



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

INFLUENCIA DEL SPOT PROPAGANDÍSTICO “SUBE SUBE PPK”
EN LA DECISIÓN DE VOTO DE LOS JÓVENES DE 20 A 25 AÑOS,
UNIVERSIDAD SAN JUAN BAUTISTA, 2016

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

AUTORA

LEVANO FRANCIA LUZ DEL ROSARIO

ASESOR

CÉSAR SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

PROCESOS COMUNICATIVOS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA-PERÚ

2016

PÁGINA DEL JURADO

CÉSAR SMITH

PRESIDENTE

KATHERINE ORBEGOSO

SECRETARIO

ELENISA UVIDIA

VOCAL

La presente tesis está dedicada a mi madre Beatriz Francia Calagua, quien estuvo siempre con el apoyo incondicional y será siempre el motivo de mis triunfos.

Agradezco de manera especial a mis docentes asesores, quienes hicieron posible el resultado de la presente tesis. De igual manera a mi casa de estudios, la Universidad César Vallejo, la cual me permitió desarrollar mis capacidades y obtener resultados productivos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Luz del Rosario Levano Francia con DNI N° 70827173, 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 y Arte y Diseño Gráfico, 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 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, 30 de noviembre del 2016

LUZ DEL ROSARIO LEVANO FRANCIA

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Influencia del spot propagandístico Sube sube PPK en la decisión de voto de los jóvenes de 20 a 25 años. Universidad San Juan Bautista. Lima. 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Luz del Rosario Levano Francia

ÍNDICE

Carátula	i
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	viii
I. Introducción	10
1.1. Realidad problemática	
1.2. Trabajos previos	
1.3. Teorías relacionadas al tema	
1.4. Justificación del estudio	
1.5. Formulación del problema	
1.6. Objetivos	
1.7. Hipótesis	
II. Método	20
2.1. Enfoque	
2.2. Tipo	
2.3. Nivel	
2.4. Diseño Metodológico	
III. Resultados	25
IV. Discusión	55
V. Conclusiones	57
VI. Recomendaciones	58
VII. Referencias bibliográficas	59

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema: ¿De qué manera influyó el spot propagandístico “Sube sube PPK” en la decisión de voto de los jóvenes de 20 a 25 años, Universidad San Juan Bautista, 2016? Asimismo, se determinó de qué manera influyó el spot propagandístico “Sube sube PPK” en la decisión de voto de los jóvenes de 20 a 25 años, Universidad San Juan Bautista, 2016. Se utilizó la técnica de recolección de datos y la encuesta como instrumento, con un factor de validación de 91% y confiabilidad de 0.763%. Llegando a la conclusión que el spot propagandístico “Sube sube PPK” influyó de manera significativa en la decisión de voto de los jóvenes de 20 a 25 años, Universidad San Juan Bautista, 2016; lo cual se demuestra en el resultado cuantitativo de la prueba de chi cuadrado.

Palabras clave: Spot, propaganda, política y decisión.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was raised: In what way did the propaganda spot "Sube sube PPK" influence the voting decision of 20-25 year old youth, Universidad San Juan Bautista, 2016? Likewise, it was determined how the propaganda spot "Sube sube PPK" influenced the voting decision of youths from 20 to 25 years old, Universidad San Juan Bautista, 2016. The data collection technique was used and the survey as an instrument , With a validation factor of 91% and reliability of 0.763%. Concluding that the propaganda spot "Sube sube PPK" had a significant influence on the voting decision of 20 to 25 year olds, Universidad San Juan Bautista, 2016; Which is demonstrated in the quantitative result of the chi-square test.

Key words: Spot, propaganda, politics and decision.