



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.

**Análisis del femvertising en el spot publicitario tu cabello, tu
elección de la marca Dove, 2020.**

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

AUTORA:

Bendezu Eguis, Jomira Eliana (0000-0002-1502-9709)

ASESOR:

Mg. Matías Cristóbal, Obed Isaías (0000-0001-6378-0719)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres Jorge y Gloria: que siempre estuvieron apoyándome cuando sentía que ya no podía más, a mis hermanos Jorgito y a Joel, que me brindaron su mano cada que sentía caer, este logro es tanto mío como el de ustedes; a mí prima Esthefany quien es esa hermana que nunca tuve y siempre quise, a todos mis amigos que estuvieron siempre con una sonrisa, una palabra de aliento y un “lo lograrás”;; por último y no menos importante a todos los docentes que conocí a lo largo de mi carrera universitaria.

Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo, a mis docentes.

Un agradecimiento muy especial a mi asesor el Maestro Matías Cristóbal Obed Isaías, por la paciencia y por la pasión que nos transmite a sus estudiantes.

Índice de contenido

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	v
Índice de anexos	vi
Índice de abreviaturas	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2 Categoría, subcategoría y matriz de categorización.....	18
3.3 Escenario de estudio	18
3.4 Participantes	19
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.6 Procedimientos	20
3.7 Rigor científico.....	20
3.8 Método de análisis de información	21
3.9 Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22
V. CONCLUSIONES	31
VI. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS.....	36
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1: Formula V de Aiken	20
Tabla 2: Ficha de observación del spot publicitario	23
Tabla 3: Ficha de interpretación del spot publicitario.....	25

Índice de anexos

Anexo 1: Matriz de operalización apriorística	43
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.....	44
Anexo 3: Cálculo validez V de Aiken.....	45
Anexo 4: Juicio de expertos	46

Índice de abreviaturas

Fem: Feminismo.....	12
UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura	13
CONCYTEC: Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica .	17
V de Aiken: Validación de Aiken	20

Resumen

Considerando la realidad en la que se vive la exposición mediática y a la que el público está sujeto, la publicidad se ve en la necesidad de buscar maneras originales y trascendentales de empatizar con su público objetivo. Es por ello que nace el femvertising y muchas marcas están empezando a usar esta nueva corriente publicitaria como aliado, esta nueva manera de crear piezas publicitarias busca empoderar a las mujeres al mismo tiempo en la que se vende un producto y/o servicio. Este informe de investigación tuvo como finalidad analizar cómo se presenta el femvertising en el spot publicitario, tu cabello, tu elección de la marca Dove, 2020. La metodología utilizada en el informe de investigación corresponde al diseño de investigación cualitativo, de tipo básico. Para la recolección de datos se realizó una ficha de observación que sirvió para realizar la recolección de la información requerida, se trabajó con un spot publicitario de 35 segundos que fue transmitido por señal abierta.

Los resultados llevaron a indicar que esta nueva corriente publicitaria es importante debido a que ayuda a replantear el papel que la sociedad les asigna a las mujeres, a su vez logra ayudar a la construcción y aceptación de una marca.

Palabras clave: Femvertising, Advertising, Fem, Publicidad Femenina, Empoderamiento Femenino.

Abstract

Considering the reality in which the media exposure is lived and to which the public is subject, advertising sees the need to seek original and transcendental ways to empathize with its target audience. That is why femvertising was born and many brands are beginning to use this new advertising trend as an ally, this new way of creating advertising pieces seeks to empower women at the same time in which a product and / or service is sold. The purpose of this research report was to analyze how femvertising is presented in the advertising spot, your hair, your choice of the Dove brand, 2020. The methodology used in the research report corresponds to the qualitative research design, of a basic type. For data collection, an observation sheet was made that served to collect the required information, we worked with a 35-second advertising spot that was transmitted by open signal.

The results led to indicate that this new advertising trend is important because it helps to rethink the role that society assigns to women, in turn it helps to build and accept a brand.

Keywords: Femvertising, Advertising, Fem, Female Advertising, Empowering Female