



DESARROLLO DE TESIS

**ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LOS PANELES PUBLICITARIOS DE LA
CAMPAÑA SÚMATE, SÓLO +18 DE LA EMPRESA UNIÓN DE CERVECERÍAS
PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON**

PRESENTADO POR

OSORES BAZÁN GUILLERMO MARTÍN

ASESORES

JORGE RODRÍGUEZ

RENZO VERA

ESCUELA

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA:

**ANÁLISIS, PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE DISCURSOS GENERADOS
PARA EMPRESAS DE COMUNICACIÓN, INSTITUCIONES PÚBLICAS O
PRIVADAS Y ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES.**

LIMA – PERÚ

2013

Le dedico este trabajo a mi familia,
por ser el ejemplo permanente y
cotidiano de nunca rendirme ante
nada.

¡Gracias por apoyarme siempre!

Agradecimientos

Esta tesis ha sido posible gracias al apoyo de todas las personas que creyeron en mí y contribuyeron a esta investigación, que soportaron las consultas repetidas y las llamadas alrededor de la medianoche. A todos los profesores que me guiaron en este camino, y a mis seres amados que siempre están cerca.

Agradezco el apoyo de las personas a las que entrevisté para hacer posible este estudio, que me brindaron un poco de su tiempo para conversar sobre mi investigación y brindarme algunas recomendaciones que sin duda alguna me han servido de mucho.

Finalmente, a mis amigos que en todo momento supieron empujarme para avanzar con mis investigaciones, y a todas las personas que me brindaron su apoyo desinteresadamente.

ÍNDICE

CARÁTULA

PÁGINAS PRELIMINARES

Dedicatoria.
Agradecimiento.
Presentación.
Índice.

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Aproximación temática: observaciones, estudios relacionados, preguntas orientadoras.....	1
1.2. Formulación del objeto de estudio.....	4
1.3. Justificación.....	4
1.4. Relevancia.....	5
1.5. Contribución.....	5
1.6. Objetivos.....	6
1.6.1. Objetivo General.....	6
1.6.2. Objetivos Específicos.....	6

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Bases Teóricas.....	6
2.2. Marco Conceptual.....	13
2.3. Contextualización: histórica, política, cultural, social.....	27
2.4. Supuestos teóricos.....	27

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Unidades temáticas.....	28
3.1.1. Definición conceptual.....	28
3.1.2. Categorización.....	29
3.2. Metodología.....	29
3.3.1. Tipo de estudio.....	29
3.3.2. Diseño.....	30
3.3. Escenario de estudio.....	31
3.4. Caracterización de sujetos.....	31
3.5. Procedimientos metodológicos de investigación.....	31
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	32
3.7. Análisis de datos.....	33

CAPÍTULO IV. CONSIDERACIONES FINALES

4.1. Resultados.....	54
4.1.1. Descripción de resultados.....	54
4.2. Discusión.....	56
4.3. Conclusiones.....	57

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS (si corresponde)

Anexo 01: Matriz de consistencia.

Anexo 02: Consentimiento ético libre y esclarecido firmado.

Resumen

El tema que abordará la presente tesis trata sobre el estudio del análisis de contenido y se analizará los paneles publicitarios de la campaña Súmate, solo +18 de la empresa Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston desde el año 2011 hasta la actualidad. De esta manera determinaremos si los análisis hechos a estos paneles publicitarios generan en las personas un síntoma de conciencia y reflexión sobre los resultados que generan la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad.

Se realizó un análisis de contenido a siete paneles publicitarios de la campaña Súmate, solo +18 en donde examinamos los siguientes componentes: la imagen, el mensaje, el diseño, el color y el slogan para comprobar si realmente estos paneles publicitarios son tan eficaces y logran sensibilizar a toda la población sobre la importancia de la venta responsable.

Durante el análisis, finalmente, hemos obtenido que los mensajes que nos brindan estos paneles, pueden llegar a cambiar y transformar la conducta de los individuos, y así, modificar sus esquemas sociales.