificación de coreografías de violencia y muerte”.

c) Películas de Terror

Tiene como principal objetivo provocar en el espectador sentimientos de horror, miedo, incomodidad y preocupación. La Universal de Carl Laemmle es la productora especializada que en sus inicios se basa en la tradición literaria de Mary Shelley y Robert L. Stevenson realizando entregas de los mitos literarios de Drácula y Frankenstein.

Sanchez (2002) nos dice: “Este género ha evolucionado a lo largo de su historia pasando por lo monstruoso, lo fantástico, lo repulsivo, lo diabólico, etc. En las últimas décadas se inició un ciclo de películas de bajo costo que hacen de la transgresión visual el atractivo. Son películas que se definen por la existencia de sangre, vísceras y mutilaciones que hacen del asco y la repugnancia un espectáculo”.

d) Películas de Ciencia Ficción

Vincent (2006) Indica: “El termino ciencia ficción es un americanismo que combina dos palabras antagonistas e insuficientes para definir este género que se basa en la anticipación, es decir, sin un salto hacia el futuro no podemos hablar de ciencia ficción. Las películas de este género combinan apariencias científicas con mucha tecnología para desarrollar su ficción”.

e) Comedia

Sanchez (2002) dice: “Se pueden agrupar en este género algunos subgéneros como la comedia romántica, parodia, atracos y timos, Humor absurdo, humor negro, picaresca, burlesco, etc.

El burlesco es la forma originaria del cine cómico que tiene rasgos característicos las persecuciones frenéticas, las bofetadas y las batallas con torta de crema. Entre sus pioneros podemos mencionar a Mack Sennet, Charles Chaplin, Buster Keaton y Harold Lloyd.

f) Musical

Noriega, (2002) Nos comenta. “Este género abarca toda película que otorga importancia al espectáculo de la música a través de canciones, bailes o coreografiadas; incluso también podríamos considerar musicales las biografías de compositores o intérpretes. Pero, el musical por excelencia es el musical americano, un género genuino que apenas ha tenido desarrollo en otros países”.

Zavala, (2013) nos amplía: “El cine musical siempre ha tenido un carácter metaficcional por su propia naturaleza, al tematizar la puesta en escena dentro de la ficción cinematográfica. El cine musical puede ser considerado como una forma de lo maravilloso, ya que los personajes cantan y bailan en las situaciones más inverosímiles, y lo hacen con la naturalidad que otorga la presencia de una evidente música extradiegética.”

g) Animación

La animación es la técnica que produce una sensación de movimiento a dibujos, imágenes o cualquier objeto fotografiados a diferentes posiciones para luego reproducir las fotografías en secuencia a una velocidad constante generando así un efecto de continuidad.

Martinez & Sanchez (n.d.) Amplía: “Con la invención del paso de manivela, Chomón estableció los principios fundamentales de la animación. Más tarde Cohl los aplicó al campo gráfico, y estableció las bases de lo que con los años se convertiría en la poderosa industria de los dibujos animados. McCay dio al dibujo animado la técnica básica con la que se ha mantenido hasta el presente, pues los principios de la animación en papel, en acetato o por ordenador, la forma técnicamente más avanzada del género, son exactamente los mismos; sólo cambian las apariencias”

El cine de animación, dice Sánchez (2002), “no es un género, más bien es un formato donde el cine infantil y el relato humorístico han resaltado. Experimenta con la realidad para dar una visión onírica, misteriosa, fantástica que provoque la risa, la admiración o la fascinación”.

El mismo autor nos dice: “El concepto de animación abarca diversidad de técnicas: fotografía de dibujos, dibujo pintado sobre celuloide, pantalla de alfileres, figuras de plastilina, animación imagen a imagen, etc.”

La tecnología ha permitido superar la calidad de las animaciones hasta el punto de confundirse con la realidad, logrando que el cine de animación conquiste nuevas audiencias de cualquier edad.

h) Drama

El drama es el género cinematográfico que cuenta historias que evoquen emociones de tristeza y compasión. La muerte, la infidelidad, la miseria, prejuicios raciales y religiosos y cualquier tipo de injusticia son tema a tratar en los guiones de este género.

Sanchez (2002) argumenta: “El drama es un género que agrupa a las películas que abordan conflictos personales y sociales con un talante y una resolución realista. Este género describe, a través de la ficción, situaciones y hechos de la vida real donde los espectadores se ven identificados.

Este género engloba sub categorías como el Melodrama, el romance, el guion histórico, biográfico, religioso, bíblico, amores imposibles, etc.

2.4 Impacto cinematográfico

El impacto que una película produce en la sociedad se da en múltiples aspectos, podemos hablar de impacto económico, social, psicológico, etc. Si hablamos del impacto económico, el negocio cinematográfico es uno de los más rentables ya que la inversión es recuperada de manera exponencial. En la presente investigación nos avocaremos al impacto psicológico que motiva a acciones específicas.

Paz (2010) comenta: “El cine ejerce influencias evidentes sobre el espectador, además de las obvias influencias de moda, costumbre e idiomas, pues es casi un hecho que ocurre un fenómeno en particular por parte del espectador, al verse “reflejado” por una situación o un personaje de la pantalla; éste es la identificación”. El mismo autor cita a Lunders (1957) que comenta: “La primera forma de identificación, conocida como “consolación”, se produce en situaciones dentro de películas. Motiva que el espectador se identifique con el personaje que le parece un modelo y que es el objeto de su admiración por sus características físicas y espirituales: modelo inaccesible, no obstante, porque pertenece a este otro mundo real, pero de lejana realidad”.

A nivel personal el cine apela de manera específica a las emociones, todo los recurso audiovisuales apuntan en ese ámbito.

Bird (2008) cita a Tarkovsky que comenta: “el cine es tanto más importante cuanto más es capaz de conmover el alma”. Las emociones, los sentimientos que emanan de la pantalla son los que delimitan su capacidad para formar, para enriquecer y potenciar los aprendizajes; son las que nos hacen cambiar y reflexionar sobre las realidades que nos rodean. El cine es emoción, y las emociones dan lugar a cambios y aprendizajes. El poder emocional del cine es tan grande, la capacidad emoción de las imágenes tan potente, que resulta muy difícil negar su capacidad de influencia”.

Podemos observar como las emociones está íntimamente ligadas al aprendizaje. Paz (2010) amplía: “Por otra parte el cine es un medio de comunicación que se acerca a la realidad, por lo cual al sumergirnos en él, saca a flote emociones y sentimientos, lloramos, nos reímos, nos asustamos, etc. Nos envuelve casi por completo, incluso puede proyectar facetas nuestras. También es común, dentro del cine, el aprendizaje vicario, el cual, es una faceta de aprendizaje en el campo de la psicología, que se realiza a través de la observación, en el cual se copian conductas de los personajes admirados y se crean marcos de referencia conductuales, los cuales podrían ser patrones de imitación.

Y por último el cine contiene elementos de psicología (principalmente en el planteamiento estético y sus resultados), lo que hace que la imagen sea más atractiva para el espectador, por ejemplo: los paisajes, el físico de los personajes, la música, etc.”

2.5 El cine como recurso formativo

Es innegable el gran impacto emocional que una película puede lograr en el público. ¿Quién no ha llorado alguna vez al sentirse conmovido por una historia

que nos identificó, o ha sentido ira hacia un personaje malvado y al mismo tiempo cierta satisfacción cuando los personajes logran vencer los problemas?

Conde & Iturrate (2003) nos aclaran: “Si hay algo mágico que tiene el cine es que su credibilidad está envuelta en la fantasía más pura, se llora y se sufre porque las técnicas del lenguaje audiovisual, la banda sonora, los efectos especiales, el tipo de planos y la transición entre estos, lo hacen posible”.

Estas técnicas audiovisuales que el cine utiliza, además de la historia, recrean un mundo que no tiene límites y envuelven por un momento a la audiencia que sin poner objeción se introduce en la pantalla.

Morales (2017) nos comenta: “El cine influye en el mundo interno, ayuda a resolver conflictos, cambiar actitudes, y hábitos que limitan, desarrolla la creatividad, mejora la comunicación y también contribuye a desechar emociones negativas. Por todo ello ha sido utilizado como apoyo pedagógico en las aulas”.

La eficacia pedagógica del cine se centra en la empatía. La persona tiende a retener más información y a reflexionar con mayor profundidad en tanto haya vivido las emociones en carne propia gracias a la empatía que los personajes pueden generar en la audiencia.

Aliaga (2016) comenta: “El cine es un conjunto de historias protagonizadas por personas y personajes capaces de conmovernos y hacernos despertar una serie de sentimientos que pueden ser trabajados desde una perspectiva educativa. Por esa capacidad de generar empatía, nos parece un medio tan útil a la hora de centrarnos en un tema como el de las drogas”.

El mismo autor agrega: “El cine es un aula inmensa gracias a la cual todos nosotros aprendemos cosas nuevas. Las emociones que proyecta la pantalla ayudan a formarnos, nos permiten reflexionar sobre todo aquello que nos interesa, nos facilita una visión del mundo menos egocéntrica, más abierta y generosa. El cine es capaz de transmitir cualquier problemática de las relaciones interpersonales. En breve espacio de tiempo nos hace llegar todo tipo de

emociones, sensaciones y vivencias. Modelos de comportamiento tanto positivo como negativo. (Ambos igualmente útiles desde el punto de vista pedagógico).”

2.6 Aceptación: primer indicador de impacto.

El diccionario de la Real Academia define: La aceptación:

- Acción y efecto de aceptar,
- Aprobación, aplauso.

En un contexto cinematográfico la aceptación de una película se ve reflejada en la recaudación económica, visitas a la página web, reseñas y comentarios, etc.

Existen páginas especializadas para medir la aceptación o aprobación a través del registro de reseñas de público común y profesionales. Rottentomatoes es una de ellas, que recopila reseñas de la gente común y críticos profesionales promediando los resultados de opiniones positivas y negativas donde el 60% de aprobación otorga a la película una buena aceptación, por debajo de eso queda desaprobada.

A través de internet, la posibilidad de medir la aceptación de las películas no es nada complicado, solo hay que echar un vistazo a los comentarios y votaciones para saber la calificación obtenida.

La Academia de artes y las ciencias cinematográficas, cada año organiza “El Oscar”, que es la premiación más importante del mundo del cine. La evaluación se realiza por categorías que componen las películas: Actuación, mejor película animada, diseño de vestuario, dirección, mejor película documental, edición de película, mejor película extranjera, maquillaje y peinado, música, mejor decoración del set, Sonido, mejor corto metraje, efectos visuales y mejor Guion original o adaptado. Los más de seis mil miembros, especialistas en las diversas categorías, que componen la Academia de artes y ciencias cinematográficas son los encargados de realizar la votación cada uno en su especialidad, en tanto las

categorías generales como mejor película o documental son calificadas por todos los miembros. Academy Awards of Merit for achievements (2017)

2.7 Comprensión: segundo indicador de impacto.

El Diccionario de la Real Academia define: La comprensión:

- Acción de comprender o comprenderse.
- Facultad, capacidad o perspicacia para entender y penetrar las cosas.
- Actitud comprensiva o tolerante.

Ampliando la definición el diccionario DLE (2017) define: El concepto de comprensión está relacionado con el verbo comprender, que refiere a entender, justificar o contener algo. La comprensión, por lo tanto, es la aptitud o astucia para alcanzar un entendimiento de las cosas.

El objetivo principal del proceso comunicativo es la interpretación del mensaje. Los componentes básicos del proceso comunicativo se ven claramente delineados en el cine.

Morales (2017) cita a Benet (2004) y dice: “El cine establece un círculo completo al que denomina el Círculo de la comunicación que comienza con el Cineasta (emisor), sigue con la Película (mensaje connotado), continua con el espectador (receptor) y la Sociedad (contexto) para terminar de nuevo en el Cineasta en una especie de feed-back intercomunicado”.

Por su parte Barandiaran (2017) amplía:” La comprensión es un proceso de creación mental por el que, partiendo de ciertos datos aportados por un emisor, el receptor crea una imagen del mensaje que se le quiere transmitir. Para ello es necesario dar un significado a los datos que recibimos. Cuando utilizamos el término "datos" nos estamos refiriendo a cualquier información que pueda ser utilizada para llegar a comprender un mensaje. Los datos pueden ser de diferente tipo: palabras, conceptos, relaciones, implicaciones, formatos, estructuras, pueden ser lingüísticos, culturales, sociales, etc.”

Santiago (2013) dice: “Todo Aprendizaje se traduce en cambio de actitud del individuo, o en la adquisición de una habilidad especial, o de alguna forma de destreza en la manipulación de materiales o instrumentos”

2.8 Iglesia Adventista del Séptimo Día

La página web oficial de la Iglesia Adventista del Séptimo Día dice:

Los adventistas del séptimo día, con casi 18 millones de miembros (datos hasta el 2013) es una iglesia Cristiana organizada en 1863 en los Estados Unidos. Creen en la Biblia como la revelación literal de Dios para nuestros días.

A nivel mundial, la Iglesia Adventista del Séptimo Día se administra a través de 13 divisiones. Todas están conectadas a la sede central ubicada en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos. La coordinación mundial es responsabilidad de la Conferencia General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, la misma que cada cinco años celebra una asamblea para designar a los líderes a través de votaciones y documentos oficiales.

La Iglesia Adventista del Séptimo Día tiene presencia en doscientos seis países y predicán en ochocientos noventaún lenguas y dialectos.

Administran siete mil ochocientos cuatro instituciones educativas también poseen setecientos noventa instituciones de salud como hospitales, clínicas y orfanatos. Así mismo cuentan con sesentaún editoriales e imprentas, dieciocho fábricas de alimentos y sesentaicinco centros de producción y medios de comunicación.

Los adventistas del séptimo día se organizan a través de cuatro niveles, desde cada miembro individual hasta la organización global:

- a. La Iglesia local es un cuerpo organizado conformado por los miembros individuales;
- b. La Asociación/Misión local es un cuerpo organizado y conformado por las iglesias de un estado, provincia o territorio;
- c. La Unión es la conformación de las asociaciones/misiones de los campos dentro de un territorio más amplio. Por ejemplo: Unión Sur-Brasileña, comprende los estados de la región Sur de Brasil;
- d. La Asociación General es la unidad que incluye a toda la organización, y está conformada por todas las divisiones de todo el mundo. Las Divisiones son secciones de la Asociación General, con responsabilidad administrativa atribuida para determinadas áreas geográficas

La División Sudamericana de la Iglesia Adventista del Séptimo Día (DSA) es una unidad administrativa de la Asociación General de la IASD, fundada en 1916. En la actualidad, comprende el territorio ocupado por ocho países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú y Uruguay. 68% de los adventistas viven en América Latina y África.

2.8.1 Iglesia Adventista Villa Unión de Ñaña

La Iglesia Adventista Villa Unión pertenece a la Unión Peruana del Norte y está situada en el campus de la Universidad Peruana Unión ubicado a la altura del kilómetro 19 de la carretera Central en Ñaña distrito de Lurigancho. La iglesia está conformada por docentes, alumnos y personas cercanas al campus universitario. La Iglesia Adventista Villa Unión fue fundada el año 1945, año en que el Colegio Unión inicio sus actividades en su cede de Ñaña.

2.8.2 Producciones Nuevo tiempo Perú

Producciones Nuevo Tiempo Perú es una institución de la Iglesia Adventista en nuestro país que pertenece a la red mundial adventista de comunicaciones Hope Channel que opera a través de cuarentaicuatro canales en todo el mundo, dedicada a la producción y difusión de programas televisivos, radiales además de proyectos audiovisuales como películas, cortometrajes, videos, producciones musicales, etc. que promueven un estilo de vida cristiana y saludable. Producciones Nuevo Tiempo Perú Tiene cinco áreas de desarrollo: Radio con más de 23 emisoras en todo el país; televisión que se encarga de la producción de programas para alimentar la red Nuevo Tiempo en español para Sudamérica, su canal digital para Lima de señal abierta 78.8 y el canal nacional en Movistar TV 654, Redes sociales, Escuela Bíblica y una productora de música cristiana.

2.9 Proyecto de la película “Involucrados”

“Involucrados” es una película cristiana de drama basada en hechos reales y producida por Nuevo Tiempo Perú el año 2017, estrenándose el 16 de febrero de 2018 a través de las redes sociales Facebook y Youtube. La película va dirigida al público en general pero por la temática que presenta tiene como público target la comunidad cristiana.

Esta película tiene como objetivos, a través de las emociones, instruir en la esencia del discipulado y motivar a estar involucrados de dos en dos, para crecer en la vida espiritual. “Involucrados” fue dirigida por el señor Remberto Sarzuri y producida por el señor Oswaldo Valdivia bajo el auspicio de la Unión Peruana Del Norte, entidad administrativa de la Iglesia Adventista Del Séptimo Día en Perú.

La Película fue grabada del 18 al 24 de diciembre de 2017 en diferentes locaciones de Lima; junto a reconocidos actores nacionales como Valeria Bringas, Carolina Infante, Óscar López, Hernán Romero, Domingo Orell, Ena

Luna; entre otros, que escenificaron momentos de gozo, gratitud y esperanza, entrelazados con escenas de traición, angustia y dolor.

Desde su aparición en Facebook el 05 de febrero, el tráiler promocional alcanzó cincuenta y dos mil reproducciones y el 16 de febrero, día del estreno, la película tuvo treinta y un mil reproducciones. En Youtube la película alcanzó ciento cincuenta y tres mil reproducciones.

2.9.1 Argumento

“Involucrados” tiene una duración de una hora y media donde se narra la historia de Valeria, una joven auditora, que es miembro de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Valeria tiene una relación sentimental con Lucas, su jefe, que está casado con Abril con la que tiene una hija de 9 años. Esta situación lleva a Valeria a tener conflictos con su conciencia ya que desde niña fue criada en una familia cristiana. Tratando de definir su situación y persuadida por Lucas, Valeria toma la decisión de abandonar la iglesia. Lucia, que es su amiga, la elige como su “pareja discipuladora”, un programa de la iglesia que promueve el trabajo misionero en parejas; lo que causa incomodidad y hace postergar la decisión de Valeria de salirse de la iglesia.

A pesar de que Valeria se mantiene distante, Lucía no deja de llamarla por celular y permanece constante en su afán de no abandonarla en sus conflictos y luchas de conciencia. Un día, después de una conversación telefónica entre ellas, Valeria se da cuenta que la persona por la cual Lucia le pide orar es Abril, Jefa de Lucia y esposa de Lucas su amante, lo que le hace recapacitar sobre el daño que ella le está ocasionando a Abril y su hija. A partir de ese momento Valeria tiene un acercamiento a Lucia porque siente que su amistad la acerca a Jesús y a la iglesia, situación que molesta a Lucas y conlleva a la ruptura de su relación. Valeria pide perdón y retoma su relación con Dios. Durante el desarrollo de la película, Dios utiliza a Valeria como apoyo y consuelo para Lucia y Raquel, su compañera de trabajo, que pasan por momentos difíciles de pérdida de seres queridos y enfermedades graves. Finalmente, gracias al testimonio de Valeria y Lucia, Abril y Raquel entregan su vida a Jesús y se bautizan en la iglesia

confirmando así que la amistad y el compañerismo entre Lucía y Valeria trajeron mucho bien para sus vidas y la vida de otras personas en su entorno.

2.10 Glosario

Aceptación: - Acción y efecto de aceptar; aprobación, éxito, aplauso.

Aprendizaje: El aprendizaje es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación.

Aprendizaje implícito-emocional: No requiere de esfuerzos, por lo que no genera ningún gasto energético para nuestro cerebro, son automáticos e implícitos, por ello se adquieren rápidamente y son indelebles en el tiempo.

Comprensión: El concepto de comprensión está relacionado con el verbo comprender, que refiere a entender, justificar o contener algo. La comprensión, por lo tanto, es la aptitud o astucia para alcanzar un entendimiento de las cosas.

Discipulado: Es el proceso mediante el cual los discípulos crecen en el conocimiento de Jesús y son inspirados y capacitados por el Espíritu Santo para moldear su carácter al modelo de Jesús a través del compañerismo.

Impacto emocional: Son las consecuencias en nuestro estado de ánimo y nuestro organismo a causa de un estímulo externo.

Mass media: Medios de comunicación de masas.

Parejas misioneras: Es el equipo de dos personas que realizan el trabajo de comunicar el conocimiento de Dios a quienes no lo conocen.

Producciones Nuevo Tiempo Perú: Institución de la Iglesia Adventista en nuestro país que se dedica a la producción y difusión de programas televisivos, radiales además de proyectos audiovisuales como películas, cortometrajes, videos, producciones musicales, etc. que promueven un estilo de vida cristiana y saludable a través de sus plataformas como televisión por cable, radio e internet.

Público objetivo: Publico al que se dirigen las acciones de comunicación o al que quieres vender algún producto o servicio.

Unión Peruana Del Norte: Entidad administrativa de la Iglesia Adventista del Séptimo Día para la parte norte de Perú.

Vida espiritual: Es una vida que se relaciona con Dios diariamente a través del Espíritu Santo mediante la oración y el estudio de la Biblia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICA

3.1 Población y Muestra:

La población estuvo conformada por miembros de la iglesia adventista Villa Unión.

La muestra utilizada fue no probabilística por conveniencia compuesta por 259 personas que asistieron al estreno de la película en el auditorio Alva & Alva en el campus de la Universidad Peruana Unión de Ñaña.

Las variables de segmentación fueron: sexo (hombres y mujeres), edades (personas entre 15 a 70 años).

3.2. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

La técnica que se utilizó fue la encuesta personal o “face to face” y el instrumento fue el cuestionario elaborado con 09 preguntas cerradas entre dicotómicas y politómicas.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

4.1 Tablas y gráficos

PREGUNTA 1

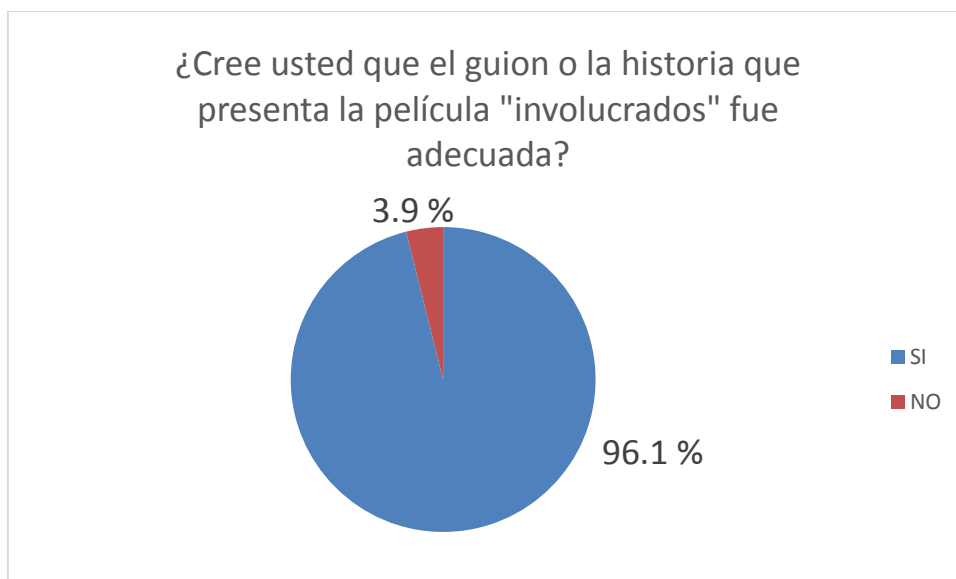
¿Cree usted que el guion o la historia que presenta la película "involucrados" fue adecuada?

TABLA 1:

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	249	96,1
NO	10	3,9
Total	259	100,0

En la tabla 1 se observa que el 96.1% de los encuestados consideran que el guion de la película "Involucrados" fue adecuado, mientras el 3.9% consideran que no fue adecuado.

GRÁFICO 1



PREGUNTA 2

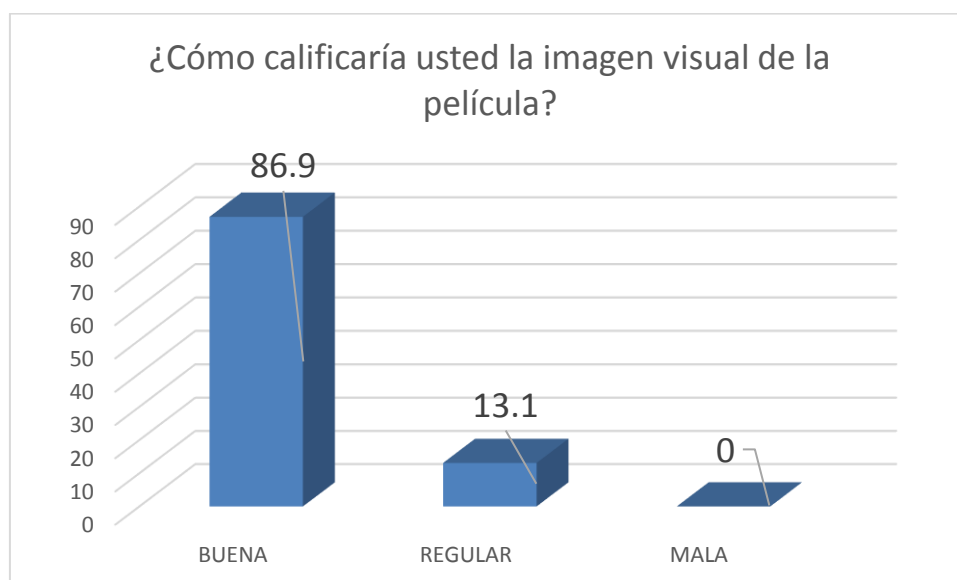
¿Cómo calificaría usted la imagen visual de la película?

TABLA 2:

	Frecuencia	Porcentaje %
BUENA	225	86.9
REGULAR	34	13.1
MALA	0	0
Total	259	100,0

En la tabla 2 se observa que el 86.9% de los encuestados consideran que la imagen visual de la película "Involucrados" fue buena, mientras el 13.1% consideran que fue regular.

GRÁFICO 2



PREGUNTA 3

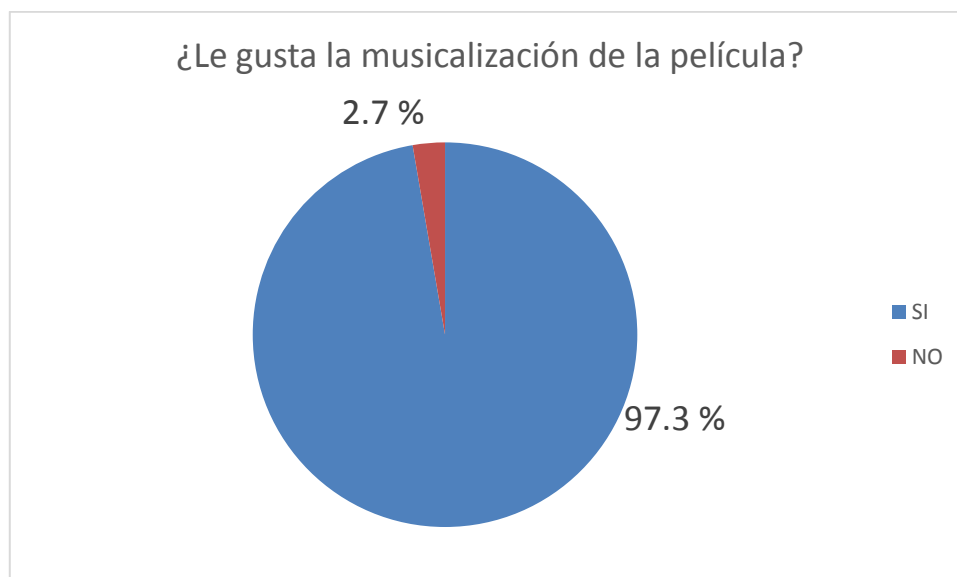
¿Le gusta la musicalización de la película?

TABLA 3:

	Frecuencia	Porcentaje %
SI	252	97.3
NO	7	2.7
Total	259	100,0

En la tabla 3 se observa que al 97.3% de los encuestados les gusta la musicalización de la película “Involucrados”; mientras al 2.7%, no les gustó.

GRÁFICO 03



PREGUNTA 4

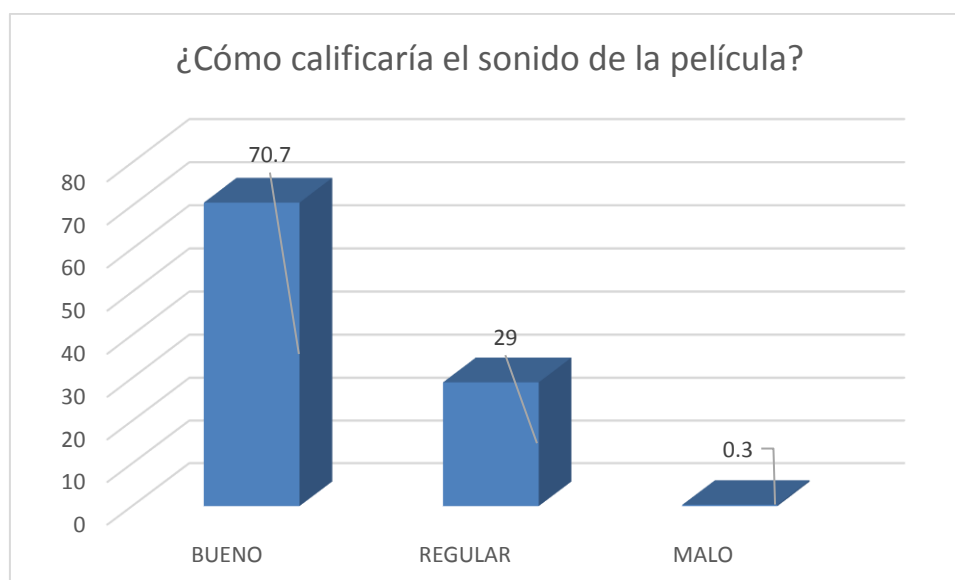
¿Cómo calificaría el sonido de la película?

TABLA 4:

	Frecuencia	Porcentaje %
BUENO	183	70.7
REGULAR	75	29.0
MALO	1	0.3
Total	259	100,0

En la tabla 4 se observa que el 70.7% de los encuestados calificó como bueno el sonido de la película “Involucrados”, en tanto el 29% calificó como regular y el 0.4% como malo.

GRÁFICO 4



PREGUNTA 5

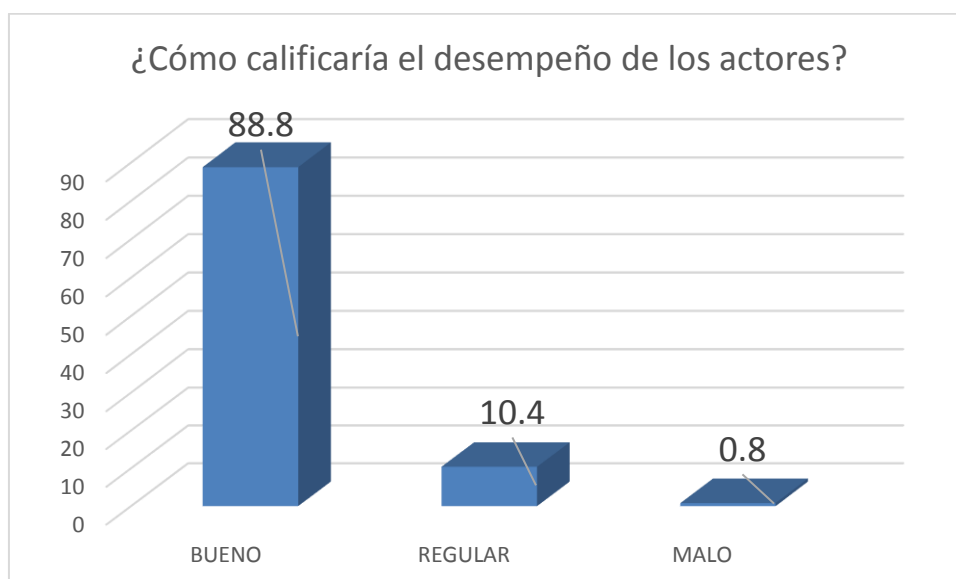
¿Cómo calificaría el desempeño de los actores?

TABLA 5:

	Frecuencia	Porcentaje %
BUENO	230	88.8
REGULAR	27	10.4
MALO	2	0.8
Total	259	100,0

En la tabla 5 se observa que el 88.8% de los encuestados calificó como bueno el desempeño de los actores de la película “Involucrados”, en tanto el 10.4% calificó como regular y el 0.8% como malo.

GRÁFICO 5



PREGUNTA 6

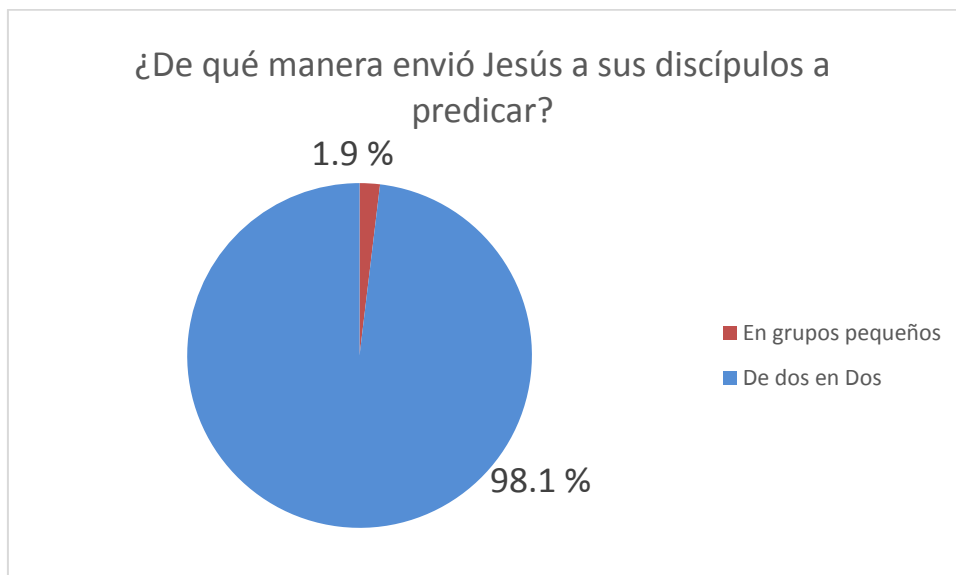
¿De qué manera envió Jesús a sus discípulos para predicar?

TABLA 6:

	Frecuencia	Porcentaje %
En grupos pequeños	5	1.9
De dos en Dos	254	98.1
Total	259	100,0

En la tabla 6 se observa que el 98.1% de los encuestados respondió: De dos en dos mientras que el 1.9% respondió: En grupos pequeños. La respuesta correcta es: De dos en dos.

GRÁFICO 6



PREGUNTA 7

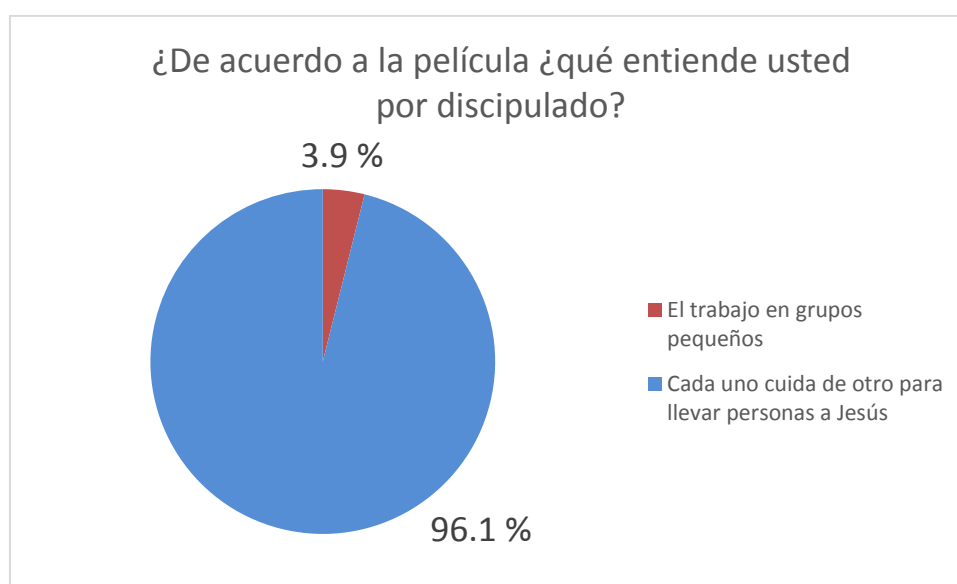
¿De acuerdo a la película ¿qué entiende usted por discipulado?

TABLA 7:

	Frecuencia	Porcentaje %
El trabajo en grupos pequeños	10	3.9
Cada uno cuida de otro para llevar personas a Jesús	249	96.1
Total	259	100,0

En la tabla 7 se observa que el 96.1% de los encuestados respondió: “Cada uno cuida de otro para llevar personas a Jesús”, mientras que el 3.9% respondió: “El trabajo en grupos pequeños”. La respuesta correcta es: **“Cada uno cuida de otro para llevar personas a Jesús”**.

GRÁFICO 7



PREGUNTA 8

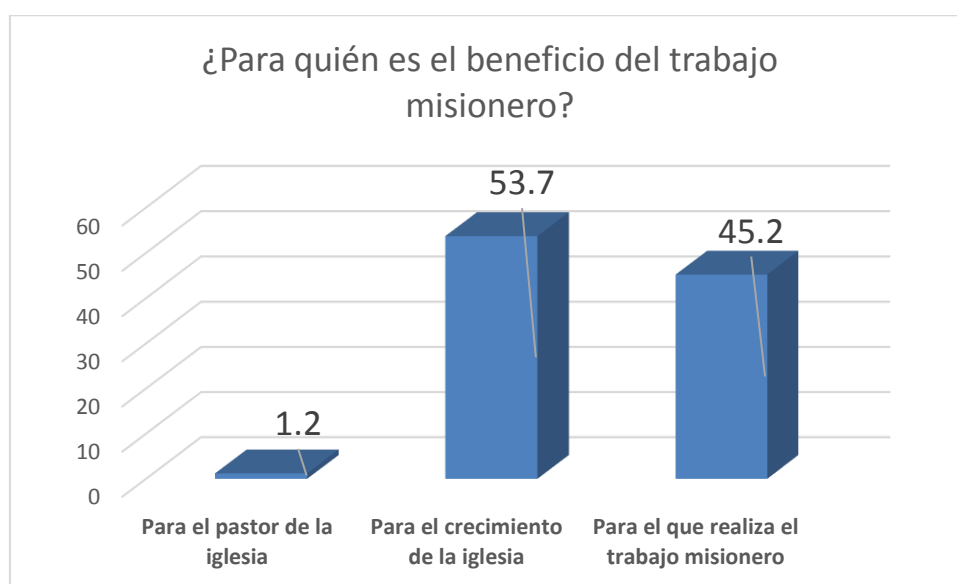
¿Para quién es el beneficio del trabajo misionero?

TABLA 8:

	Frecuencia	Porcentaje %
Para el pastor de la iglesia	3	1.2
Para el crecimiento de la iglesia	139	53.7
Para el que realiza el trabajo misionero	117	45.2
Total	259	100,0

En la tabla 8 se observa que el 53.7% de los encuestados respondió: “Para el crecimiento de la iglesia”, mientras que el 45.2% respondió: “Para el que realiza el trabajo misionero” y el 1.2% respondió: “Para el pastor de la iglesia”. **La respuesta correcta es: “Para el que realiza el trabajo misionero”.**

GRÁFICO 8



PREGUNTA 9

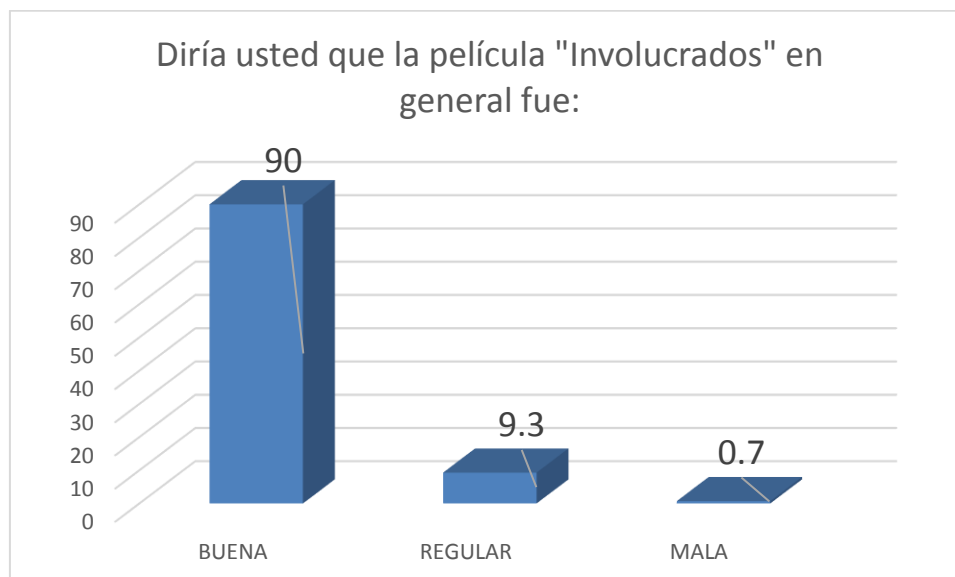
Diría usted que la película "Involucrados" en general fue:

TABLA 9:

	Frecuencia	Porcentaje %
BUENA	233	90
REGULAR	24	9.3
MALA	2	0.7
Total	259	100,0

En la tabla 9 se observa que el 90% de los encuestados indicó que la película "Involucrados" fue buena, mientras que el 9.3% consideró que fue regular y el 0.7% indicó que fue mala.

GRÁFICO 9



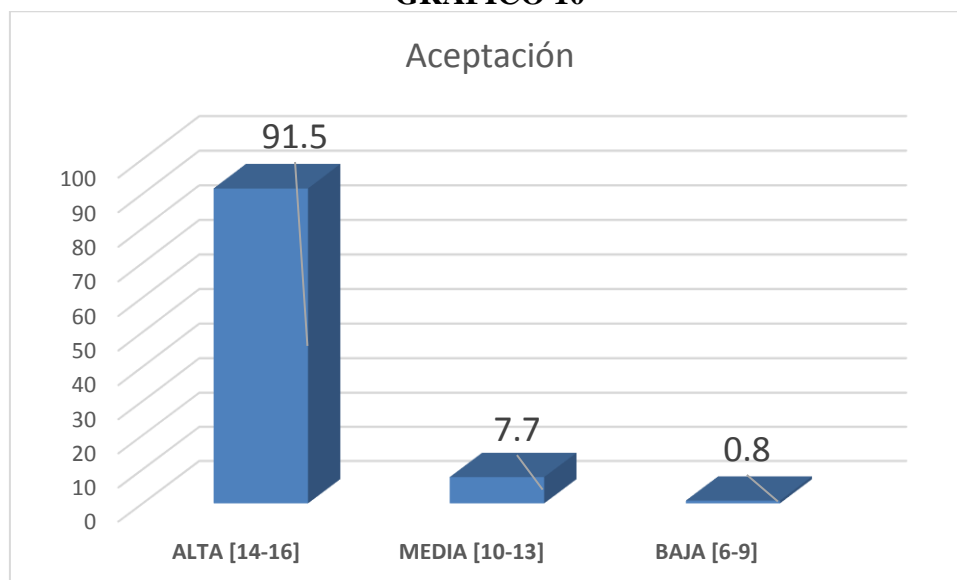
ACEPTACIÓN: primer indicador

TABLA 10

Rangos	Frecuencia	Porcentaje %
ALTA [14-16]	237	91.5
MEDIA [10-13]	20	7.7
BAJA [6-9]	2	0.8
Total	259	100,0

La tabla 10, muestra una aceptación en tres niveles: baja, media y alta. La aceptación alta al 91.5% de los encuestados, la media con el 7.7% y la baja con el 0.8%, en conclusión el nivel de aceptación es alto.

GRÁFICO 10



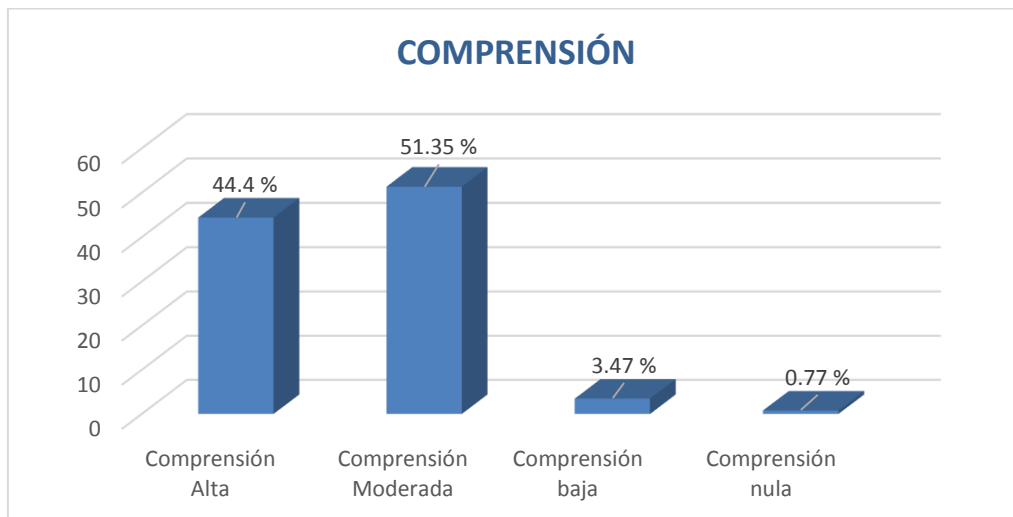
COMPRESIÓN: segundo indicador

TABLA 11

	Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje %
Comprensión Alta	(3 resp. Correctas)	115	44.40
Comprensión Moderada	(2 resp. Correctas)	133	51.35
Comprensión baja	(1 resp. Correcta)	9	3.47
Comprensión nula	(0 resp. Correctas)	2	0.77
Total		259	100,0

La tabla 11 muestra la comprensión de la película en cuatro niveles: Comprensión alta al 44.40% de los encuestados, comprensión media del 51.35%, comprensión baja del 3.47% y comprensión nula del 0.77%. En conclusión, la comprensión alta y la moderada indican que la comprensión fue buena.

GRÁFICO 11



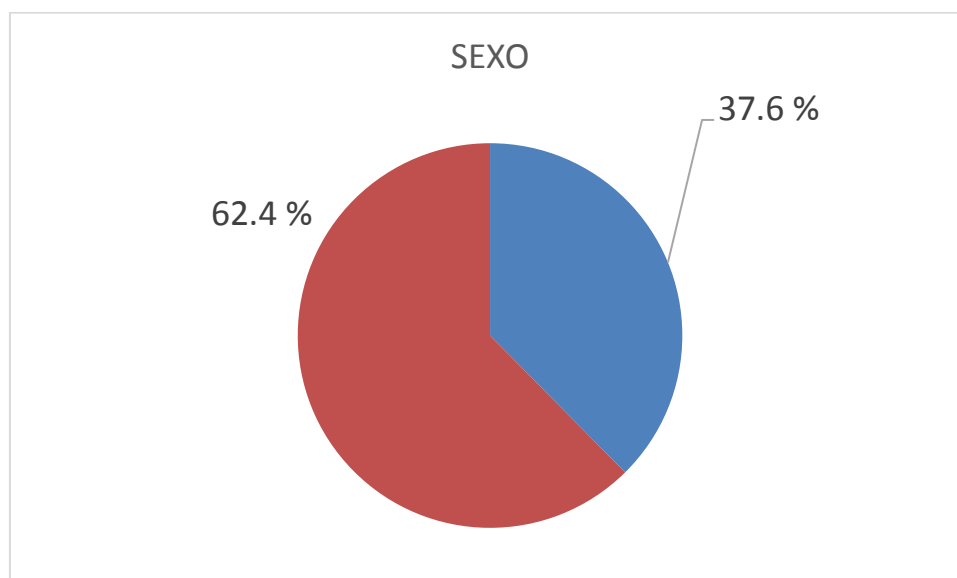
Participantes en la encuesta en relación al género:

TABLA 12 (informativa)

	Frecuencia	Porcentaje %
MASCULINO	68	37.6
FEMENINO	113	62.4
Total	259	100,0

Según el cuadro 12, participaron 68 personas del sexo masculino representado con el 37.6% y 113 personas del sexo femenino con el 62.4% dando un total de 259 participantes. La tabla muestra la participación femenina en mayor porcentaje.

GRÁFICO 12



Participantes en la encuesta en relación a la edad:

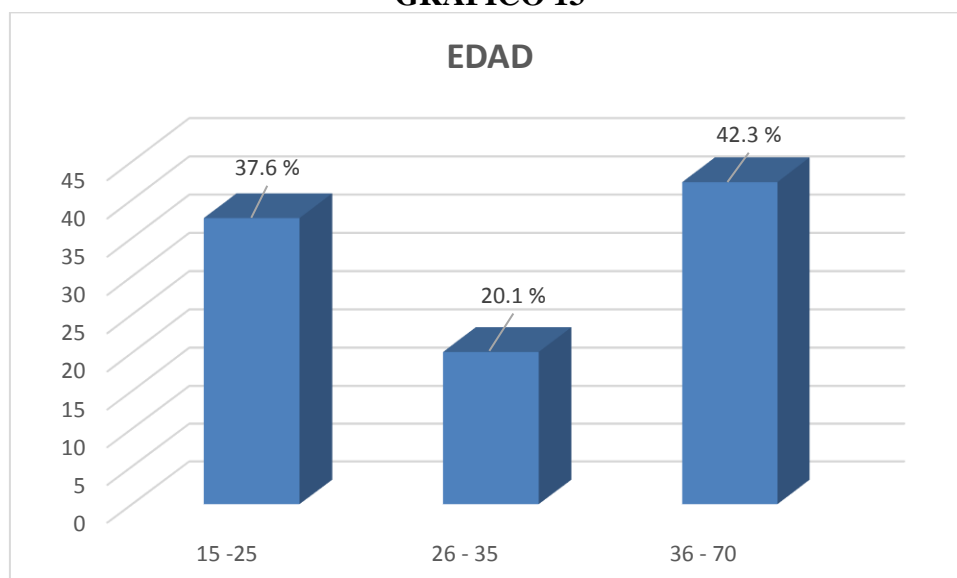
TABLA 13 (informativa)

EDAD	Frecuencia	Porcentaje %
15 -25	82	37.6
26 - 35	44	20.1
36 - 70	92	42.3
Total	218	100,0

En el cuadro 13, como información acerca de los encuestados, tenemos las edades en tres niveles:

- Jóvenes de 15 – 25 años con el 37.6%
- Adultos de 26-35 años con el 20.1% y
- Mayores de 36-70 años con el 42.3% representado al grupo más numeroso.

GRÁFICO 13



4.2 Discusión de Resultados

- a. El gráfico diez muestra el promedio de los resultados de las preguntas relacionadas a la aceptación que evalúan: el guion, imagen visual, musicalización, sonido y desempeño de los actores, alcanzó el 91.5% de aprobación. Lo que demuestra que el nivel de aceptación en cada uno de los elementos técnicos de la película fue alto. La Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas califica las películas en base a votaciones por categorías similares: guion, desempeño de actores, música, sonido, imagen entre otras.
- b. La pregunta siete muestra que el 96.1% de los encuestados respondieron de manera satisfactoria a la pregunta que se refiere al discipulado, tema central de la película, lo que demuestra que se alcanzó el objetivo planteado por los productores del proyecto. Bullon, (2017) dice: “Nadie puede prosperar espiritualmente si vive aislado de sus hermanos creyentes. Todos deberían vivir acompañados, porque, solo uno, es el nivel de la derrota, de la inoperancia y de la apostasía; mientras que dos, es el nivel de la victoria, de la productividad y de la fidelidad a Dios.”.
- c. En el cuadro uno se observa que el 96.1% de encuestados calificó de manera positiva al guion. Ese resultado es importante ya que el guion es la base de todo proyecto audiovisual. Zylberman (2014) cita a Balázs que afirma que el espectador, al ver una película, en verdad está viendo la representación de un guion.
- d. El resultado de la pregunta tres, que se refiere a la musicalización, fue la categoría con mayor nivel de aceptación que alcanzó el 97%, elemento a considerar en un público cristiano que por sus costumbres está muy vinculado a la música. White (2008) menciona: “La música debe ocupar un lugar tan especial como la oración y el mensaje de la Biblia, es un medio para promover el crecimiento espiritual”.

- e. El gráfico once muestra el nivel de comprensión por número de respuestas correctas que alcanzó 44.4% y 51.35 % entre comprensión alta y moderada; lo que demuestra la eficiencia del cine en impartir ideas y conocimientos. Aliaga (2016) comenta: “El cine en breve espacio de tiempo nos hace llegar todo tipo de emociones, sensaciones y vivencias. Modelos de comportamiento tanto positivos como negativos. (Ambos igualmente útiles desde el punto de vista pedagógico).”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- a.** La película “Involucrados”, según el resultado de la encuesta, alcanzó un nivel alto de aceptación en cada uno de los elementos técnicos que la componen, mostrando buen desempeño general.
- b.** El guion y la musicalización de la película, fueron los elementos con mayor nivel de aceptación, lo que demuestra el buen trabajo en la preproducción.
- c.** El desempeño de los actores, como elemento principal para lograr credibilidad e impacto emocional, alcanzó un nivel alto de aceptación ratificando la calidad de la producción en el casting y dirección.
- d.** La pregunta nueve, que se refiere a la aprobación de la película de manera general alcanzó el 90%; el resultado promedio de las seis preguntas referidas al indicador de aceptación alcanzó el 91.5%. Estos resultados similares muestran congruencia por parte del público al responder la encuesta.

5.2 Recomendaciones

- a.** De acuerdo a los resultados estadísticos, se recomienda mejorar el trabajo de registro y procesamiento del sonido ya que obtuvo el menor nivel de aceptación.
- b.** En la selección de actores se debería tomar en cuenta rasgos étnicos, ya que descuidar este aspecto hace perder realismo y credibilidad.
- c.** Según observaciones escritas por los encuestados, hubieron algunos actores que no representaron bien su papel. Sería bueno tener mayor cuidado en el reparto actoral.
- d.** Según observaciones recogidas en la encuesta, faltó continuidad en algunas escenas de la película. Se recomienda poner énfasis en la posproducción y pasar un control de calidad.

CAPÍTULO VI

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aliaga, J. (2016). Salud en curso. *Making Of*.
- Astudillo Wilson & Mendinueta Carmen. (2008). El cine como instrumento para una mejor comprensión humana. *Revista de Medicina Y Cine*, 4(3). Retrieved from <http://revistamedicinacine.usal.es/es/revista-medicina-cine/80-vol4/num319/170-el-cine-como-instrumento-para-una-mejor-comprension-humana>. Consultado el 14-04-2017
- Ayala Ramírez, C. (2001). Diez conceptos básicos en torno a los medios de comunicación social. *Realidad*, 84, 819–845. Retrieved from <http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/>
- Barandiaran, J. (2017). Qué es comprender. Retrieved March 11, 2018, from http://www.santurtzieus.com/gela_irekia/materialak/ikastaro/comprender/ulermena/ulertzea.htm
- Begoña San Miguel - Rodríguez María y del Camino María. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española. *Signo Y Pensamiento*, XXIX(57), 268–285.
- Bird, R. (2008). *Andrei Tarkovsky : elements of cinema*. Reaktion.
- Bullon, A. (2017). El Discipulado. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Hc31WqsN-hs>
- Conde, E., & Iturrate, L. De. (2003). Reacciones emocionales en el cine: el caso de la muerte. *Comunicar*, 147–151. Retrieved from https://quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_2/nr_665/a_8965/8965.pdf
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
- De Andrés, J. C. (2015). El Neuromarketing y el impacto emocional en el audiovisual | Innovación Audiovisual. Retrieved February 18, 2018, from <http://innovacionaudiovisual.com/2015/03/30/el-neuromarketing-y-el-impacto-emocional-en-el-audiovisual/>
- DLE: diccionario - Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario. (n.d.). Retrieved March 11, 2018, from <http://dle.rae.es/?id=DglqVCc>
- El periódico más antiguo del mundo echa el cierre | Sociedad | EL PAÍS. (n.d.).

- Retrieved March 11, 2018, from
https://elpais.com/sociedad/2006/12/29/actualidad/1167346806_850215.html
- González, M. Á. C. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa “on line” en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, (7), 71–78. Retrieved from <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110071A/12814>
- Kircher, M. (2014). La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, 0(10), 115–122. Retrieved from <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://revela.uncoma.edu.ar/htdoc/revela/index.php/historia/article/view/219&num=1&dcr=0&strip=1&vwsrc=0>
- Marshall, H. (1964). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. (S. A. . Ediciones Paidós Ibérica, Ed.) (1994th ed.). España.
- Martinez, Enrique & Sanchez, S. (n.d.). El cine de animación. Retrieved March 9, 2018, from <http://educomunicacion.es/cineyeducacion/historiacineanimacion.htm>
- Masterman Len. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. (Ediciones de La Torre, Ed.) (2010th ed.). Madrid.
- Méndez, V. & Quintana, J. (1985). Algunas consideraciones teóricas sobre la función de la radio en la promoción de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 36(2), 238–250. Retrieved from <http://www.revvmgi.sld.cu/index.php/mgi/article/view/287>
- Mendinueta, N. (2014). Cómo medir el contenido y estrategia de comunicación | El blog de NATALIA SARA. Retrieved February 3, 2018, from <https://nataliasara.com/2014/11/06/como-medir-el-contenido-y-estrategia-de-comunicacion/>
- Molina, J. C. (2017). Modelo de comportamiento del usuario de prensa escrita en un contexto evolutivo de distribución multicanal .
- Montemayor, Francisco & Ortiz, M. (2016). Vol. 1. N°23 (I Semestre 2016) – Foro científico Págs. 118-142, 1, 118–143.

- Morales, B. (2017). EL CINE COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL. LUCES Y SOMBRAS DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO. *Journal of Communication*, 15, 27–42. <http://doi.org/10.14201/fjc2017152742>
- Orozco, G. T. M. (2017). La Televisión más allá de sí misma, 107–127.
- Romaguera, J. (1999). *El Lenguaje Cinematográfico: Gramática, Géneros, Estilos y Materiales*. (E. de La Torre, Ed.). Madrid.
- Sanchez Noriega, J. L. (2002). *Historia del Cine*. (Alianza Editorial, Ed.). Madrid.
- Santiago, S. (2013). Fundamentos para la comprensión del aprendizaje de Sandra Santiago en Prezi. Retrieved March 11, 2018, from <https://prezi.com/yz6mva3uwkhh/fundamentos-para-la-comprension-del-aprendizaje/>
- Thompson, J. B. (1997). *Los media y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación* (Paídos Ibé). España.
- To, P. (2010). Hogar: Cine, su impacto social e influencia. Retrieved March 10, 2018, from <http://hogarpaz.blogspot.pe/2010/09/cine-su-impacto-social-e-influencia.html>
- Ulanovsky, C. B. E. (2017). La radio y su relación con los oyentes, En el medio - Conectate. Retrieved February 14, 2018, from http://www.conectate.gob.ar/sitios/conectate/busqueda/encuentro?rec_id=109950
- Vincent, P. (2006). *Los Géneros Cinematográficos* (2009, Edic ed.). Barcelona. Retrieved from www.robinbook.com
- White, E. (2008). *La Música*. (A. C. E. Sudamericana, Ed.) (2012th ed.).
- Zavala, L. (2013). Sobre la evolución de los géneros cinematográficos. *La Colmena. Revista de La Universidad Autónoma Del Estado de México*, 80(1405–6313), 131–138.

CAPÍTULO VII: ANEXOS

1. ENCUESTA SOBRE EL IMPACTO DE LA PELÍCULA “INVOLUCRADOS”

Apreciado amigo (a): queremos conocer **el impacto de la película**, conteste las preguntas con sinceridad; necesitamos su opinión para realizar una investigación.

I. PARTE INFORMATIVA: EDAD: 15-25 () 26-35 () 36 – 70 () SEXO: (M) (F)

II. CUESTIONARIO: MARCA CON CÍRCULO o X

1. ¿Cree usted que el guion o la historia que presenta la película “Involucrados” fue el adecuado?	SI	NO		
2. ¿Cómo calificaría la Imagen visual de la película?	BUENA	REGULAR	MALA	
3. ¿Le gusta la musicalización de la película?	SI	NO		
4. ¿Cómo calificaría el sonido de la película?	BUENO	REGULAR	MALO	
5. ¿Cómo calificaría el desempeño de los actores?	BUENO	REGULAR	MALO	
6. ¿De qué manera envió Jesús a sus discípulos a predicar?	En grupos pequeños	De dos en dos	Con todo lo necesario para que no les falte nada	Cada uno a pueblos diferentes
7. De acuerdo a la película ¿Qué entiende usted por discipulado?	“Cada uno cuida de otro para llevar personas a Jesús”.	El trabajo en grupos pequeños	El trabajo que los pastores realizan	
8. ¿Para quién es el beneficio del trabajo misionero?	Para el pastor de la iglesia.	Para el que realiza el trabajo misionero	Para el crecimiento de la iglesia	
9. Diría usted que la película “Involucrados” en general fue:	BUENA	REGULAR	MALA	

2. PROYECTO Y ESCALETA DE LA PELÍCULA “INVOLUCRADOS.

UNIÓN PERUANA DEL NORTE – NUEVO TIEMPO PERÚ INVOLUCRADOS EN EL VERDADERO DISCIPULADO “Cada uno cuidando de otro”

CORTOMETRAJE

TÍTULO: INVOLUCRADOS

IDEA: En el verdadero discipulado, cada uno cuida de otro para llevar personas a Jesús.

GÉNERO: Drama Evangelístico, basado en hechos reales.

DURACIÓN: 40 minutos

SINOPSIS: Valeria decide dejar la Iglesia y así terminar con una vida llena de mentiras e hipocresía. Pero es impedida por Lucía, quien un sábado la elige como su Pareja Discipuladora para crecer juntas en la vida cristiana.

ESCALETA:

ESC.	LOCAL	INT.	EXT.	DÍA	NOCHE	PERSON.	DESCRIPCIÓN
1	Oficina del Pastor	X		X		Valeria Pastor	Valeria le confiesa que está pecando con un hombre casado.
2	Sala lujosa de Abril	X		X		Abril Andrés Lucía	Andrés le pide a Abril que aclare su situación, ¿se separa o no?
3	Oficina Contable	X		X		Lucas Valeria Raquel Carla	Lucas llama a Abril porque no podrá recoger a su hija del Colegio
4	Templo de La Molina	X		X		Lucía Roberto	Abren las puertas del Templo para el servicio sabático.
5	Motel	X	X	X		Valeria Lucas	En la cama pensativos.
6	Avenida		X	X		Lucas Valeria	Lucas la lleva en su vehículo a la iglesia.
7	Calle		X	X		Raquel Lucas Valeria	Raquel descubre a la pareja en un vehículo.
8	Otra Calle		X	X		Eduardo Lucas Valeria	Eduardo casi descubre a la pareja.
9	Templo de La Molina	X		X		Eduardo Valeria 50 extras	Eduardo le pasa el repaso de la Lección de la EE SS.
10	Sala lujosa de Abril	X		X		Abril Andrés Lucía	Andrés le pide a Abril que hablen juntos como pareja con Sofía sobre su separación.

11	Templo de La Molina	X		X		Pastor Valeria Lucía Roberto Eduardo 50 extras	El Pastor organiza su iglesia en Parejas Discipuladoras. Cuando Valeria quiere escapar de la Iglesia es atrapada por Lucía.
12	Bar Munich	X			X	Valeria Lucas 6 extras	Bailan apasionadamente prometiéndose amor eterno.
13	Comedor pobre de Lucía	X		X		Lucía Roberto	Lucía estudia su Lección de la Escuela Sabática y luego llama a Valeria.
14	Dormitorio de soltera	X		X		Valeria	Es despertada por el sonido de su iPhone y responde a Lucía.
15	Sala lujosa de Abril	X		X		Abril Lucas Sofía	La pareja le comunica a Sofía que se separarán.
16	Casa Pr. David Silva		X	X		Valeria Taxista	Valeria sale de su casa rumbo a su oficina.
17	Otra Avenida		X	X		Valeria Taxista	Valeria recorre una avenida en actitud reflexiva.
18	Oficina Contable	X		X		Valeria Raquel Carla Lucas	Valeria entra a su oficina un poco tarde frente a la mirada de Raquel, Carla y Lucas.
19	Sala Departamento de soltera	X			X	Valeria	Valeria recibe la llamada de Lucía que le reclama por haberse olvidado de llamarla.
20	Comedor pobre de Lucía	X			X	Lucía Roberto	Lucía llama a Valeria para reclamarle que se olvidó llamarla.
21	Nuevo dormitorio de Sofía	X		X		Lucas Sofía	Lucas le enseña a Sofía su nuevo cuarto en su nuevo apartamento.
22	Sala lujosa de Abril	X		X		Lucía Abril	Abril le cuenta que su padre le abandonó cuando era niña.
23	Sala lujosa de Abril	X		X		Lucía	Lucía llama a Valeria por su celular.
24	Oficina Contable	X		X		Valeria Raquel Carla	Valeria recibe una llamada de Lucía que la afecta emocionalmente. Después de cortar vuelve a llamar a Lucía. Sale de la oficina.
25	Restaurant lujoso	X		X		Valeria Lucas 5 extras	Valeria intenta terminar su relación prohibida con Lucas sin resultado.
26	Sala lujosa de Abril	X		X		Lucía Abril	Abril le cuenta que abortó cuando tenía 16 años. Lucía aprovecha para presentarle a Jesús.
27	Pasillo de un edificio	X		X		Valeria Raquel Taxista 2 extras	Valeria se ofrece llevarla a Raquel hasta cierta parte.
28	Otra Avenida Céntrica	X		X		Valeria Raquel Taxista	Valeria le anima a Raquel después de enterarse que Raquel recogerá unos delicados exámenes médicos.
29	Consultorio médico	X			X	Médico Raquel	El médico le comunica a Raquel que tiene un cáncer terminal

						Valeria	
30	Cerro de la UPeU		X		X	Valeria	Valeria sube un cerro corriendo y gimiendo de dolor. Se ha arrepentido del mal que está haciendo al prójimo.
31	Dormitorio de soltera	X			X	Valeria	Despierta y restituye el estudio de la Biblia y la oración.
32	Dormitorio pobre de niña	X		X		Papá de Valeria Valeria niña	Valeria niña recuerda en un sueño cómo su papá le hace memorizar el Salmo 1:1-3.
33	Comedor pobre de Lucía	X		X		Lucía 4 extras	Lucía llama a Valeria para comunicarle que ha muerto su esposo y Lucas en un accidente automovilístico.
34	Sala Depto. de soltera	X		X		Valeria	Recibe por iPhone la noticia del accidente de Roberto.
35	Templo de La Molina	X		X		Pastor Lucía Valeria Eduardo 20 extras	Culto fúnebre de Roberto.
36	Sala Lujosa de Abril	X		X		Abril Valeria Lucía	Valeria le pide perdón a Abril, pero Abril lo rechaza.
37	Sala Depto. de soltera	X		X		Valeria	Valeria llama a Lucía para pedirle que ore por Raquel que tendrá una delicada cirugía.
38	Comedor pobre de Lucía	X		X		Lucía	Lucía recibe el pedido de oración de Valeria.
39	Dormitorio lujoso de Abril	X			X	Abril Sofía	Sofía le pide a su madre que se duerma
40	Dormitorio lujoso de Abril	X			X	Abril Una mano blanca	Abril sueña que Dios le habla.
41	Templo de La Molina	X		X		Pastor Abril Sofía Raquel Eduardo 50 extras	Bautismo de Abril, Sofía y Raquel.
42	Playa del Monje		X	X		Valeria	Valeria reflexiona en la Playa para cerrar la película.