

FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN  
Cursos Electivos Complementarios para la Preinscripción del  
semestre 2019-2

**CCC357 ACCIÓN COLECTIVA Y MEDIOS DIGITALES**  
**Experiencias en comunicación 1**

**Requisito** : Comunicación y medios digitales  
**Profesor** : Juan Fernando Bossio  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso aborda las nuevas formas de acción colectiva marcadas por el uso de medios sociales para la interacción, comunicación, difusión y propaganda. Se analizará ejemplos de acciones colectivas o movimientos sociales surgidos en el Perú y el mundo, caracterizados en muchos casos porque sus nombres son su consigna principal, y están acompañados de una arroba (@) o un hashtag (#). Estos están muchas veces inspirados por cuestiones culturales, identitarias y/o éticas, aunque también pueden incluir reivindicaciones de movimientos sociales anteriores (trabajo, tierra, etc.) conformando movimientos integrados mayormente por jóvenes, caracterizados por estar -en muchos casos- poco ideologizados, usar de manera intensiva y novedosa los medios sociales, y ser progresistas. Sin embargo, emergen también en el ámbito digital movimientos neoconservadores, con objetivos, discursos y un uso diferente de las redes digitales. La importancia del tratamiento y difusión de noticias (y también de falsas noticias), la centralidad de la imagen y lo audiovisual, la estructuración de muchas acciones como campañas y los temas que tratan hacen al fenómeno en cuestión de interés para todas las especialidades en comunicaciones, así como para otras fuera de la Facultad.

**CCE205 ANÁLISIS MUSICAL**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Fernando De Lucchi  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

La música y el hombre. Del sonido a la música y de la música al arte musical. Elementos de análisis musical: dimensión, sonido, armonía, melodía, ritmo, textura, crecimiento, forma, unidad, variedad, equilibrio. Medios: instrumentos musicales acústicos, electrónicos y voces humanas. Tonalidad, atonalidad, dodecafonía. La evolución musical a lo largo de la historia. Creadores más representativos. Géneros musicales y formas típicas. Introducción al estudio de la música y la imagen.

**CCC234 ARTES VISUALES**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to. nivel  
**Profesores** : Pierre Emile Vandoorne / José Carlos Cano  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

El desarrollo de las artes plásticas en la historia del arte Occidental, con énfasis en las artes visuales. Momentos y corrientes artísticas, en las diferentes etapas del desarrollo occidental: arte Bizantino, Gótico, Renacentista, Barroco, Romántico, Impresionista, Vanguardista, Pop Art. Conocimiento de estas corrientes y posibles aplicaciones a la creación visual actual.

### **CCC374      BRANDING, ENGAGEMENT Y ACTIVACIÓN DE MARCA** **Tecnologías de comunicación 4**

**Requisito** : Técnicas y estrategias de marketing 1  
**Profesora** : Carmen Rodríguez  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Cada vez se reconoce más que ante sus propios deseos o expectativas, las personas buscan en sus compras distintos grados de satisfacción y entre estos el emocional; sin embargo lo que no se distingue aún en esta dimensión, es la condición que evoca la experiencia agradable de intercambio, reforzando afectivamente el engagement de la marca o mejor aún, estimulando una reacción concreta de compra; siendo el mix de promoción la mejor técnica para apoyar la comunicación de valor, el Branding y posteriormente la venta en el compromiso de los consumidores

Este curso integra aspectos teóricos y prácticos, a fin que el estudiante descubra en un aprendizaje experiencial y mediante distintas y actuales herramientas creativas y de promoción, a comunicar con asertividad la personalidad de organizaciones y empresas, logrando reforzar el valor y la postura estratégica hacia la identidad, imagen y fidelización de marca.

### **CCC331      CINE LATINOAMERICANO**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Melvin Ledgard  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso de *cine latinoamericano* es un curso teórico electivo que plantea un panorama comprensible y coherente del cine latinoamericano a través de su historia, se propone que los estudiantes tengan una idea conceptualmente clara de cómo, con qué virtudes y limitaciones, se desarrolló éste en nuestra región del mundo.

Los temas que el curso aborda para su estructuración, son tres momentos elegidos por ser referentes imprescindibles en la historia del cine latinoamericano: El “cine clásico latinoamericano” contemporáneo a los grandes estudios en Hollywood; los “nuevos cines latinoamericanos” de los años sesenta; el cine latinoamericano “globalizado” del presente, incluido el contrapunto de la evolución del cine peruano en este contexto.

## **CCC372 COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO** **Tecnologías de comunicación 2**

**Requisito** : Teorías de la comunicación  
**Profesor** : Bernardo Alayza  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

### **Sumilla:**

El advenimiento de nuevas tendencias y tecnologías en el siglo XXI, hace necesario pensar en estrategias de comunicación que faciliten procesos de innovación orientados al desarrollo de la humanidad y de la sociedad en su conjunto.

En tal sentido, la comunicación resulta fundamental para la innovación pues no sólo favorece el intercambio de nuevas ideas, servicios y/o tecnologías, sino también contribuye a la generación de confianza, construcción de redes, creación de nuevas formas de colaboración, capitalización de conocimientos y a la negociación de cambios. Factores que son cruciales tanto para la generación, difusión, adopción y/o adaptación de innovaciones en escenarios altamente cambiantes.

El presente curso explora las diversas perspectivas y modelos de comunicación que priorizan la participación transdisciplinaria para el entendimiento, reconocimiento y reorientación de procesos de innovación para el bienestar de la sociedad.

A través de clases interactivas, se busca fortalecer capacidades críticas y reflexivas, potenciar habilidades de comunicación estratégica e interacción intercultural, y aplicar herramientas metodológicas participativas para el diseño de proyectos e iniciativas de comunicación para la innovación inclusiva que sean adaptables a diversos tipos de organizaciones y territorios.

## **CCC275 COMUNICACIÓN INTERNA** **Temas de comunicación 3**

**Requisitos** : Gestión empresarial y Opinión pública e imagen  
**Profesor** : Marco Estacio  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas y dos horas prácticas

### **Sumilla:**

Gestión estratégica de las comunicaciones hacia dentro de las organizaciones. Evolución de una comunicación táctica a una comunicación estratégica, que aporte valor al negocio. Marca Corporativa y Marca Empleadora. Endomarketing. Medios tradicionales y medios alternativos. Gestión de Cambio (Change Management). Fidelización (Engagement). Manejo de indicadores. Habilitamiento de líderes en competencias comunicacionales.

## **CCC278 COMUNICACIÓN POLÍTICA**

**Requisito** : Opinión pública o Comunicación y conflictos sociales  
**Profesora** : Iris Jave  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Análisis de la interrelación entre agentes políticos, medios de comunicación masiva y opinión pública, y el impacto de esta interrelación, tanto en la construcción social de una “realidad política” como en la formulación o modificación de políticas públicas concretas. Se discutirán tres grandes temas: los efectos políticos de los medios de comunicación, los procesos de definición y redefinición de asuntos públicos como “problemas políticos” en la agenda mediática y, el rol desempeñado por los individuos al procesar y darle sentido a la información política a la que son expuestos.

### **CCC353 COMUNICACIONES Y REPRESENTACIONES DE GÉNERO** **Debates contemporáneos en comunicación 3**

**Requisito** : Teorías de la comunicación  
**Profesora** : Giuliana Cassano  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Este curso se orienta al estudio de las representaciones de género en los medios de comunicación. Cine, radio, televisión, prensa, publicidad, fotografía son espacios de construcción de representaciones sociales -que pueden ser observadas desde la categoría de género, para visibilizar la propia organización de nuestro sistema social. Las representaciones sociales son construcciones culturales –aparentemente inmutables- que sin embargo nos permiten aprehender el mundo, relacionarnos con él y observar el conjunto de relaciones que soportan nuestra propia organización social. Y los productos culturales se producen, se negocian, se consumen al interior de un conjunto de relaciones que incorporan una mirada desde la identidad de género.

### **CCC352 CULTURAS E IDENTIDADES EN LA AMAZONÍA** **Debates contemporáneos en comunicación 2**

**Requisitos** : Teorías de la Comunicación y Comunicación para el desarrollo:  
 perspectivas teóricas  
**Profesores** : Ana Carolina Rodríguez Alza y Eduardo Ruiz  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso ofrece una introducción a la historia de la Amazonía que permite comprender la situación actual de la población y el desarrollo de las problemáticas que hoy enfrentan. Asimismo, profundiza en la cosmovisión de las poblaciones indígenas con el objetivo de comprender las dimensiones de aquello que denominamos “identidad”. De tal modo, el curso brinda un panorama general que aportará criterios a los estudiantes de comunicación para el desarrollo, para la aplicación de estrategias adecuadas a la realidad de la Amazonía.

### **CCC240 DIRECCIÓN ARTÍSTICA**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Karen Calderón  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

La investigación previa como punto de partida para la Dirección Artística. Definición del estilo visual del producto audiovisual. Story board, dibujos y maquetas. Conceptos de escenografía y ambientación. Creación de espacios y adecuación de espacios pre-existentes. Vestuario y maquillaje. La utilería y los objetos en el cine y la televisión. Consideraciones de uso del color. Estudio de materiales. Organización de la dirección artística para la producción. Análisis de la dirección artística en diversas películas.

**CCC282 DIRECCIÓN DE ACTORES**

**Requisito** : Realización de audio y video  
**Profesora** : Marianela Vega  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

Principios de la actuación. La acción dramática. La especificidad y la organicidad. Las siete preguntas. El trabajo del director con los actores. Análisis actoral de un texto dramático. Casting y construcción física del personaje. Diferencias entre actuación teatral, cinematográfica y televisiva. El trabajo del director en el set. Montaje de diversos textos con actores profesionales.

**CCC335 DISEÑO GRÁFICO PARA LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**Requisito** : Completar OC y OE de 6to. nivel  
**Profesora** : Carolina Arredondo  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El curso de *Diseño gráfico para la comunicación audiovisual* es un curso electivo de la especialidad de Comunicación Audiovisual y abierto a alumnos de otras especialidades. Este curso parte de la importancia que cumple el diseño gráfico en la formación de un comunicador. Conocer las etapas que han marcado su evolución y su importancia en la generación de mensajes.

El alumno adquirirá conocimientos de los fundamentos teóricos, que se complementarán con la parte práctica mediante el uso de herramientas tecnológicas (softwares de diseño) para lograr mayores recursos en la comunicación audiovisual.

El objetivo principal es que el alumno mediante la elección de elementos propiamente gráficos, llámese tipografía, ilustraciones, fotografías y elementos audiovisuales, movimiento y sonido; pueda generar contenidos con valor y significado no sólo estéticos. Se desarrollarán temas como: la tipografía al surgimiento del diseño gráfico, movimientos importantes del diseño gráfico, fundamentos del diseño y se realizarán dos proyectos: uno gráfico impreso y otro audiovisual.

**CCC362      DESIGN THINKING**  
**Taller de actualización en comunicación 2**

**Requisitos** : Persuasión, Taller de redacción publicitaria y Taller de imagen publicitaria  
**Profesor** : Gustavo Ruiz  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

Conocimiento, comprensión y aplicación de la herramienta para la generación de soluciones a problemas de comunicación, con énfasis en la creatividad e innovación. Se hará uso intensivo de la metodología, desde la identificación de problemas y necesidades hasta la generación de un diseño de soluciones centradas en las personas.

**CCC355      EL MUNDO EN GUERRA: PRESENCIA Y DINÁMICA DE LOS**  
**CONFLICTOS CONTEMPORÁNEOS**  
**Debates contemporáneos en comunicación 5**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 7mo. nivel  
**Profesor** : Ramiro Escobar  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Su propósito es dar una panorámica general de los conflictos contemporáneos, su génesis, su dinámica, la manera cómo han cambiado en las últimas décadas. Es un curso de sesiones teórica, que además incluye constantes debates en clase a partir de la actualidad internacional.

Los temas que abordará serán los siguientes: el origen de los conflictos internacionales, a partir de la teoría y los hechos políticos; los cambios en la dinámica de las guerras luego de las dos guerras mundiales; la irrupción del terrorismo como un fenómeno global; los conflictos por zonas del mundo y sus diferencias; la geopolítica y los conflictos internacionales; las nuevas amenazas a la seguridad (el agua, el cambio climático, el narcotráfico, las maras); los conflictos políticos internos (casos Venezuela, las revueltas árabes); estudio de casos: Palestina-Israel; Siria; los países africanos; Colombia; Chechenia; las dos Coreas; España y la ETA. El poder nuclear en el mundo.

**CCC356      FOTOGRAFÍA PERUANA: DEBATES, OBJETOS Y PROCESOS**  
**Debates contemporáneos en comunicación 6**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Carlos Zevallos  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas

**Sumilla:**

En el escenario global, el ingreso de la fotografía al mundo del arte fue un proceso complejo y que culminó con la institucionalización de lo que ahora conocemos como arte contemporáneo. Sin embargo, esta metamorfosis (de herramienta a arte) no estuvo exenta de discusiones y significó una serie de nuevas lecturas sobre los regímenes de valor de las comunicaciones en general. En el Perú, en cambio, la discusión sobre la

naturaleza de la fotografía continúa generando desencuentros y, aun así, asistimos a una proliferación de las prácticas fotográfica en el campo del arte contemporáneo local. Muchas de estas discusiones se dan en un terreno intermedio entre las artes visuales y las comunicaciones. A partir de esto, la premisa del curso es explorar conceptualmente una selección significativa de experiencias fotográficas en el campo de las artes en el Perú, de cara a producir reflexiones críticas que aporten tanto a la comprensión de la fotografía local como a su lugar en el campo de las comunicaciones.

### **CCC366      GUION Y EXPERIENCIA TRANSMEDIA** **Laboratorio de comunicación 1**

**Requisitos** : Técnicas de guion y Producción para medios audiovisuales  
**Profesora** : Yasmin Sayán  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

El curso sitúa al alumno en el entorno de innovación transmedia y le proporciona lo necesario para que pueda crear una narrativa y experiencia en diversas plataformas. Para ello, se analizará los cambios surgidos en las nuevas formas de contar historias, pasando por la edad de oro de la televisión, los nuevos consumidores, convergencia digital, narrativas interactivas de ficción y no ficción, y otros diversos ámbitos. Además, se repasará el concepto del transmedia y analizará casos que ya se hayan realizado.

### **CCC272      HERRAMIENTAS PARA MEDIOS DIGITALES** **Temas de comunicación 2**

**Requisito** : Selección y evaluación de medios  
**Profesor** : Jhonnattan Arriola  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Una hora teórica y cuatro horas prácticas

#### **Sumilla:**

Introducción y conocimiento de herramientas de Publicidad Digital utilizadas en el mercado actual: AdWords, Analytics, Trends. Elaboración de estructuras para campañas Search. Formatos en Display y publicidad en video. Publicidad en medios de interacción digital. Introducción al planeamiento estratégico mediante el uso de las herramientas presentadas.

### **CCC337      HISTORIA DEL CINE PERUANO**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Isaac León  
**Créditos** : 2  
**Horas de dictado** : Una hora teórica y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

El curso *Historia del cine peruano* es un curso electivo de la especialidad de Comunicación Audiovisual y abierto a alumnos de otras especialidades. Es un curso teórico-práctico. Proporciona información y análisis de las diversas etapas del desarrollo del cine en el Perú, destacando de manera especial el panorama de los últimos años. Se verá y se comentará a lo largo del semestre una selección de películas representativas que cubren la evolución histórica de la cinematografía peruana y que

serán ubicadas dentro del contexto económico y social del país, atendiendo asimismo a sus particularidades tecnológicas y expresivas.

### **CCC358      MARKETING BTL** **Experiencias en comunicación 2**

**Requisitos** : Técnicas y estrategias de marketing 1 y Técnicas y estrategias de marketing 2  
**Profesora** : Viviana Rivas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

#### **Sumilla:**

El curso *Marketing BTL* busca acercar a las y los alumnos a los medios de comunicación no masivos y cómo es posible armar campañas en base exclusiva de estos o como complemento de los medios masivos (ATL) mostrando el potencial que poseen como herramientas importantes dentro de la estrategia de comunicación de cualquier producto o servicio, ya sea de grandes corporaciones o de pequeños emprendimientos.

Durante el curso se observarán campañas y casos de éxito donde el eje central haya sido el Marketing BTL, así como ver el marco de aplicación en el mercado real. Se trabajará de manera práctica, por parte de los alumnos, el diseño de campañas exclusivas BTL y se trabajarán con lecturas para profundizar los conceptos aprendidos en clase.

### **CCC367      MARKETING DIGITAL** **Laboratorio de comunicación 2**

**Requisitos** : Técnicas y estrategias de marketing 1, Técnicas y estrategias de marketing 2 y Selección y evaluación de medios  
**Profesora** : Angela Dominguez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

#### **Sumilla:**

El curso se enfoca en la gestión de los medios digitales para la construcción de marca y la generación de valor, a través del análisis de casos, proyectos y ejercicios que permitan aplicar los temas presentados. Los alumnos tendrán que elaborar estrategias de comunicación integrada aplicando los conceptos de gestión de audiencias, planificación de medios digitales, marketing de contenidos, publicidad nativa, creatividad digital, viralidad, monetización y medición de resultados. También abordaremos la creación de productos digitales y analizaremos las oportunidades y responsabilidades que presentan las redes sociales, las nuevas plataformas digitales y los avances a nivel de conectividad y dispositivos móviles, explorando las últimas tendencias del mercado y los nuevos modelos de negocio.

### **CCE274      MARKETING SOCIAL Y POLÍTICO**

**Requisito** : Teorías de la comunicación  
**Profesor** : Luis Olivera  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

La visión y la misión institucional. Mercados no lucrativos: donadores y clientes. Selección de mercados meta. Planeación del producto y oferta social. Evaluaciones de impacto como mecanismo de comprobación de los planes y metodología del marketing social. Identificación de necesidades y aspiraciones de la población. Formulación de programas de gobierno. Estudio del mercado electoral. El producto - candidato. Concepción y organización de la campaña. Evaluación y análisis de resultados.

**CCC256 PERIODISMO DEPORTIVO**

**Requisito** : Completar OC y OE hasta 6to nivel  
**Profesor** : Jaime Pulgar Vidal  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y dos horas prácticas

**Sumilla:**

El deporte y sus definiciones como hecho y fenómeno social. Relación entre los medios de comunicación y el deporte. Breve reseña histórica del periodismo deportivo en el Perú. Los géneros periodísticos (tradicionales y 'nuevos géneros') aplicados a la información deportiva. Las diversas fuentes y el lenguaje especializado. La crónica como género distintivo. El tratamiento de la información en la prensa escrita (importante: radio y televisión serán vistos tangencial y complementariamente). La ética en el periodismo deportivo. Las nuevas tecnologías e Internet como un nuevo espacio.

**CCC361 TALLER DE BRIEF  
Taller de actualización en comunicación 1**

**Requisitos** : Taller de redacción publicitaria, Persuasión, y Técnicas y estrategias de marketing 1  
**Profesora** : Viviana Rivas  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

El curso "Taller de *brief*" busca que los alumnos desarrollen mediante la práctica la capacidad para utilizar correctamente la herramienta más importante dentro del mundo publicitario: el "*brief*".

El curso girará en torno a 4 momentos: 1. En la empresa: La planificación de campañas. 2. En la empresa: Solicitud de la empresa a la agencia: el *brief* comercial 3. En la agencia: Solicitud de cuentas a creatividad: el *brief* creativo (o contra *brief*) y 4. En la agencia: La propuesta creativa + Look&feel.

Mediante juego de roles, los alumnos se desempeñarán como empresas y como agencias, de tal forma que puedan familiarizarse con el "*brief*" desde los dos lados: como desarrolladores y como traductores.

**CCC334 TALLER DE DISEÑO WEB**

**Requisito** : Comunicación y medios digitales  
**Profesor** : Antonio Martinench  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

El curso de *Taller de diseño web* es un curso electivo que busca desarrollar en el alumno una capacidad de análisis de la imagen corporativa, creación de contenidos y su transmisión efectiva en Internet, a través de conocimientos de diseño. Es un curso de carácter teórico-práctico.

Los temas que aborda el curso son los siguientes: elaboración y desarrollo de la estructura, navegación y contenidos de una página web; criterios y factores fundamentales en el diseño web; resolución de pantalla, color y tipografía; formatos gráficos y optimización de ficheros gráficos; la publicidad en Internet; referencias básicas y recursos utilizados en la preparación y creación de un proyecto de diseño web de manera totalmente profesional.

**CCC351 TALLER DE NARRATIVAS TRANSMEDIA**  
**Debates contemporáneos en comunicación 1**

**Requisito** : No tiene  
**Profesor** : Miguel Sánchez  
**Créditos** : 3  
**Horas de dictado** : Tres horas teóricas

**Sumilla:**

Curso teórico-práctico que desarrollará y abordará los principales conceptos, características y técnicas narrativas presentes en un contexto de transmedialidad. Además, incidirá en la importancia de la creación de narrativas (storytelling) para el desarrollo de un proyecto de comunicación multiplataforma. Para ello, indagará en los distintos formatos existentes, metodologías de trabajo, formas de construcción del tema y en el propio desarrollo de las narrativas como centralidad del discurso de comunicación. En ese sentido, el producto final deberá construir una narrativa que permita precisamente integrar formatos, medios y lenguajes.

**CCC363 TALLER DE POSTPRODUCCIÓN DE VIDEO**  
**Taller de actualización en comunicación 3**

**Requisito** : Edición de video  
**Profesor** : Hernán Sotomayor  
**Créditos** : 4  
**Horas de dictado** : Dos horas teóricas y cuatro horas prácticas

**Sumilla:**

El curso busca que el alumno desarrolle competencias estéticas, manejo de herramientas y conocimiento del flujo de trabajo circunscrito en el marco de la post producción audiovisual. Analiza cómo el rol del post productor de video está vinculado con el entendimiento del material audiovisual después de la etapa de montaje, el desarrollo de un flujo de trabajo y una propuesta creativa y artística.

Secretaría Académica  
 17 de mayo del 2019