



# **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA IMAGEN FEMENINA EN LA PUBLICIDAD: ANÁLISIS DEL SPOT  
TELEVISIVO DE LA MARCA HUGGIES ACTIVE SEC, MOTIVO- “EL PAÑAL  
EN EL QUE CONFIAMOS LAS MAMÁS DEL PERÚ” EN FEBRERO DEL 2011**

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

**AUTORA**

**PEREZ ROMO MARIA JANICE**

**ASESORES**

**Lic. RODRÍGUEZ ARANDA HERNÁN**

**Lic. CALDERÓN LÁRTIGA CARLOS**

**LIMA - PERÚ**

**2013**

Dedicado a la belleza de la naturaleza humana,  
Reflejada en el ser que me dio la vida...

## AGRADECIMIENTOS

A mis queridos padres; Alicia Romo y Jesús Yallico, por el apoyo incondicional, por las largas charlas que día a día me enseñaron a crecer y me dieron motivos para seguir adelante. Porque de lo contrario seguiría siendo una muchacha que solo vive de sueños inconclusos. Porque en momentos donde todo estaba perdido, ellos supieron alentarme, darme amor, consejos y sobre todo compartir esa enorme sabiduría que solo los años de larga experiencia y vida pudo depositar en ellos y transmitirla a mi hermana y a mí.

A mi verdadero amigo, Freddie Salazar Arista, quien siempre apoyó mis pasos a lo largo de este sueño que abre otro capítulo más en mi vida. Por sus consejos, sus atenciones y las afinidades que comparte conmigo.

A la empresa Bodas Cristianas Perú, que me dio la oportunidad de empezar a descubrir y a poner en práctica los conocimientos que obtuve dentro de las aulas de estudio de la universidad César Vallejo. Sobre todo a Jeaneth Aguilar de Álvarez, quien más que mi jefa se convirtió en mi amiga, mi confidente y sobre todo me mostró un camino a la felicidad; de la mano de Dios.

Al gran hombre que me dio la vida. Gracias por acompañarme y guiar mis pasos desde el cielo.

A la Universidad César Vallejo por acogerme durante cinco años y darme todos los instrumentos para ser una buena profesional con valores y amor por mi carrera. A las personas que me abrieron el camino y son mi motivación. Por esa pasión a la publicidad y el marketing.

A mi profesor y asesor, Carlos Alcántara por su dedicación, paciencia y amistad para con mi persona. Gracias a su experiencia y conocimientos. Supo darme las mejores herramientas para sacar adelante mi tesis.

## PRESENTACIÓN

En la actualidad y a raíz de grandes cambios, tanto económicos como sociales la presentación de la mujer en las campañas de publicidad de esta década nos lleva al análisis y a determinar cómo se ven representadas y como la sociedad logra o no una identificación con ellas.

Por su parte la publicidad valiéndose de grandes estrategias que se relacionan de manera directa con el marketing, estudio de mercado, análisis de él de manera segmentada, lleva a construir mensajes que en muchos casos son altamente efectivos y en otros, por el contrario son desapercibidos por su público.

Entonces, todo esto nos lleva a la pregunta de saber qué lleva a una publicidad o toda una campaña publicitaria al éxito y todos los antecedentes generados por anteriores campañas que van describiendo a un consumidor que cambia constantemente, que no se limita y pide más.

Mediante Estilos de Vida, y el Mensaje publicitario se logra un complemento de preguntas que llevan a la investigación de este caso a saber qué mensaje esconde, realmente una campaña de publicidad.

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar un análisis descriptivo sobre el contenido de la campaña publicitaria de Huggies Active Sec de febrero del 2011. La investigación se enfoca en el rol y la presentación de la imagen femenina en uno de los cuatro Spots Televisivos, donde se toma como referentes a cuatro madres conocidas en el entorno de espectáculos.

Para la realización de la investigación se optó por utilizar dos tipos de herramientas; por un lado, el análisis de contenido mediante fichas de observación y por el otro las entrevistas a profundidad. Ambas herramientas nos arrojaron un producto final, del cual pudimos obtener conclusiones del tratamiento y la figura que representa en la actualidad, la imagen femenina en la publicidad.

## **ABSTRACT**

The present work of investigation aims to do a descriptive analysis of the contents of the publicity campaign of Huggies Active Sec dated February 2011. The investigation is focused in the role and the presentation of the feminine image in one of the four TV spots, where it takes as reference to four well-known mothers in the show business.

To do this investigation it was chosen to use two types of tool. In first place, analysis of the content through observation tables and in second place, depth interviews. Both of the tools gave us a final product, from which we could get to conclusion of the treatment and the figure that the feminine image in the publicity represents nowadays.