



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

**ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO DEL SPOT TELEVISIVO
“JOGA BONITO” DE LA MARCA NIKE, MOTIVO BRASIL Y
PORTUGAL, AÑO 2006**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

BRYAN GIOVANNY OLIVEROS ZAMORA

ASESOR

VANESSA ULLOA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**ANÁLISIS, PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE DISCURSOS GENERADOS POR
EMPRESAS DE COMUNICACIÓN, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS Y
ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES**

LIMA - PERÚ

Año 2014

PÁGINA DE JURADO

Presidente

Secretario

Vocal

**Dedico en primer lugar a Dios por darme
sabiduría y protegerme, a mis padre por
apoyarme en la universidad, y a mi hija
quien me ha dado las fuerzas para
seguir adelante en estos años de la
universidad.**

Agradezco a mi profesora Vanessa Ulloa y a las personas que han colaborado para la realización de estas tesis, por brindarme su tiempo y ayuda para que se realice mi trabajo de investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Bryan Giovanni Oliveros Zamora Con DNI N° 46837778, 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, Junio del 2014

Bryan Giovanni Oliveros Zamora

**Nombres y apellidos del
tesista**

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Análisis del mensaje publicitario del spot televisivo “Joga Bonito” de la marca Nike, motivo Brasil y Portugal”, 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.

Bryan Giovanni Oliveros Zamora

ÍNDICE

PÁGINA DE JURADO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

PRESENTACIÓN

RESUMEN

ABSTRACT

Capítulo I

1. INTRODUCCIÓN

Capítulo II

Problema de investigación

2.1. Aproximación Temática

2.2. Formulación del problema de investigación

2.3. Justificación

2.4. Relevancia

2.5. Contribución

2.6. Objetivos

2.6.1 Objetivo General

2.6.2 Objetivo Específicos

2.7. Hipótesis

Capítulo III

Marco metodológico

3.1. Metodología

3.1.1 Tipo de estudio

3.1.2 Diseño

3.2. Escenario de estudio

3.3. Caracterización de sujetos

3.4. Trayectoria metodológica

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

VI

3.6. Tratamiento de la información: Unidades temáticas, caracterización

3.7. Mapeamiento

Capítulo IV

Resultados

4.1. Descripción de resultados

Capítulo V

Discusión

5.1. Aproximación al objeto de estudio

Capítulo VI

6. Conclusiones

Capítulo VII

7. Recomendaciones

Capítulo VIII

8. Referencias Bibliográficas

ANEXOS

Resumen

La presente investigación tiene como propósito analizar y describir como el spot publicitario de Nike "Joga Bonito" realizado en el 2006, refuerza su posicionamiento a través del icono del deporte que es el futbol y a su vez analizar el mensaje, los recursos visuales que se utilizaron y los personajes. Así mismo el objetivo de esta tesis es determinar si el spot publicitario de Nike "Joga Bonito", motivo Brasil y Portugal, intenta reforzar su posicionamiento de marca. Por otro lado para darle sustento a esta investigación se recolectará información a especialistas a través de guías de entrevistas y también se obtendrá información personalizada como las guías de observación para el análisis de esta tesis. Para precisar en el primer capítulo se abarcará la parte introducción donde podemos observar los antecedentes relacionados a mi tema los marcos conceptuales y teóricos y contextualización. Se observara en el problema de la investigación donde se determinara el problema general y los problemas específicos. En el tercer capítulo se tomara en cuenta los aspectos metodológicos, en el cuarto capítulo se describirán los resultados de los instrumentos aplicados, en el quinto capítulo se observara la discusión de los resultados, el capítulo seis se describirán las conclusiones, el capítulo siete se darán algunas recomendaciones, el capítulo ocho se apreciaran referencias bibliográficas y por último los anexos.

Palabras claves: Mensaje Publicitario, Recursos Visuales y Personajes.

ABSTRACT

This research aims to analyze and describe how the Nike TV commercial "Joga Bonito" made in 2006 strengthened its position through the icon sport is football and in turn analyze the message, visual resources used and characters. Likewise, the objective of this thesis is to determine whether the advertising spot Nike "Joga Bonito" motif Brazil and Portugal, tries to strengthen its brand positioning. On the other hand to give support to this research specialists collect information through interview guides and personalized information was also obtained as observation guides for the analysis of this thesis. To specify the first chapter covering the introduction part where we can see the background to my topic related conceptual and theoretical frameworks and contextualization. Also in the second chapter the research problem where the general problem and determine the specific problems were observed. In the third chapter the methodological aspects were taken into account, in the fourth chapter the results of the instruments are described in the fifth chapter the discussion of the results is observed, chapter six findings are described, chapter seven will recommendations, the eighth and last chapter bibliographical references Annexes appreciate.

Keywords: Advertising Message, Visual Resources y Characters.