



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

**Análisis del lenguaje audiovisual de una propaganda emitida por una  
empresa de telecomunicaciones, Lima 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en ciencias de la comunicación

**AUTOR:**

Palomino Villalva, Dante Falcau (ORCID: 0000-0003-2775-7604)

**ASESORA:**

Mg. Pariona Benavides, Mariela Teresa (ORCID: 0000-0003-4279-0154)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

## **DEDICATORIA**

A mi familia por su apoyo incondicional. Y a todas las personas que creyeron en mí.

## **AGRADECIMIENTO**

Del mismo modo, agradecer a mi familia por brindarme su tiempo y apoyarme con lo que necesité y a mis docentes que me ayudaron a comprender la realización de la investigación

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Resumen .....	v
Abstract .....	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística .....	14
3.3. Escenario de estudio .....	15
3.4. Participantes.....	15
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.6. Procedimientos.....	18
3.7. Rigor científico.....	18
3.8. Método de análisis de datos .....	20
3.9. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS .....	23
V.DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES .....	34
VII. RECOMENDACIONES.....	35
REFERENCIAS .....	36
ANEXOS.....	39

## RESUMEN

La presente investigación titulada análisis del lenguaje audiovisual de una propaganda emitida por una empresa de telecomunicaciones, Lima 2019, tuvo como objetivo general describir el análisis del lenguaje audiovisual de una propaganda emitida por una empresa de telecomunicaciones – Lima, 2019. A raíz de ello, se optó por aplicar dos instrumentos, la primera fue una ficha de observación, analizando escena por escena de la propaganda, y la segunda fue la entrevista, estando las preguntas aprobadas por tres diferentes docentes de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este, y sustentada bajo la confiabilidad de la V de Aiken.

Referente a la metodología se investigó en base a un tipo de investigación aplicada, con un diseño hermenéutico, además de tener un diseño de caso, de enfoque cualitativo no experimental y de corte transversal. Los participantes de la investigación fueron tres especialistas en la rama audiovisual, dos de ellos licenciados en comunicaciones y uno especializado en producción televisiva. Es así que se tuvo un resultado favorable para la aplicación del lenguaje audiovisual, junto a sus dos principales elementos, imagen y sonido. En conclusión con el objetivo general, se afirmó que el lenguaje audiovisual están presentes dentro de la propaganda “Love Story”, ya que los planos y más elementos visuales estuvieron acorde al tipo de mensaje que se intentó transmitir, además que a pesar de no tener un speech, el resultado final nunca se transgiversó, al contrario, dejó que el público se enfoque firmemente a los personajes y logre, con ayuda de los textos vistos, una comunicación estable.

**Palabras Claves:** Lenguaje Audiovisual, propaganda, imagen, sonido.

## ABSTRACT

The present investigation entitled: Analysis of the audiovisual language of a propaganda issued by a telecommunications company, Lima 2019, had the general objective of describing the analysis of the audiovisual language of a propaganda issued by a telecommunications company - Lima, 2019. Then, it was decided to apply two instruments, the first was an observation card, analyzing all scenes of the propaganda, and the second was the interview, with the questions being approved by three different teachers from the César Vallejo University, Lima East headquarters, and supported by the reliability of the V of Aiken.

About the methodology, it was investigated based on the type applied, with a hermeneutical design, in addition to having a case design, non-experimental, qualitative approach and cross-sectional. The research participants were three specialists in the audiovisual field, two of them graduated in communications and one specialized in television production. So, there was a favorable result for the application of audiovisual language, along with its two main elements, image and sound. In conclusion with the general objective, it was affirmed that the audiovisual language is present within the propaganda "Love Story", since the plans and more visual elements were in accordance with the type of message that was attempted to be transmitted, Also, that despite not having a speech, the end result wasn't never transgressed, on the contrary, it allowed the audience to focus firmly on the characters and achieve, with the help of the texts seen, stable communication.

**Keywords:** Audiovisual language, propaganda, sound, image.