



FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ARTES &
DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

TESIS

**ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD
CROMÁTICA DE LAS PRINCIPALES
ORGANIZACIONES POLÍTICAS DE LA
REGIÓN LAMBAYEQUE**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ARTES & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

AUTOR

Bach. Salazar Garibay Laura Andrea

Pimentel, Enero del 2014

RESUMEN

Las campañas políticas, son el principal mecanismo para seleccionar a las autoridades representativas durante las elecciones. Al analizar la identidad cromática de las principales organizaciones políticas de la región Lambayeque sabemos en qué medida los partidarios se sienten identificados; aportando a la sociedad conocimientos sobre el poder de persuasión en la cromática como estrategia para futuras elecciones políticas.

Ana Von Rebeur estudió el valor de persuasión en los colores electorales en Buenos Aires; como en el caso de la estrategia de campaña utilizada en los Juegos Panamericanos en Guadalajara 2011. Estos análisis son comparados con las diferentes teorías cromáticas; utilizando una investigación Cualitativa, pre – experimental de caso único, mediante entrevistas que se realizaron a partidarios de las organizaciones políticas APRA y APP de la región de Lambayeque, provincia de Chiclayo, en los distritos Chiclayo, José Leonardo Ortiz y La Victoria.

El análisis de los resultados se realizó mediante un cuadro comparativo entre los resultados obtenidos, los antecedentes y las bases teóricas mencionadas mediante el proceso de investigación; con ello se llegó a demostrar el poder de persuasión del color en el ser humano y como los partidarios se sienten identificados con los mismos, relacionándolo a sentimientos, emociones y sensaciones.

Investigación para aquellos profesionales del diseño, la publicidad y la comunicación, que podrán guiarse en el correcto uso del color para generar identidad y crear una imagen acorde a la campaña que deseen ejercer.