

INDICE

•	Introducción	3
•	Problema de Investigación	6
•	I.- La Publicidad	10
-	¿Qué es la publicidad?	11
-	Antecedentes Históricos de la publicidad	16
-	La publicidad televisiva	19
•	II.- Los Valores	27
-	Los Valores	28
-	Los valores y la televisión	35
-	Los cambios valóricos de la familia chilena	37
-	Los roles dentro de la familia	42
•	III.- Los Valores Publicitarios	46
-	Etapas de los efectos publicitarios	51
-	Tipos de persuasión	52
•	IV.- Teoría de Barthes	54
-	El mensaje lingüístico	56
-	La imagen denotada	59
-	La imagen Connotada	60
•	V.- Elementos audiovisuales para el análisis	63
-	Planos	64
-	Ángulos	67
-	Niveles	68
-	Movimientos de cámara	69
-	Movimientos de lente	71
-	Transiciones	72
-	Fuentes de iluminación	73

-	Sonido	76
•	VI.- Análisis de Spots	81
-	Spot 1	82
-	Spot 2	89
-	Spot 3	95
-	Spot 4	102
-	Spot 5	109
-	Spot 6	114
•	VII.- Conclusiones	120
•	Bibliografía	123
•	Anexo	125