



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario: Perú, imperio de tesoros escondidos, promovido por PROMPERÚ, Lima. Emitido en el 2012”.

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

AUTOR:

JOSÉ CARLOS CHIRITO MURILLO

ASESOR:

MG. CÉSAR SMITH CORRALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA-PERÚ

2018-II



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
CHIRITO MURILLO, JOSÉ CARLOS
cuyo título es: "ANÁLISIS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL DEL SPOT PUBLICITARIO: PERÚ IMPERIO DE TESOROS ESCONDIDOS, PROMOVIDO POR PROMPERÚ, LIMA, EMITIDO EN EL 2012"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 13 (número) TRECE (letras).

Lima, 04 de diciembre de 2018.



[Signature]

PRESIDENTE

[Signature]

SECRETARIO

[Signature]

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria:

A mi madre por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida, a mi abuela por ser el motor y motivo de mi familia. Y para ti sobrino Álvaro, que dejaste este mundo a tan temprana edad, este esfuerzo va para ti.

Agradecimiento:

Mi agradecimiento a los profesores Castillo y Smith por sus consejos en el desarrollo de la presente tesis, a mis amigos Marita y John por su apoyo incondicional.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

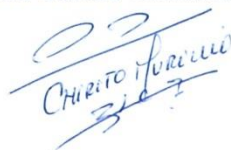
Yo, José Carlos Chirito Murillo con DNI N° 09917527, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la 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, septiembre del 2018

José Carlos Chirito Murillo

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Chirito Murillo', with a horizontal line drawn through it.

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 lenguaje audiovisual del spot publicitario: Perú, imperio de tesoros escondidos, promovido por PROMPERÚ. Lima. Emitido en el 2012”, 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.

El Autor

ÍNDICE

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Presentación.....	vi
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Aproximación temática.....	10
1.2. Marco teórico.....	12
1.3. Formulación del problema.....	30
1.4. Justificación del estudio.....	30
1.5. Objetivos del trabajo de investigación.....	31
II. METODOLOGÍA	
2.1. Diseño de investigación.....	31
2.2. Métodos de muestreo.....	32
2.3. Rigor científico.....	34
2.4. Análisis cualitativo de los datos.....	34
2.5. Aspectos éticos.....	34
III.- DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS	34
IV.- DISCUSIÓN	76
V.-CONCLUSIONES	77
VI.- RECOMENDACIONES	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	80
ANEXOS	84

RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en analizar cómo se presenta el lenguaje audiovisual en el spot publicitario: Perú, imperio de tesoros escondidos, promovido por PROMPERÚ. Lima. Emitido en el 2012. La tesis adjunta conceptos que fortalecerán en mayor grado el conocimiento sobre el tema. La metodología aplicada a esta investigación tiene un enfoque cualitativo, basado en la recolección de datos mediante la técnica de observación, para lo cual se utilizó la ficha de observación debidamente validado por expertos. Así se llegó a la conclusión de que el lenguaje audiovisual da importancia a un spot publicitario pues es el soporte de la narrativa de la historia.

Palabras clave: Lenguaje audiovisual, imagen, sonido, spot publicitario.

ABSTRACT

This research work consists in analyzing how audiovisual language is presented in the advertising spot: Peru, hidden Treasures Empire, promoted by PROMPERÚ. Lima. Issued in 2012. The thesis attached concepts that will strengthen to a greater degree the knowledge on the subject. The methodology applied to this research has a qualitative approach, based on data collection using the observation technique, for which the observation sheet was used duly validated by experts. Thus it was concluded that the audiovisual language gives importance to an advertising spot because it is the support of the narrative of history.

Keywords: Audiovisual language, image, sound, advertising spot.