



FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Análisis del lenguaje audiovisual del spot publicitario “Escolares Útiles” de la empresa

MiBanco, Lima, 2019.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias De La Comunicación

AUTORA:

Quispe Pinedo, Julia Elizabeth (ORCID: 0000-0002-4899-6535)

ASESORA:

Mg. Arango Aramburú, Johana Elizabeth (ORCID: 0000-0002-6559-2321)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA-PERÚ

2020

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicó a mis padres, familia, pareja, que siempre me han apoyado y seguirán haciéndolo para lograr todas mis metas, principalmente a mis padres que han sido parte importante en mi formación personal y educativa, por las exigencias, aliento, consejos que siempre me daban desde pequeña para llegar a donde estoy.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por estar conmigo en todo momento de mi vida, que nunca dejaron de apoyarme pese a las circunstancias que sucedieron en los últimos años, ya que siempre estarán presentes dando todo su apoyo incondicional a mis hermanos como a mí.

PÁGINA DEL JURADO

Mg. MONTENEGRO DÍAZ, DENIS

PRESIDENTE

Mg. ARANGO ARAMBURÚ, JOHANA

SECRETARIO

Mg. CASTILLO HILARIO, MARIO

VOCAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **QUISPE PINEDO, Julia Elizabeth** con DNI N° 77341891, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Derecho y Humanidades, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son verdaderos y originales.

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, 03 de julio del 2019.

Quispe Pinedo, Julia Elizabeth

DNI N° 77341891

PRESENTACIÓN

Señores miembros de 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 “Escolares Útiles” de la empresa MiBanco, Lima, 2019”.

La misma que someto a consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título de Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Quispe Pinedo, Julia Elizabeth.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Aproximación temática.....	1
1.2. MARCO TEÓRICO.....	5
1.2.1. Teoría Estructuralismo.....	5
1.2.2. Lenguaje.....	6
1.2.3. Lenguaje Publicitario.....	7
1.2.4. Spot Publicitario.....	8
1.2.5. Lenguaje Audiovisual.....	9
1.2.6. Elementos del Lenguaje Audiovisuales.....	12
1.2.6.1.Elementos Visuales.....	12
1.2.6.2.Elementos Sonoros.....	23
1.3. Formulación del problema.....	26
1.3.1. Problema General.....	26
1.3.2. Problema Específico.....	26
1.4. Justificación.....	26
1.4.1. Teórica.....	26
1.4.2. Práctica.....	26
1.4.3. Relevancia.....	26
1.4.4. Contribución.....	27
1.5. Objetivos de la investigación.....	27
1.5.1. Objetivo General.....	27
1.5.2. Objetivo Específico.....	27

II. MÉTODO.....	28
2.1. Tipo y diseño de investigación	28
2.2. Escenario de estudio.....	28
2.3. Participantes.....	28
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	29
2.5. Procedimientos.....	29
2.6. Método de análisis de información.....	30
2.7. Aspectos éticos.....	31
III. RESULTADOS.....	32
IV. DISCUSIÓN.....	36
V. CONCLUSIONES.....	40
VI. RECOMENDACIONES.....	41
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS.....	47

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar cómo se presenta el lenguaje audiovisual del spot publicitario “Escolares Útiles” de la empresa MiBanco, Lima, 2019. Para la realización del análisis se tomó 5 escenas como objeto de estudio que componen el spot publicitario. El análisis se aplicó a través de la ficha de observación por escena con el único fin de obtener resultados e interpretar detalladamente cada elemento del lenguaje audiovisual y se encuentra en base a la teoría del estructuralismo de Ferdinand Saussure.

Del cual se pudo concluir que los elementos visuales y sonoros del lenguaje audiovisual fueron de suma importancia para que el spot publicitario tenga coherencia y vida, así como el mensaje que se quiere transmitir a todos los espectadores por el problema de la educación peruana.

Palabras claves: lenguaje audiovisual, elemento visual, elemento sonoro, spot publicitario.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze how the audiovisual language of the advertising spot "Escolares Útiles" of MiBanco, Lima, 2019 is presented. In order to carry out the analysis, 5 scenes were taken as an object of study that make up the advertising spot. The analysis was applied through the observation sheet by scene with the sole purpose of obtaining results and interpreting each element of the audiovisual language in detail and is based on Ferdinand Saussure's theory of structuralism.

From which it was possible to conclude that the visual and sound elements of the audiovisual language were of utmost importance for the advertising spot to have coherence and life, as well as the message that it is wanted to transmit to all the spectators due to the problem of Peruvian education.

Keywords: audiovisual language, visual element, sound element, advertising spot.