

**ANÁLISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO Y SU RELACIÓN CON LOS
IMAGINARIOS DE ESTÉTICA – CUERPO: ESQUIRE COLOMBIA**

EDISSON MÚNERA VILLABONA

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Publicidad

Curso De Investigación Publicitaria

Medellín

2014

**ANÁLISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO Y SU RELACIÓN CON LOS
IMAGINARIOS DE ESTÉTICA – CUERPO: ESQUIRE COLOMBIA**

EDISSON MÚNERA VILLABONA

Trabajo de grado para optar al título de

PUBLICICISTA

DIRECTORA

LINA M. ROJAS

Comunicadora Social - Periodista

Aspirante a Magíster en Comunicación Digital U.P.B

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Publicidad

Curso De Investigación Publicitaria

Medellín

2014

AGRADECIMIENTOS

A la editorial Televisa Colombia, a la dirección de la revista Esquire Colombia, Francisco José Escobar S y su equipo de trabajo por sus ojos puestos sobre el proyecto y a la Facultad de Publicidad de la Universidad Pontificia Bolivariana por la incalculable paciencia y acompañamiento en conjunto con la dirección de la comunicadora social y periodista Lina Marcela Rojas Montoya.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	9
2. OBJETIVOS.....	10
3. JUSTIFICACIÓN.....	11
4. MARCO CONCEPTUAL.....	12
4.1 La “Golden Age” de los medios impresos: El fortalecimiento de las casas editoriales y la industria editorial en los años 30	12
4.2 Hearst Publicatios Inc. : Nace la publicación en Norteamérica.....	14
4.3 La Publicación Le Dice Buenos Días A Colombia.....	17
4.4 Estética-cuerpo y Publicidad.....	20
5. METODOLOGÍA	23
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	23
5.2 UNIDADES OBJETO DE ESTUDIO.....	23
5.3 TIPO Y TAMAÑO DE MUESTRA.....	24

5.4 HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN.....	24
5.5 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	25
5.6 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	25
5.7 GUÍA DE ENTREVISTA A EXPERTOS.....	26
5.8 MODELO DE ANÁLISIS DE DISCURSO.....	28
5.9 ACCESIBILIDAD Y LIMITACIONES.....	29
CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	30
6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	31
7. RECOMENDACIONES.....	46
8. CONCLUSIONES.....	47
9. BIBLIOGRAFIA.....	48

