



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis del lenguaje audiovisual en el spot publicitario Rifa Promovido por el
Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social Fe y Alegría.
Lima. Emitido en el año 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA

Cornejo Chillcce Emma Giovanna

ASESORA

Mg. Martel Figueroa Ana

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERU

Año 2017

JURADO CALIFICADOR

PRESIDENTE

Grado: Maestro

Nombres y Apellidos: Cesar Smith

Firma

SECRETARIO

Grado: Maestro

Nombres y Apellidos: Hilmer Luna Victoria

Firma

VOCAL

Grado: Maestro

Nombres y apellidos: Martin Iturrizaga

Firma

La presente tesis está dedicada a mi hijo Matías quien fue el que me inspiro hacer la presente Tesis, sobre el lenguaje audiovisual del Colegio Fe y Alegría, ya que es de índole social.

Expreso mi agradecimiento a mis Padres que me apoyan en todo momento y me inspiran a seguir el camino hacia el éxito.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Emma Giovanna Cornejo Chillce con DNI N° 43651327, 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.

Asimismo, 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, 24 de Julio del 2017

Emma Giovanna Cornejo Chillce

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada Análisis del Lenguaje Audiovisual en el Spot Publicitario “Rifa” Promovido por el Movimiento de Educación Popular Integral y Promoción Social FE Y ALEGRÍA Lima. Emitido en el año 2016. Con la finalidad de analizar su lenguaje audiovisual y su importancia en las comunicaciones, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Cornejo Chillcce Emma Giovanna

INDICE

Pagina del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentacion.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I.INTRODUCCIÓN.....	10
II.PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	
2.1 Aproximación temática.....	30
2.2 Formulación del problema de investigación	31
2.3 Justificación	32
2.4 Relevancia	33
2.5 Contribución	33
2.6 Objetivos	34
2.6.1 Objetivo General	34
2.6.2Objetivos Específicos	34
2.7 Supuesto	34
III. MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Metodología	35
3.1.1 Tipo de estudio	35
3.1.2 Nivel de investigación.....	35
3.1.3 Diseño	36
3.2 Escenario de estudio	36
3.3 Caracterización de sujetos	37
3.4 Trayectoria metodológica	37
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
3.6 Tratamiento de la información.....	41
IV.RESULTADOS.....	42
V. DISCUSION.....	85
VI. CONCLUSIONES.....	88
VII RECOMENDACIONES.....	90
VIII.REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	91
ANEXOS.....	

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como finalidad analizar el lenguaje audiovisual en el spot rifa y como los elementos que conforman el lenguaje audiovisual se han aplicado al spot publicitario con la técnica de flickbook.

Para realizar este análisis se tomaron en cuenta las escenas como objeto de estudio que componen el spot publicitario, el cual consta de un total de 108 tomas y 5 escenas. Este análisis se fundamentó a través de la ficha de observación de las escenas con el fin interpretar detalladamente cada elemento del lenguaje audiovisual para poder entender que trata de decirnos el protagonista con su entorno

También, se aplicó una entrevista con preguntas específicas sobre el aporte de cada elemento audiovisual, para que nos explique qué función cumple. Luego se realizó el análisis de los resultados a través de la ficha de observación y todo ello se basa en la teoría del estructuralismo y la teoría semiótica según Ferdinand Saussure .

Con ello se pudo concluir que todos los elementos del lenguaje audiovisual fueron importantes para darle vida a la spot complementando así el mensaje que se quería transmitir a través de una sencilla técnica llamada Flickbook en la cual el mensaje principal es el de un niño huérfano que tiene de 2 vivencias la de un niño solo conviviendo con delincuentes y otro en el que opta por estudiar, es decir nos da un contraste y la opción de que como sociedad podríamos ayudarlo a que tenga educación .Finalmente el estudio concluyo en que el lenguaje audiovisual tiene varios elementos significativos en un producto publicitario con la técnica del flickbook porque esto le dará soporte a la historia.

Palabras claves: Lenguaje audiovisual, spot publicitario, Flickbook, sonoros, planos, ángulos, movimientos de cámara, iluminación, Fe y Alegría.

ABSTRAC

The present work aimed to analyze the audiovisual language of the spot raffle, with its elements and as they have been applied in the flickbook technique.

In order to carry out this analysis, we took into account the scenes that make up the advertising spot as object of study, which consists of a total of 108 shots and 5 scenes. This analysis was done through the observation sheet, in order to interpret in detail each element of the audiovisual language, in order to be able to understand what the protagonist tries to tell us with his environment.

Also, an interview was applied with specific questions on the contribution and function of each audiovisual element. The analysis of the results was then performed through the observation sheet. The study was based on Structuralism Theory.

With these instruments it was possible to conclude that all the elements of the audiovisual language were important to give life to the spot, complementing the message that was wanted to be transmitted through a simple technique called Flickbook.

In which the main message is that of an orphaned child who has two opportunities in life; The one of a child only living with crime and another in which he chooses to study, that is to say it gives us a contrast and the option that as a society we could help him to have a better future through education.

Finally, the study concluded that audiovisual language in an advertising product with the flickbook technique, has several significant elements, because this will support the story.

Key words: Audiovisual language, advertising spot, Flickbook, sound, planes, angles, camera movements, lighting, Fe y Alegría.