



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

ANÁLISIS SEMIÓTICO DEL SPOT TELEVISIVO, CASO MAMÁ SABE DE SELECCIÓN, EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER, 2018.

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

AUTORA:

Saucedo Sifuentes, Angie Leonela
0000-0002-4940-3527

ASESOR:

Dr. Medrano Carbajal, Adolfo Manuel
0000-0003-3167-967X

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a mi madre Leonor Sifuentes, a mi padre Luis Saucedo y a mi hija Khalessi Herrera, quienes nunca dejaron de confiar en mí, dándome la confianza para poder salir adelante en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al profesor del curso de investigación, el Dr. Adolfo Manuel Medrano Carbajal, quien fue claro y paciente para orientarme en la realización de la primera parte de este proyecto de tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Índice de contenidos.....	5
Resumen.....	7
Abstract.....	8
I. INTRODUCCIÓN...	9
II. MÉTODO	35
2.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	36
2.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	36
2.1.2 NIVEL INTERPRETATIVO	37
2.1.2.1 INVESIGACIÓN NO EXPERIMENTAL.....	38
2.1.3 TRANSVERSAL.....	38
2.2 ESCENARIO DE ESTUDIO.....	38
2.3 PARTICIPANTES.....	39
2.3.1 CARACTERIZACIÓN DE SUJETOS.....	39
2.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	40
2.4.1 TÉCNICA: ENTREVISTA.....	40
2.4.1.1 FUENTES PRIMARIAS	40
2.4.1.2 FUENTES SECUNDARIAS	40
2.4.2 INSTRUMENTO GUION DE ENTREVISTA.....	41
2.5 PROCEDIMIENTO	42
2.5.1 VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	43
2.5.2 OPERALIZACIÓN DE VARIABLES... ..	44
2.6 RIGOR CIENTÍFICO.....	45
2.6.1 CRITERIOS DE EVALUACION DE INSTRUMENTO	45
2.6.2 VALIDEZ	45
2.7 MÉTODO DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	46
2.7.1 POBLACIÓN.....	46
2.7.2 MUESTREO NO PROBABILISTICO	47
2.7.3 MUESTRA.....	47
2.8 ASPECTOS ÉTICOS	48
2.8.1 OBJETIVIDAD	48
2.8.2 ORIGINALIDAD.....	49

2.8.3	VERACIDAD.....	50
2.8.4	ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS	51
III.	RESULTADOS	52
3.1	ENTREVISTA A ESPECIALISTA.....	53
IV.	DISCUSIONES.....	85
V.	CONCLUSIONES.....	90
VI.	RECOMENDACIONES.....	91
VII.	REFERENCIAS.....	92
VIII.	ANEXOS	100

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar semióticamente el spot televisivo caso mamá sabe de selección en la construcción de la imagen de la mujer, y dar a conocer como es representada la mujer hoy en día en la publicidad. Se analizó el spot que cuenta con una duración de 30 segundos a través de una guía de observación y se entrevistaron a 13 personas, 4 de ellos especialistas en semiótica y publicidad, seguidamente a 9 amas de casa.

La investigación tuvo un enfoque cualitativo, de tipo Aplicada y Diseño interpretativo. Para el estudio se utilizó la teoría del estructuralismo.

El estudio concluyó que el spot presenta símbolos, iconos que muestran a la mujer en una faceta deportiva, siendo ellas las propias protagonistas del spot. Además cuenta con los elementos necesarios para el entendimiento del público.

Palabras Claves: Publicidad; spot; mujer; derechos; semiótica.

ABSTRACT

The objective of this study was to semiotically analyze the television spot, if Mom knows about selection in the construction of the image of women, and to show how women are represented today in advertising. The spot that has a duration of 30 seconds was analyzed through an observation guide and 13 people were interviewed, 4 of them specialists in semiotics and advertising, then 9 housewives.

The research had a qualitative approach, Applied type and Interpretive design. The theory of structuralism will be considered for the study.

The study concluded that the spot features symbols, icons that show women in a sporting aspect, being the protagonists of the spot themselves. It also has the necessary elements for public understanding.

Keywords: Advertising; spot; woman; rights; semiotics.