



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## **La Filosofía de la Pedagogía Publicitaria en el Perú, 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE  
DOCTORADO EN EDUCACIÓN**

**AUTOR**

Mg. ALFREDO HENRY TAPIA RODRÍGUEZ

**ASESOR**

Dr. Walter Iván Abanto Vélez

**SECCIÓN:**

Educación e Idiomas

**LÍNEA DE INVESTIGACION:**

POLITICA EDUCATIVA

**PERÚ – 2016**

Página del jurado

---

Dra. María Victoria Llaury Acosta  
Presidente

---

Dra. Flor Fanny SantaCruz Terán  
Secretario

---

Dr. Walter Iván Abanto Vélez  
Vocal

## DEDICATORIA

Dedico esta investigación en primer lugar a:

Dios que me sostiene y me da vida, alimento y sobre todo sabiduría para entender lo que pasa a mi alrededor

A mi preciosa esposa que siempre me anima con sus oraciones a seguir adelante

A mis hijos que son lo más valioso para mi vida y que con sus inquietudes me hacen ver el mundo de distintas maneras

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que de una u otra manera me han apoyado, colaborado y animado a poder realizar mi tesis doctoral.

De manera especial al Dr. Walter Abanto que me supo orientar durante todo el proceso de investigación.

### DECLARACIÓN JURADA

Yo ALFREDO HENRY TAPIA RODRÍGUEZ, estudiante de la Escuela profesional de Posgrado, de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que el trabajo académico titulado "FILOSOFÍA DE LA PEDAGOGÍA PUBLICITARIA EN EL PERÚ"

Presentada, en 73 folios para la obtención del grado académico de DOCTORADO EN EDUCACIÓN es de mi autoría.

Por lo tanto declaro lo siguiente:

\* He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificado correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.

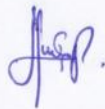
\* No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.

\* Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico.

\* Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.

\* De encontrar uso de material ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Trujillo, 23 de agosto del 2016



---

Tapia Rodríguez Alfredo Henry

DNI: 18032672

## **PRESENTACIÓN**

Señores que conforman el jurado calificador en la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo de Trujillo

En cumplimiento a lo dispuesto en el reglamento para la elaboración de tesis de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, presento para su respectiva evaluación el informe de tesis titulado Filosofía de la Pedagogía Publicitaria en el Perú, este informe se ha desarrollado con el propósito de obtener el grado de Doctor en Educación.

La presente investigación de carácter cualitativo, que concluye en el presente informe se ha constituido en una forma de ir conociendo como la realidad educativa se va configurando a través de las políticas educativas que son la expresión del modelo económico neoliberal.

Por las razones expuestas distinguidos miembros del jurado, dejo a su vuestra consideración el presente informe de tesis y dispuestos a recibir de su parte las respectivas observaciones y sugerencias que estoy seguro serán de mucha importancia y valía para mejorar el informe y para tomarlas en cuenta en posteriores investigaciones

Trujillo, setiembre del 2016

---

Alfredo Henry Tapia Rodríguez

<b>ÍNDICE</b>	<b>Pág.</b>
PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN JURADA	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
<b>I. INTRODUCCION</b>	
1.1 Realidad problemática	
1.2 Trabajos previos	
1.3 Teorías relacionadas al tema	
1.4 Formulación del problema	
1.5 Justificación del estudio	
1.6 Hipótesis	
1.7 Objetivos	
<b>II. MÉTODO</b>	
2.1 Diseño de investigación	
2.2 Variables, operacionalización	
2.3 Población y muestra	
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	
2.5 Métodos de análisis de datos	
2.6 Aspectos éticos	
<b>III. RESULTADOS</b>	
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	
<b>V. CONCLUSIONES</b>	
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	
<b>VII. PROPUESTA (obligatorio Doctorado)</b>	
<b>VIII. REFERENCIAS</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## RESUMEN

La tesis titulada Filosofía de la Pedagogía Publicitaria en el Perú, se ha desarrollado con la investigación cualitativa, teniendo cinco dimensiones EPISTEMOLOGÍA, ANTROPOLOGÍA, ÉTICA, ESTÉTICA y ONTOLÓGICA. El método de investigación fue la teoría fundamentada que consiste en analizar y explicar la realidad de un hecho o fenómeno que se desarrolla en la sociedad. Los sujetos de investigación fueron docentes universitarios que tienen una idea sistematizada acerca de la realidad desde una perspectiva filosófica, y en mayor medida se revisó documentos oficiales para poder simbolizar la realidad subyacente.

En relación al desarrollo de cada dimensión encontré como evidencias que hoy más que nunca la política educativa está impulsando una visión de pedagogía publicitaria. La dimensión antropológica tiene la visión de un hombre individualista emprendedor, exitoso; la dimensión ética plantea la práctica de la ley pero el modelo neoliberal que es su base no lo hace; la dimensión epistemológica relativiza el conocimiento en el sentido que cada sujeto tiene sus propias formas de aprender, claro esta forma justifica el individualismo a ultranza y finalmente la dimensión estética que es central en el desarrollo del ser humano, implica hablar del desarrollo integral del hombre, el arte es una pieza clave en el desarrollo del espíritu, lo que pretende el MINEDU es tener a los estudiantes más ocupados en el deporte pero no generar espíritus críticos y la dimensión ontológica presenta al ser como la realidad en un todo que es presentada como algo incognoscible.

Palabra clave: Filosofía, pedagogía publicitaria, política educativa, modelo neoliberal



## ABSTRACT

The thesis entitled Philosophy of Advertising Education in Peru, has been developed with qualitative research, having five dimensions Epistemology, anthropology, ethics, aesthetics and ONTOLOGICAL. The research method was grounded theory is to analyze and explain the reality of a fact or phenomenon that develops in society. The research subjects were university teachers who have a systemized idea about reality from a philosophical perspective, and further official documents was revised to symbolize the underlying reality.

Regarding the development of each dimension I found as evidence that today more than ever education policy is promoting a vision of advertising pedagogy. The anthropological dimension is the vision of a man individualistic entrepreneur, successful; the ethical dimension raises the practice of law but the neoliberal model that is based not; the epistemological dimension relativized knowledge in the sense that each subject has its own ways of learning, of course way justifies the rugged individualism and finally the aesthetic dimension that is central to the development of human beings involves talking integral development of man, art is a key element in the development of the spirit, which aims MINEDU is having the busiest students in sport but not generate critical spirits and the ontological dimension has to be like reality into a whole that is presented as something unknowable.

Keyword: Philosophy, **advertising pedagogy, educational policy, neoliberal model**