



## FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

### ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Análisis del lenguaje audiovisual para la promoción de la  
Identidad nacional de un spot publicitario, 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Ayala Condor, Kevin Alexander (ORCID: 0000-0003-2267-1342)

ASESOR:

Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal (ORCID: 0000-0003-3167-967X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2019

### **Dedicatoria**

*El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres, quienes siempre me motivaron a seguir adelante, y a mi docente, quien me enseñó el debido procedimiento a seguir y me ayudó a resolver todas mis dudas.*

### **Agradecimientos**

*Agradezco ante todo a mi familia, que sin su apoyo no podría continuar con mis estudios, y desde luego a mi docente que gracias a sus lecciones y consejos he podido realizar este trabajo de investigación.*

## ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN .....	13
II.	MÉTODO.....	55
	2.1 Tipo y Diseño de la Investigación .....	55
	2.1.1 Tipo de Investigación - Aplicada.....	55
	2.1.2 Diseño de Investigación.....	55
	2.1.2.1 Sub diseño: Estudio de Caso .....	55
	2.1.3 Investigación No Experimental .....	56
	2.1.3.1 Transversal .....	56
	2.2 Escenario de Estudio .....	56
	2.3 Participantes .....	57
	2.3.1 Caracterización de Sujetos.....	57
	2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	57
	2.4.1 Técnica: Entrevista .....	57
	2.4.1.1 Fuentes primarias .....	58
	2.4.1.2 Fuentes secundarias.....	58
	2.4.2 Instrumento: Guion de Entrevista .....	58
	2.4.3 Ficha de Observación.....	59
	2.5 Procedimiento.....	59
	2.5.1 Unidad temática, Operacionalización .....	59
	2.5.1.1 Unidad temática Independiente .....	59
	2.5.2.1.1 Categorías.....	59
	2.5.2.1.2 Subcategorías .....	59
	2.5.1.2 Unidad temática Dependiente .....	60
	2.5.1.2.1 Categorías.....	60

2.5.1.2.2 Subcategorías .....	60
2.5.1.3 Variable Interviniente .....	60
2.5.2 Operacionalización de las Unidades Temáticas.....	61
2.6 Rigor Científico .....	62
2.6.1 Criterios de Evaluación del Instrumento .....	62
2.6.2 Validez .....	62
2.7 Método de Análisis de Información .....	63
2.7.1 Población .....	63
2.7.2 Método De Muestreo .....	63
2.7.1 Muestreo No Probabilístico .....	64
2.8 Aspectos Éticos .....	64
2.8.1 Objetividad.....	64
2.8.2 Originalidad .....	65
2.8.3 Veracidad .....	65
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>66</b>
3. Método de Análisis Cualitativo de los datos .....	67
3.1. Análisis de Entrevistas a Expertos.....	67
3.2 Desarrollo Ficha de Observación.....	86
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>93</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>100</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>102</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>109</b>
5.1 Spot Publicitario .....	109
5.2 Guion de Entrevista .....	109
5.3 Matriz de Consistencia .....	110

5.4 Validación de Guion de entrevista .....	111
---	-----

<i>Tabla 1 Expertos de Validación</i> .....	63
<i>Tabla 2 - Pregunta 1</i> .....	69
<i>Tabla 3 - Pregunta 2</i> .....	72
<i>Tabla 4 - Pregunta 3</i> .....	74
<i>Tabla 5 Pregunta 4</i> .....	77
<i>Tabla 6 Pregunta 5</i> .....	79
<i>Tabla 7 Pregunta 6</i> .....	82
<i>Tabla 8 Pregunta 7</i> .....	85
<i>Tabla 9 Desarrollo de Ficha de Observación Primera parte</i> .....	86
<i>Tabla 10 Desarrollo de Ficha de Observación segunda parte</i> .....	87
<i>Tabla 11 Guion de Entrevista</i> .....	109
<i>Tabla 12 Matriz de Consistencia</i> .....	110
<i>Tabla 13 Certificado de validez de contenido del instrumento</i> .....	111
<i>Tabla 14 - Captura de porcentaje de Turnitin</i> .....	114

## **RESUMEN**

El presente proyecto de tesis tiene como problema general: ¿De qué manera los aspectos del lenguaje audiovisual del spot publicitario *Perú, el país más rico del mundo* pueden aportar a la promoción de la identidad nacional de un país?, de igual manera se cuenta con el objetivo general de: Analizar los aspectos del lenguaje audiovisual del spot publicitario “Perú, el país más rico del mundo” en la promoción de la identidad nacional de un país. El análisis mencionado se basó en primera instancia en la observación del spot publicitario *Perú, el país más rico del mundo*, para seguir con la segmentación de sus elementos, esto procedimiento sirvió para poder elaborar los instrumentos necesarios para la recopilación de datos, los cuales fueron la entrevista y la ficha de observación, en donde se planteó que aspectos del lenguaje audiovisual aportaron a la promoción de la identidad nacional mediante el spot publicitario *Perú, el país más rico del mundo*.

Palabras clave: Lenguaje audiovisual, identidad nacional, spot publicitario, Perú, imagen, sonido.

## **ABSTRACT**

This thesis project has as a general problem: In what way can the aspects of the audiovisual language of the advertising spot *Peru, the richest country in the world*, contribute to the promotion of the national identity of a country? The general objective of: To analyze the aspects of the audiovisual language of the advertising spot “Peru, the richest country in the world” in the promotion of the national identity of a country. The mentioned analysis was based in the first instance on the observation of the advertising spot *Peru, the richest country in the world*, to continue with the segmentation of its elements, this procedure served to be able to elaborate the necessary instruments for the collection of data, which were the interview and the observation sheet, where it was proposed that aspects of the audiovisual language contributed to the promotion of national identity through the advertising spot *Peru, the richest country in the world*.

Keywords: Audiovisual language, national identity, advertising spot, Peru, image, sound.