



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

**Análisis de los estereotipos en las fotografías publicitarias en vallas:  
Campaña “exitoso de verdad”. Cerveza Cusqueña.Lima.2013**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTORA:

Nandra Lashkmin Niño Preciado

ASESOR:

Doctor

Rafael Saavedra Gonzales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

LIMA – PERÚ

2016-II

**PÁGINA DEL JURADO  
JURADO CALIFICADOR**

**Grado: Magister**

**Nombres y apellidos: César Smith**

---

Firma

**Grado: Doctor**

**Nombres y apellidos: Rafael Saavedra**

---

Firma

**Grado: Magister**

**Nombres y apellidos: Hilario Castillo**

---

Firma

## DEDICATORIA

Esta investigación va dedicada a mis padres **Nandra y José** por haberme apoyado moralmente en todo este camino, por demostrarme que con esfuerzo y disciplina todo puede ser posible, por la motivación de todos los días, a ellos por darme la vida y por hacer de mí la profesional que soy hoy. A mis hermanos **Cedrih y Gean-lú** por permitirme ser el ejemplo que se merecen en este largo camino llamado vida.

*¡Gracias, lo logré!*

## AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que creyeron en mí, familiares y amigos, a los profesores **Javier Argote y César Smith**, por ayudarme en todo este proceso de investigación y guiarme siempre por el camino de nuevos conocimientos. En especial, a **Vanessa Serquen** por creer en mí, por su apoyo incondicional y por el aliento en este largo camino. A **Hellen Córdova** por su compañía en este proceso, por su espíritu alegre que siempre encuentra solución y esperanza a todo; y a mis queridos tíos **Oscar y Evelia**, por el consejo sabio de ser siempre una profesional competente y por todo el cariño para conmigo.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo Nandra Lashkmin Niño Preciado con DNI N° 47499782, 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, 2016

Nandra Lashkmin Niño Preciado

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros de Jurado,

Presento ante ustedes la tesis titulada Análisis de los estereotipos en las fotografías publicitarias en vallas: Campaña “exitosos de verdad”. Cerveza Cusqueña.Lima.2013, la misma que someto a vuestra consideración y espero cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Nandra Lashkmin Niño Preciado

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS.....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
INDICE.....	vii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
2.1. Aproximación temática: observaciones, preguntas orientadoras.....	16
2.2. Formulación del problema de investigación.....	18
2.2.1. Problema general.....	18
2.2.2. Problemas específicos.....	18
2.3. Justificación del estudio.....	19
2.4. Relevancia.....	20
2.5. Contribución.....	20
2.6. Objetivos.....	21
2.6.1. Objetivo general.....	21
2.6.2. Objetivos específicos.....	21
2.7. Supuesto.....	21
2.7.1. Supuesto general.....	21
III. MARCO METODOLÓGICO.....	22
3.1. Metodología.....	22
3.1.1. Tipo de estudio.....	22
3.1.2. Nivel de investigación.....	22

3.1.3. Diseño.....	23
3.2. Escenario de estudio.....	23
3.3. Caracterización de sujetos.....	24
3.4. Plan de análisis o trayectoria metodológica.....	24
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.6. Tratamiento de la información: unidades temáticas, categorización.....	25
IV. RESULTADOS.....	28
4.1. Descripción de los resultado.....	28
V. DISCUSIÓN.....	33
5.1. Aproximación del estudio.....	33
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	37
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
ANEXOS.....	43
ANEXO 1.....	44
ANEXO 2.....	45
ANEXO 3.....	46
ANEXO 4.....	48
ANEXO 5.....	50
ANEXO 6.....	54
ANEXO 7.....	58
ANEXO 8.....	62
ANEXO 9.....	66
ANEXO 10.....	70



## RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar los estereotipos utilizados en las fotografías publicitarias en la campaña “un exitoso de verdad” perteneciente a la cerveza Cusqueña en el año 2013. Para poder realizar la investigación se analizó el contenido, mediante una ficha de observación, la cual fue validada por tres expertos, y se aplicó la prueba de coeficiente de V de Aiken, el resultado obtenido fue de un 91%. Así mismo, luego de aplicar la ficha de observación, los resultados obtenidos fueron analizados e interpretados, concluyendo en que el uso de estereotipos en las fotografías publicitarias de la campaña, segmenta a la sociedad, a través de las características físicas y el rol que emplea tanto el género masculino y femenino para demostrar en este caso el “éxito” a través de personajes, los cuales son vulnerados referentes a la sociedad netamente limeña e incluso llevando a ser publicidad discriminatoria.

## **ABSTRACT**

This research aims to analyze the stereotypes used in advertising photographs in the campaign "a real success" belonging to Cusqueña beer in 2013. In order to carry out the research, the content was analyzed by means of an observation sheet, Which was validated by three experts, and the Aiken V coefficient test was applied, the result obtained was 91%. Also, after applying the observation tab, the results obtained were analyzed and interpreted, concluding that the use of stereotypes in the campaign publicity photographs, segments the society, through the physical characteristics and the role it uses Both the masculine and feminine gender to demonstrate in this case the "success" through personages, which are violated referring to the society purely Lima and even leading to being discriminatory advertising.