

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Escuela de Ciencias de la Comunicación



ANÁLISIS DEL SIGNIFICADO DE LOS ELEMENTOS COMUNICACIONALES DEL SPOT DE COCA COLA “RAZONES PARA CREER” 2011

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Fiorella Lisset Benavente Turriate

ASESOR DISCIPLINARIO:

Karina Díaz Salcedo

LIMA – PERÚ

2013- II

ÍNDICE

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Resumen	IV
Abstrac	V
Introducción	VI

CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Aproximación temática	9
1.2. Formulación del objeto de estudio	11
1.3. Justificación	11
1.4 Relevancia	13
1.5. Contribución	13
1.6. Objetivos	14

1.5.1. Objetivo General

1.5.2. Objetivos Específicos

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Antecedentes	15
2.2 Bases Teóricas	16
2.3. Marco Conceptual	30
2.4 Supuestos Teóricos	45

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Unidades temáticas	47
3.1.1. Definición conceptual	
3.1.2. Categorización	
3.2. Metodología	49
3.3.1. Tipo de estudio	
3.3.2. Diseño	
3.3. Escenario de estudio,	51
3.4. Caracterización de sujetos	51
3.5. Procedimientos metodológicos de investigación.	52
3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	53
3.7 Mapeamiento	55
3.8 Análisis de datos	68

CAPÍTULO IV. CONSIDERACIONES FINALES

4.1. Resultados	71
4.1.1. Descripción de resultados	72
4.1.2 Teorización de unidades temáticas	76

4.2. Discusión	78
4.3. Conclusiones	82
4.4. Recomendaciones	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA	89
ANEXOS	92

*A mi hija,
por ser el motivo para cumplir todos mis sueños.,
Porque traerla al mundo
Significó un cambio positivo en mi vida.*

*Un agradecimiento al profesor José Peñaloza
por tomarse el tiempo de enseñarme los puntos para realizar
un análisis efectivo en esta presente investigación.*

Resumen

La investigación, propone un análisis de los elementos comunicacionales del spot de televisión de Coca Cola "Razones para creer", para determinar sus posibles significados dentro de la estructuración del mensaje publicitario y su intencionalidad. Se utilizó una ficha de análisis, en donde se interpreta los significados de cada elemento comunicacional, dividiendo el spot en 11 situaciones, de acuerdo a diferentes contextos que se perciben a lo largo del spot. Además se realizó entrevistas a expertos en temas de publicidad, para poder lograr una mayor exactitud en los resultados de este presente trabajo con enfoque cualitativo.

Abstract

This research, suggest to analysis communication elements from Coca Cola “Razones para crecer” tv spot and determined their posibles meanings in advertising message and their intention. We used an analytical file, where the meaning from each communication element is going to be explain, the tv spot have been divided in 11 situation according to diferent moments that we can see in the spot. Also some interviews were made to advertising experts to have other opinion and obtain a good result.