



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

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

ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO DE LA PIEZA GRÁFICA
“MUÑECA PRINCESAS DE DISNEY” CONTENIDO EN EL CATÁLOGO
SAGA FALABELLA, BAJO LA PERSPECTIVA DE EXPERTOS EN
PUBLICIDAD, LIMA, 2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTORA

YENNY MILAGROS, DE LA CRUZ NAPA.

ASESOR

SMITH AUGUSTO CÉSAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERU

Año 2016

JURADO CALIFICADOR

PRESIDENTE

Grado: Magister

Nombres y apellidos: César Smith Corrales

Firma

SECRETARIO

Grado: Magister

Nombres y apellidos: Katherine Orbegoso Castillo

Firma

VOCAL

Grado: Magister

Nombres y apellidos: Elenisa Uvidia Pillaca

Firma

A mi madre y a mi padre que siempre fueron el soporte en mi vida, dándome su apoyo Incondicional para ser una persona de bien.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia, agradezco inmensamente a mis padres por su apoyo durante el transcurso de mi formación académica que tuvieron momentos muy difíciles en ella pero que no fueron impedimento para continuar hasta ahora.

Agradezco con mucho cariño a mi enamorado por su comprensión y ahínco en el desarrollo de mi tesis, por motivarme y enseñarme a no rendirme nunca por lo que quiero lograr en la vida.

Así mismo, agradecer a los medios que estuvieron disponibles para el logro de mi investigación como las bibliotecas y mi Universidad por brindarme sus recursos con el fin de culminar mi tesis.

En última instancia, reconozco el apoyo incondicional de mis asesores de tesis en especial a mí maestro Cesar Smith Corrales y Argote Moreau por ser ellos los principales motivadores de culminar satisfactoriamente mi carrera profesional.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Yenny Milagros De la Cruz Napa con DNI N°46171831 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, 29 de noviembre del 2016.

**Yenny Milagros
De la Cruz Napa**

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 DE LA PIEZA GRÁFICA "MUÑECA PRINCESAS DE DISNEY" CONTENIDO EN EL CATÁLOGO SAGA FALABELLA, BAJO LA PERSPECTIVA DE EXPERTOS EN PUBLICIDAD, LIMA, 2016". La misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Yenny Milagros De la Cruz Napa

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema ¿Cómo se presenta el mensaje publicitario de la pieza gráfica “muñecas Princesas de Disney” contenido en el catálogo Saga Falabella, bajo la perspectiva de expertos en publicidad Lima, 2016?, asimismo se determinó el siguiente objetivo Analizar el mensaje publicitario de la pieza gráfica “muñecas princesas de Disney” contenido en el catálogo Saga Falabella bajo la perspectiva de expertos en publicidad, Lima, 2016, se utilizó la técnica de recopilación de datos y el instrumento de ficha de observación y entrevistas a profundidad Llegando a la siguiente conclusión La pieza publicitaria “Muñeca princesas de Disney” está realizada de manera correcta, para el target al que va dirigido, tomando en cuenta que los elementos empleados en el mensaje publicitario y su finalidad. El análisis semiótico del mensaje publicitario de la pieza publicitaria “Muñecas Princesas de Disney” nos muestra como los significantes fueron diseñados no sólo con la intención de ser mucho más atractiva para el público con la retórica del mensaje, sino también para mostrar la relación que existe entre el contexto visual y el textual de los signos utilizados.

palabras claves: Publicidad, mensaje publicitario, pieza gráfica, imagen, retórica del mensaje, aspecto denotativo, aspecto connotativo.

ABSTRACT

In the present investigation the following problem was raised: How is the advertising message of the graphic piece "Dolls Disney Princesses" contained in the catalog Saga Falabella, from the perspective of advertising experts Lima, 2016? Objective Analyze the advertising message of the graphic piece "Disney dolls princesses" contained in the catalog Saga Falabella under the perspective of advertising experts, Lima, 2016, we used the data collection technique and the instrument of observation and interview tab In depth Arriving to the following conclusion The advertising piece "Doll Princess Disney Dolls" is done correctly, for the target to which it is directed, taking into account that the elements used in the advertising message and its purpose. The semiotic analysis of the publicity piece of the Disney Doll Princess piece shows us how the signifiers were designed not only with the intention of being much more attractive to the public with the rhetoric of the message but also to show the relationship that exists Between the visual and textual context of the signs used.

Keywords: Advertising, advertising, graphic piece, image, message rhetoric, denotative aspect, connotative aspect.

Página del Jurado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaratoria de autenticidad.....	V
Presentación.....	VI
Resumen.....	VII
Abstract.....	VIII
INDICE	
I INTRODUCCIÓN.....	11
II PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	23
2.1 Formulación del problema de investigación	23
2.2 Justificación.....	24
2.3 Relevancia	24
2.4 Contribución	25
2.5 Objetivos	25
2.5.1 Objetivo General.....	25
2.5.2 Objetivos Específicos	25
2.6 Supuesto	26
III MARCO METODOLÓGICO	26
3.1 Metodología.....	26
3.1.1 Tipo de estudio.....	27
3.1.2 Nivel de Investigación.....	27
3.1.3 Diseño	27
3.2 Escenario de estudio.....	28
3.3 Caracterización del objeto de estudio	29
3.4 Trayectoria metodológica (que acciones vas realizar para obtener los datos de tu investigación)	31

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
3.6 Tratamiento de la información: Unidades temáticas, categorización.....	37
3.7 Mapeamiento.....	37
3.8 Aspectos éticos	43
IV RESULTADOS	94
4.1 Descripción de resultados (los resultados deben de identificar, describir e interpretar el fenómeno)	94
V DISCUSIÓN	97
5.1 Aproximación al objeto de estudio.....	97
VI CONCLUSIONES.....	99
VII RECOMENDACIONES	101
VIII REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	102
IX ANEXOS	106