



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario “Cholo soy” de
Mibanco en su campaña escolar, Lima, 2016.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORA

Giovany Luis Ortiz La Torre

ASESOR

Dr. Rafael Saavedra

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2016 - II

PÁGINA DEL JURADO

.....

Mg. César Smith Corrales

.....

Dr. Rafael Saavedra Gonzáles

.....

Mg. Mario Castillo Hilario

DEDICATORIA

A mi madre y mi padre por todo el esfuerzo del día a día, en especial a mi familia

AGRADECIMIENTO

A mis compañeros a Luiz, Enrique por ayudarme siempre a ser mejor profesional todos los días, en especial a Lady, por su apoyo incondicional.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ortiz La Torre Giovany Luis con DNI N° 46332035, 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 Comunicaciones, 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, 30 de noviembre del 2016

Giovany Luis Ortiz La Torre

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 uso del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Cholo soy” de Mibanco en su campaña escolar, Lima, 2016”, 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.

Giovany Luis Ortiz La Torre

ÍNDICE

Página del jurado	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad	iv
Presentación	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
2.1 Aproximación temática	9
2.2 Formulación del problema de investigación	12
2.3 Justificación	13
2.4 Relevancia	13
2.5 Contribución	14
2.6 Objetivos	15
2.7 Supuestos	15
III. MÉTODO METODOLÓGICO	
3.1 Metodología	16
3.2 Escenario de estudio	17
3.3 Caracterización del objeto de estudio	17
3.4 Trayectoria metodológica	18
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.6 Tratamiento de la información	19
3.7 Rigor científico	19
3.8 Aspectos éticos	20

IV.RESULTADOS	
4.1 Descripción de resultados	21
V.DISCUSIÓN	25
5.1 Aproximación al objeto de estudio	
VI.CONCLUSIONES	27
VII.RECOMENDACIONES	28
VIII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29
ANEXOS	
✓ Instrumento	
✓ Validación de expertos	
✓ Matriz de consistencia	

RESUMEN

En la presente investigación se planteó el siguiente problema, ¿Cómo se presenta el lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Cholo Soy” de Mibanco en su Campaña escolar, Lima, 2016? Asimismo, se determinó el siguiente objetivo: analizar el uso del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Cholo soy” de Mibanco en su campaña escolar, Lima, 2016. Se llegó a la siguiente conclusión: se utilizaron todos los elementos del lenguaje audiovisual en el spot publicitario “Cholo soy” de una forma coherente y logrando captar la atención del público por la firmeza que la imagen y sonido transmiten.

Palabras clave: audiovisual, imágenes, sonido.

ABSTRACT

In the present research is raised the following problem, as is presents the language audiovisual in the spot advertising "Cholo soy" of Mibanco in his campaign school, Lima, 2016? Also determined the following objective: analyze the use of audiovisual language in the advertising spot "Cholo soy" MIBANCO school campaign, Lima, 2016. The following conclusion was reached: all elements of the audiovisual language were used in the advertising spot "Cholo soy" in a coherent way and managing to capture the attention of the public by the firmness that the picture and sound transmitted.

Key words: audiovisual, images, sound.