

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
PRIMERA PARTE: ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD	
CAPÍTULO I ¿Qué es la publicidad?.....	8
CAPÍTULO II Historia de la publicidad.....	11
CAPÍTULO III La investigación publicitaria.....	16
CAPÍTULO IV El spot publicitario.....	25
CAPÍTULO V La cultura de la publicidad: efectos económicos y sociales.....	29
SEGUNDA PARTE: DUSCUSIÓN AXIOLÓGICA	
CAPÍTULO I ¿Qué son los valores?.....	42
CAPÍTULO II Valores materialistas y postmaterialistas.....	59
TERCERA PARTE: METODOLOGÍA	
CAPÍTULO I Problema de investigación y muestra.....	64
CAPÍTULO II Los formatos publicitarios.....	70
CAPÍTULO III Semiótica publicitaria: Barthes.....	78
CAPÍTULO IV Elementos del lenguaje audiovisual.....	91
CUARTA PARTE: ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS SPOTS	
CAPÍTULO I Clasificación de los avisos publicitarios.....	111
CAPÍTULO II Tablas de acuerdo a la intencionalidad e índice de repetición....	115
CAPÍTULO III Análisis cualitativo.....	123
AVISO 1.....	125

AVISO 2.....	139
AVISO 3.....	149
AVISO 4.....	160
AVISO 5.....	173
AVISO 6.....	186
QUINTA PARTE: CONCLUSIONES	
CONCLUSIONES.....	199
ANEXO.....	206
TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE.....	207
CHILEVISIÓN.....	212
CANAL 13.....	217
BIBLIOGRAFÍA.....	222