



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

“Análisis del mensaje publicitario en los spots de la campaña “Peruanos
Camiseta”, Lima - 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Br. López Alcas, Kellie Tiffany

ASESORA:

Mg. Brenner Galarza, Cecilia

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima - Perú

2018

PÁGINA DEL JURADO

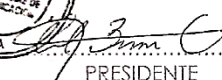
 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Kellie Tiffany López Alcas cuyo título es: "Análisis del mensaje publicitario en los spots de la campaña "Peruanos Camiseta", Lima - 2017".

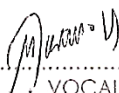
Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número) doce (letras).

Lima Norte, 25 de julio del 2018.




PRESIDENTE


SECRETARIO


VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado de a todas las personas que siempre confiaron en mí y me motivaron a seguir adelante. En especial a mi familia, ya que sin ellas no estaría en donde estoy en estos momentos.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a mi madre, ya que sin ella no hubiera podido empezar mi carrera, la cual ahora estoy por culminar; a mi abuela por su apoyo incondicional en cada paso que daba y a mi pequeña hija la cual fue quien me motivo a seguir cuando quería dejar todo a mitad de camino. Agradecer a Dios por permitirme disfrutar de cada etapa de mi vida, a la universidad por permitir desarrollarme adecuadamente dentro de ella, a los profesores que me asesoraron, por la paciencia y la tarea de guiarme. Por último, a mis compañeros por su amistad y consejos que siempre estuvieron en los momentos indicados.

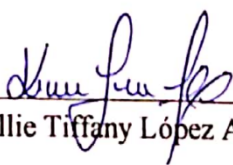
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Kellie Tiffany López Alcas con DNI N.º 48342920, 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, 06 de julio del 2018


Kellie Tiffany López Alcas
48342920

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presenté ante ustedes la Tesis titulada “Análisis del mensaje publicitario en los spots de la campaña “peruanos camiseta”, Lima - 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

ÍNDICE

	Pág.
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
1.1 Aproximación temática.....	11
1.2 Marco teórico.....	14
1.3 Formulación del problema.....	22
1.4 Justificación del estudio.....	22
1.5 Supuestos u objetivos.....	23
II. MÉTODO.....	24
2.1 Diseño de investigación.....	24
2.2 Métodos de muestreo.....	27
2.3 Rigor científico.....	28
2.4 Análisis cualitativo de los datos.....	31
2.5 Aspectos éticos.....	46

III. RESULTADOS.....	47
IV. DISCUSIÓN.....	49
V. CONCLUSIONES.....	51
VI. RECOMENDACIONES.....	54
REFERENCIAS.....	55
ANEXOS.....	59

RESUMEN

La presente tesis hizo el análisis del mensaje publicitario de la campaña “Peruanos Camiseta”, en Lima - Perú, para determinar qué tipo de mensaje se emplea y que aporta a la sociedad. Se uso la teoría del estructuralismo la cual busca las estructuras a través de las cuales se produce el significado dentro de una cultura. El enfoque de este estudio es cualitativo, el tipo de esta investigación es aplicada, el propósito es dar solución a situaciones o problemas concretos e identificables.

La finalidad de la campaña es que los peruanos no solo se sientan orgulloso de su país, si no a la vez de las acciones que hacen que el país sea mejor. Logrando cambiar nuestras actitudes, logrando ser amables, atentos, respetuosos, honestos, etc. Para así lograr una sana convivencia y a la vez generar confianza a personas del exterior para que visiten nuestro país, ya que el turismo es uno de los principales generadores de ingresos económicos a nuestro país.

Palabras claves: mensaje, publicidad, estructuralismo.

ABSTRACT

This thesis made the analysis of the advertising message of the campaign "Peruvian t-shirt", in Lima - Peru, to determine what type of message is used and that contributes to society. The structuralism theory of structuralism was used, which seeks the structures through which meaning is produced within a culture. The focus of this study is qualitative, the type of this research is applied, the purpose is to solve specific or identifiable situations or problems.

The purpose of the campaign is that Peruvians not only feel proud of their country, but also the actions that make the country better. Achieving change our attitudes, managing to be kind, attentive, respectful, honest, etc. In order to achieve a healthy coexistence and at the same time generate confidence to people from abroad to visit our country, since tourism is one of the main generators of economic income to our country.

Keywords: message, advertising, structuralism.