

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN



ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA CAMPAÑA AUDIOVISUAL DE JOHN HOLDEN – MOTIVO: “ATRACCIÓN”- Lima 2012.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

ELENA MILAGROS MIO RUIZ

ASESOR DISCIPLINARIO:

CARLOS CALDERÓN LÁRTIGA

LIMA, PERÚ

2013

El presente trabajo está dedicado a las personas
que estuvieron a mi lado durante todo el tiempo
que ha durado esta investigación.

Agradezco a mi asesor, por su
disposición, quien me ha guiado
con paciencia durante el desarrollo
de la investigación.

A mis amigos y compañeros, por la
motivación colectiva que aprendimos.

ÍNDICE

Resumen	VI
Abstract	VI
Introducción	VII
1. Capítulo I – Objeto de Estudio	
1.1. Aproximación temática	2
1.2. Formulación del objeto de estudio	4
1.3. Justificación	5
1.4. Relevancia	5
1.5. Contribución	5
1.6. Objetivos	6
2. Capítulo II – Marco Referencial	
2.1. Antecedentes	8
2.2. Bases teóricas	12
2.3. Marco conceptual	14
2.4. Contextualización	20
2.5. Supuestos teóricos	21
3. Capítulo III – Marco Metodológico	
3.1. Unidad temática	23
3.2. Metodología	23
3.3. Escenario de estudio	23
3.4. Caracterización de sujetos	24
3.5. Procedimientos metodológicos	24
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección	25
3.7. Mapeamiento	26
3.8. Análisis de datos	33

4. Capítulo IV – Consideraciones Finales	
4.1. Resultados	37
4.2. Discusión	40
4.3. Conclusiones	43
4.4. Recomendaciones	44
Referencias Bibliográficas	45
Anexos	49

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre el análisis de contenido del spot de la campaña "Atracción" de John Holden. Mediante el análisis, se pretende identificar la manera en que la marca John Holden presenta a la mujer en su campaña audiovisual presentada el año 2012. Parte del análisis es determinar el uso de los elementos visuales, sonoros y textuales, además de los recursos creativos, dentro del spot, e identificar cómo se presenta la imagen femenina en la campaña "Atracción". El análisis es descriptivo, esto quiere decir que básicamente se especifica las características y así lograr entender el "fenómeno"; así mismo, el diseño es no experimental, por lo que no se alteran los elementos a analizar.

ABSTRACT

The present research work is about content analysis of the spot of "Attraction" campaign of John Holden. Through the analysis, we are to identify how the brand John Holden presents women in their audiovisual campaign launched in 2012. Part of the analysis is to determine the use of visual, audio and textual elements, in addition to the creative resources within the spot, and determine how the female image is presented in "Attraction" campaign. The analysis is descriptive, this basically means that the characteristics specified understand and achieve the "phenomenon", likewise, the design is not experimental, so to analyze the elements are not altered.