



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA DEL
SPOT EL PRIMER PANEL TELAR TEJIDO A MANO DEL MUNDO DE
LA CERVEZA CUSQUEÑA, OCTUBRE 2015

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA

LUCIO MACHADO, GIANELA HYENET

ASESOR

DR. RAFAEL SAAVEDRA GONZÁLEZ

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICATIVOS EN LA EDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

AÑO 2016

PÁGINA DE JURADO

Presidente:

Mg. César Smith Corrales

Secretaria:

Mg. Katherine Orbegoso Castillo

Vocal:

Lic. Elenisa Uvidia Picalla

A mis hermanos, porque los
amo y sé que en su tiempo
ellos también cumplirán sus
objetivos

Agradezco a mis padres por su
apoyo constante durante toda
mi formación profesional y en
especial durante esta
investigación

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Gianela Hyenet Lucio Machado con DNI N° 48707511, 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 la Escuela Académico Profesional 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, 18 de octubre del 2016

Gianela Hyenet Lucio Machado

Nombres y apellidos de la tesis

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 de la narrativa audiovisual publicitaria del spot El Primer Panel Telar Tejido a Mano del Mundo, de la cerveza Cusqueña, octubre, 2015”, 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

La Autora

ÍNDICE

Página de Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	35
2.1 Aproximación temática:	38
2.2 Formulación del problema de investigación.....	43
2.2.1 Problema General	
2.2.2 Problemas Específicos	
2.3 Justificación.....	38
2.4 Relevancia.....	39
2.5 Contribución.....	39
2.6 Objetivos.....	40
2.6.1 Objetivo General.....	40
2.6.2 Objetivos Específicos.....	40
2.7 Supuestos Teóricos.....	40
2.7.1 Supuesto General.....	40
2.7.2 Supuestos Específicos.....	40
III: MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1 Metodología.....	41
3.1.1 Tipo de estudio.....	41
3.1.2 Nivel de Investigación.....	41
3.1.3 Diseño.....	41
3.2. Escenario de estudio.....	42
3.3. Caracterización del objeto de estudio	42
3.4. Trayectoria metodológica.....	44

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	44
3.6 Aspectos éticos.....	47
IV. RESULTADOS.....	48
4.1. Descripción de resultados.....	52
V. DISCUSIÓN.....	57
VI. CONCLUSIONES	59
VII. RECOMENDACIONES.....	61
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62

ANEXOS

RESUMEN

La forma de hacer publicidad evolucionado y se ha ido enriqueciendo con distintos recursos, los spots que ahora vemos en televisión ya no son los mismos que hace unos años, antes brillaba el o la modelo del spot, o el producto con todas sus características, ahora eso ha pasado a segundo plano, preocupándose más por generar experiencias de compra y una relación emotiva con la marca.

En los spot audiovisuales, el cambio también se ha sentido; la escenografía, los personajes, las historias, las luces, el uso de la cámara, ahora forman grandes producciones audiovisuales en los cuales las marcas anunciantes apuestan para hacer llegar. Por ello, el objetivo de esta investigación es analizar la narrativa audiovisual con del spot “El Primer Panel Telar Tejido a Mano Del Mundo de la Cerveza Cusqueña.

Por lo cual, esta investigación se planteó desde un enfoque cualitativo y de tipo descriptivo, utilizando como instrumento de recolección de datos una ficha de observación, el cual arrojó un resultado que se describió e interpretó.

Finalmente, en esta investigación se concluye que el spot se desarrolló con una estructura narrativa adecuada con todos los aspectos técnicos correspondientes a una producción audiovisual publicitaria, además que la historia y el mensaje se presentan de manera clara y eficaz de acuerdo al concepto publicitario con el que cuenta la marca.

Palabras clave: Investigación, análisis, cualitativo, narrativa audiovisual, publicidad e interpretación.

ABSTRACT

The way of advertising evolved and has been enriched with different resources, the spots we now see on TV are no longer the same as a few years ago, before the model or the spot, or product with all its features, shone That has passed into the background, worrying more about generating buying experiences and an emotional relationship with the brand.

In the audiovisual spots, the change has also been felt; The scenography, the characters, the stories, the lights, the use of the camera, now form great audiovisual productions in which the advertiser brands bet to get there. Therefore, the objective of this research is to analyze the audiovisual narrative with the spot "The First Loom Panel Hand Woven of the World of Cusqueña Beer.

Therefore, this research was based on a qualitative and descriptive approach, using as an instrument of data collection an observation sheet, which yielded a result that was described and interpreted.

Finally, this research concludes that the spot was developed with an adequate narrative structure with all the technical aspects corresponding to an audiovisual advertising production, in addition that the story and the message are presented in a clear and effective way according to the advertising concept with the That counts the mark.

Key words: Investigation, analysis, qualitative, audio-visual narrative, advertising and interpretation