



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

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

“Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario: cuidemos la casa, de
Promart y el Ministerio del Ambiente. Lima. 2019”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Ruiz Portal, Gianni Richard (ORCID: 0000-0002-1187-1149)

ASESOR:

Mg. Castillo Hilario, Mario (ORCID: 0000-0002-2929-4677)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi tía Frida por su apoyo incondicional, a mis abuelos Santos y Manuel por darme las fuerzas para seguir adelante. Y a mi novia Ruth por sus consejos que me sirvieron de mucho apoyo en mi tesis.

Agradecimiento

Agradecimiento a los profesores de la UCV por sus consejos durante el desarrollo de mi tesis.

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : FO7-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don(a):

RUIZ PORTAL, GIANNY RICHARD

Cuyo título es:

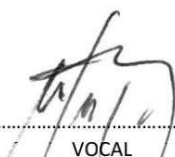
ANÁLISIS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL DEL SPOT PUBLICITARIO: CUIDEMOS LA CASA, DE PROMART Y EL MINISTERIO DEL AMBIENTE. LIMA. 2019.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **14** (número) **CATORCE** (letras).

Los Olivos, 09 de diciembre del 2019


PRESIDENTE
MG. WILLIAMS RAMOS, HENRY


SECRETARIO
MG. MONTENEGRO DÍAZ, DENIS


VOCAL
MG. MATÍAS CRISTÓBAL, OBED



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Declaratoria de autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Gianni Richard Ruiz Portal con DNI N° 43092736, 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 diciembre del 2019



Gianny Richard Ruiz Portal

DNI: 43092736

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	17
2.1. Diseño de investigación	17
2.2. Métodos de muestreo	18
2.3. Rigor científico	18
2.4. Análisis cualitativo de los datos	19
2.5. Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES	27
VI. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS	33

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en analizar cómo se presenta el lenguaje audiovisual en el spot publicitario “cuidemos la casa” por Promart y el Ministerio del Ambiente. Lima. 2019. La tesis tiene conceptos que va a fortalecer y enriquecer en un mayor grado de conocimiento en el tema audiovisual. La metodología aplicada a esta investigación tiene un enfoque cualitativo; el cual se basa en la recolección de datos mediante la técnica de observación, para lo cual se utilizó la ficha de observación debidamente validada por los expertos, de esa manera se concluye que el lenguaje audiovisual da importancia a un spot publicitario mediante los aspectos morfológicos y sintácticos.

Palabras claves: Lenguaje audiovisual, aspectos morfológicos, aspectos sintácticos, spot publicitario.

ABSTRACT

The present research work consists in analyzing how the audiovisual language is presented in the advertising spot “take care of the house” by Promart and the Ministry of Environment. Lime. 2019. The thesis has concepts that will strengthen and enrich in a greater degree of knowledge in the audiovisual subject. The methodology applied to this research has a qualitative approach; which is based on the collection of data through the observation technique, for which the observation sheet duly validated by the experts was used, in this way it is concluded that the audiovisual language gives importance to an advertising spot through the morphological aspects and syntactic

Keywords: Audiovisual language, morphological aspects, syntactic aspects, advertising spot.