



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**RELACIÓN ENTRE EL LENGUAJE VISUAL DE LAS PIEZAS  
GRÁFICAS DE LA CAMPAÑA “PON DE TU PARTE” Y EL CAMBIO  
DE ACTITUD EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS DE LA URBANIZACIÓN  
EL ÁLAMO, COMAS, 2014.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**AUTORA**

**FABIANA LUCILLY BAUTISTA BUENDÍA**

**ASESOR**

**Mgrt. CÉSAR SMITH CORRALES**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

**LIMA – PERÚ**

**Año 2015**

*"No hay que empezar ni parar, solo hacerlo."*

El guerrero pacífico (2006)

A mi familia por enseñarme día a día el valor  
del trabajo y el amor incondicional.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por proteger mis días. A mis padres por su esfuerzo y su apoyo en mi carrera profesional. A mis abuelos, por darme tranquilidad y confianza a través de sus llamadas telefónicas. A mis hermanas, por hacerme reír en mis momentos de tensión. Por hacer bulla, también. A mi asesor, por su motivación y guía constante ante los desafíos presentados en el camino de este estudio. Por tenerme paciencia, en verdad. Y a todas las personas, amigos y profesores que me brindaron parte de su tiempo para resolver mis dudas o darme ánimos para llegar a la meta. Gracias.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Fabiana Lucilly Bautista Buendía con DNI N° 47647857, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 10 de octubre del 2015.

---

Fabiana Lucilly Bautista Buendía

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada **“Relación entre el lenguaje visual de las piezas gráficas de la campaña “Pon de tu parte” y el cambio de actitud en los jóvenes de 18 a 25 años de la urbanización El Álamo Comas, 2014”**, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

La Autora

## ÍNDICE

RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Formulación del problema	
1.1.1 Problema General.....	20
1.1.2 Problemas Específicos.....	20
1.2 Objetivos	
1.2.1. Objetivo General.....	20
1.2.2. Objetivos Específicos.....	20
1.3 Hipótesis	
1.3.1 Hipótesis General.....	21
1.3.2 Hipótesis específicas.....	21
II. MÉTODO.....	22
2.1. Diseño de Investigación.....	22
2.2. Variables.....	22
2.2.1 Categorización de variables.....	22
2.2.2 Operacionalización de variables.....	23
2.3 Población y muestra.....	25
2.3.1 Población.....	25
2.3.2 Muestra.....	25
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5 Métodos de análisis de datos.....	26
III. RESULTADOS.....	27
3.1 Resultados descriptivos.....	27
3.2 Resultados inferenciales.....	45
3.2.1 Prueba de Normalidad.....	45
3.2.2 Prueba de las Hipótesis.....	46
IV. DISCUSIÓN.....	49
V. CONCLUSIÓN.....	51
VI. RECOMENDACIONES.....	52
VII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
Anexo 1.....	55
Anexo 2.....	57
Anexo 3.....	58
Anexo 4.....	59
Anexo 5.....	62
Anexo 6.....	63
Anexo 7.....	64
Anexo 8.....	65

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre el lenguaje visual de las piezas gráficas de la campaña "Pon de tu parte" y el cambio de actitud entre jóvenes de 18 a 25 años de la Urb. El Álamo en el distrito Comas en el 2014. El tipo de investigación es aplicada de nivel correlacional - transversal, su enfoque es cuantitativo, el diseño fue no experimental. La muestra estuvo conformada por 129 jóvenes entre 18 y 25 años de edad de la Urbanización El Álamo. Se aplicó la técnica de la encuesta con cuestionario cerrado tipo escala de Likert. Validado por tres expertos en el tema, con una confiabilidad de 0.78 y una validez al 91%. Los datos obtenidos se analizaron utilizando pruebas no paramétricas como el coeficiente de Chi-cuadrado para la prueba de hipótesis y el Rho de Spearman para medir el tipo y el grado de relación entre las variables. El resultado de la investigación es que la variable del lenguaje visual está relacionada de manera directa y moderada con la variable del cambio de actitud en jóvenes. El estudio reveló que a mejor decodificación del lenguaje visual de las piezas gráficas, más positiva es la respuesta al cambio de actitud en los jóvenes hacia los compromisos ambientales que muestra la campaña "Pon de tu parte" a un nivel de significancia de  $\alpha=0.01$ .

**Palabras claves:** lenguaje visual, piezas gráficas, publicidad social, actitud, campaña publicitaria, diseño gráfico, retórica visual.



## ABSTRACT

The present study was overall objective. To determine the relationship between the visual language of graphic parts "Put your hand" campaign and the change of attitude among young people 18 to 25 years in Urb. El Alamo Comas district in 2014. The research is applied correlational level - cross, his approach is quantitative, the design was not experimental. The sample consisted of 129 young people between 18 and 25 years of Urbanization the Alamo. The survey technique was applied with closed Likert scale questionnaire. Validated by three experts on the subject with a 0.78 reliability and validity to 91% .The data were analyzed using non-parametric tests such as Chi-square coefficient for the hypothesis test and Spearman Rho to measure the type and the degree of relationship between variables. The result of the research is that the variable visual language is directly related to the variable and moderate change of attitude in young fashion. Moreover, there is a direct but low relationship between the visual language of graphic pieces and cognitive and behavioral components of the attitude of young people. The study revealed that only affective component is related directly and moderately visual language to a significance level  $\alpha = 0.01$ .

**Keywords:** visual language, graphic pieces, social advertising, attitude, advertising campaign, graphic design, visual rhetoric.