



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

“ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO EN REFERENCIA A LOS
USOS DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA EN LA REVISTA CYZONE,
EN EL CATÁLOGO DE ENERO 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

AGUIRRE GAMARRA, Rossanna Caroline

ASESOR:

SMITH CORRALES, César Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA - PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
AGUIRRE GAMARRA, ROSSANNA CAROLINE
cuyo título es: "ANÁLISIS DEL MENSAJE PUBLICITARIO EN
REFERENCIA A LOS USOS DE ESTEREOTIPOS DE BELLEZA
EN LA REVISTA CYZONE, EN EL CATÁLOGO DE
ENERO 2018
....."
....."

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas
por el estudiante, otorgándole el calificativo de:11..... (número)
.....C.N.C.E..... (letras).

Lima, ...04...de diciembre de 2018.



.....
PRESIDENTE

.....
SECRETARIO

.....
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mis padres, a mis hermanas porque fueron mi motivación y guía desde un principio para emprender un viaje de ensueño, gracias por estar siempre pendiente de mi vida universitaria, gracias también enseñarme a dar lo mejor de mí, como ustedes lo decían querer es poder, no fue fácil, pero tal vez si no hubieran estado conmigo, no hubiera logrado realizarme profesionalmente.

Agradezco por la ayuda de mis maestros y a la universidad en general porque me dio la bienvenida a un mundo de oportunidades, gracias por otorgarme los conocimientos necesarios.

A dios, por iluminarme día a día, gracias por bendecir mi vida con la oportunidad de tener a mis seres queridos, gracias por haber mantenido a mis padres a mi lado y por ultimo gracias por haberme hecho una mujer de bien.

AGRADECIMIENTO

A dios, por haberme permitido obtener esta experiencia académica, gracias por bendecir mi vida con la oportunidad de tener a mis seres queridos, gracias por haber mantenido a mis padres a mi lado y por ultimo gracias por haberme hecho una mujer de bien.

A la universidad por convertirme en una excelente profesional, gracias a todas las personas que fueron participes en este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a cada uno de mis maestros que formaron parte de este proceso integral de formación, agradezco a William Ramos, Pio Dávila, Homero Tomaguilla y a mi asesor Cesar Smith, gracias maestros, ustedes dejan como producto terminado una promoción de graduados, y como recuerdo dejo esta investigación para futuras generaciones.

Finalmente agradezco a quien lean esta investigación, porque este estudio refleja mi arduo trabajo y esmero en la vida universitaria.

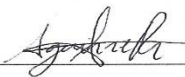
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo **Rossanna Caroline Aguirre Gamarra** con DNI N° 70853287, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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, 10 de octubre del 2018.



Rossanna Caroline Aguirre Gamarra

DNI N° 70853287

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En el cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada “Análisis del mensaje publicitario en referencia a los usos de estereotipos de belleza en la revista Cyzone, en el catálogo de enero 2018”, cuyo objetivo fue analizar el mensaje publicitario en referencia a los usos de estereotipos de belleza en la revista Cyzone, en el catálogo de enero 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Rossanna Caroline Aguirre Gamarra

ÍNDICE

	Pág.
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Aproximación temática	12
1.2. Marco teórico	19
1.2.1 Teoría de análisis estructural de los mensajes	19
1.2.2 Mensaje publicitario	20
1.2.2.1 Codificación cromática	21
1.2.2.1.1 Clasificación subjetiva	22
1.2.2.1.2 Clasificación por luminosidad	23
1.2.2.2 Codificación fotográfica	24
1.2.2.2.1 Planos	25
1.2.2.2.2 Ángulos	26
1.2.2.3 Codificación cultural	26
1.2.2.3.1 Condición física	27
1.2.2.3.2 Color de piel	28
1.2.2.3.3 Color de ojos	29
1.2.2.3.4 Color de cabello	30
1.2.2.3.5 Tipificación de edad	30
1.2.2.3.6 Uso de maquillaje	31
1.2.2.3.7 Vestimenta	32
1.2.2.4 Codificación social	33
1.2.2.4.1 Representación	34

1.2.2.4.2	Tipos de gestos	34
1.2.2.4.3	Tipos de mirada	35
1.2.2.4.4	Asignación de objetos	36
1.2.2.4.5	Asignación de roles	36
1.2.2.4.6	Entorno	37
1.3	Formulación del problema	38
1.3.1	Problema general	38
1.3.2.	Problema específico	38
1.4	Justificación del estudio	38
1.4. 1	Teórica	40
1.4.2	Practica	40
1.4.3	Relevancia	41
1.4.4	Contribución	42
1.5	Objetivos	43
1.5.1	Objetivo general	43
1.5.2	Objetivo específicos	43
II.	MÉTODO	44
2.1	Diseño de investigación	44
2.1.1	Enfoque	44
2.1.2	Tipo de estudio	44
2.1.3	Nivel de investigación	44
2.1.4	Diseño	45
2.2	Métodos de muestreo	45
2.2.1	Escenario de estudio	45
2.2.2	Caracterización de sujetos	46
2.2.3	Plan de análisis o trayectoria metodológica	47
2.3	Rigor científico	48
2.4	Análisis cualitativo de los datos	50
2.5	Aspectos éticos	51

III. DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	52
IV. DISCUSIÓN	103
V. CONCLUSIONES	112
VI. RECOMENDACIONES	115
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	118
ANEXOS	123
Anexo 01: Matriz de consistencia teórica	124
Anexo 02: Esquema de consistencia metodológica	124
Anexo 03: Categorización de la variable	125
Anexo 04: Instrumento de ficha de observación	126
Anexo 05: Instrumento de validación de expertos	127
Anexo 06: Coeficiente del V de Aiken	133
Anexo 07: Reporte del Turnitin	134
Anexo 08: Recibo digital	135
Anexo 09: Acta de aprobación de originalidad de tesis	136

RESUMEN

La presente investigación se centró en analizar el mensaje publicitario en referencia a los usos de estereotipos de belleza en la Revista Cyzone, en el catálogo de enero 2018. Cuyo estudio tomo como referencia a la teoría del análisis estructural de los mensajes establecida por el autor Eco Umberto. El enfoque fue cualitativo, de tipo aplicada, nivel hermenéutico y diseño, no experimental y transversal. Se trabajó con un catálogo del periodo del mes de enero de la revista CyZone que mostraban estereotipos de belleza, tomando como selección las páginas donde la mujer tiene protagonismo, mediante un muestreo no probabilístico de tipo aleatorio simple. Para el análisis, se aplicó la técnica de observación mediante una ficha, a través de 60 sub-indicadores, con respuestas dicotómicas (Si / No). Dicho instrumento cumplió con los criterios de validez, pues fue sometido a la fórmula del coeficiente de V de Aiken; llegando a la siguiente conclusión sobre la variable expuesta del mensaje publicitario que refiere que la presentación de la variable se presenta de manera comercial con ideas concisas que buscan llamar la atención del público, por lo que están vinculadas a la persuasión de convencimiento en medio de las imágenes impuestas.

Palabras claves: Mensaje publicitario, estereotipos, belleza, catálogo.

ABSTRACT

This research focused on analyzing the advertising message in reference to the uses of stereotypes of beauty in the Cyzone magazine, in the catalogue of January 2018. Which I take as a reference to the theory of the structural analysis of posts established by the author Umberto Eco. The approach was qualitative type applied, hermeneutic and design, non-experimental and cross. He worked with a catalogue of the period of the month of January Magazine CyZone showing stereotypes of beauty, taking as selection pages where the woman has prominence, by means of a simple type random probability sampling. For analysis, applied the technique of observation using a tab, through 60 sub-indicators, dichotomous responses (if / not). This instrument met the criteria of validity, because he was subjected to the formula of the coefficient of V of Aiken; coming to the following conclusion about the exposed variable of the advertising message that means that the presentation of the variable appears a commercial with concise ideas that seek to draw the attention of the public, so that they are linked to persuasion conviction in the midst of the imposed images.

Keywords: Advertising message, stereotypes, beauty, catalogue.