Del Moral Luis, López Alessandro. "Diseño de una campaña publicitaria para la concientización sobre la identidad de género en el municipio Maracaibo del estado Zulia". Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín, Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Comunicación Social. Mención: Publicidad y Relaciones Públicas. Maracaibo 2025.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general diseñar una campaña publicitaria para la concientización sobre la identidad de género en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Para su realización se utilizaron los enfoques teóricos de los autores Stanton, Etzel y Walker (2007), Consuegra (2010), Gálvez (2017), Alonso (2006), Wells, Moriarty y Burnett (2007). El tipo de investigación se tipificó como un proyecto factible, descriptivo, de campo, con un diseño no experimental y descriptivo transeccional. La población estuvo conformada por las expertas en publicidad Yesibeth Ayala y psicología social Rosa Salom y el público objetivo constituido por los habitantes del municipio Maracaibo del estado Zulia, del cual se extrajo una muestra de ciento cincuenta y seis (156) personas. La técnica de recolección de datos utilizada fue la observación por encuesta mediante una entrevista compuesta por veintiocho (28) preguntas abiertas dirigida a la experta en publicidad, una entrevista compuesta por dieciséis (16) preguntas abiertas dirigida a la experta en psicología social y un cuestionario compuesto por doce (12) preguntas, de las cuales siete (7) fueron de selección simple y cinco (5) de selección múltiple para el público objetivo. Los instrumentos fueron validados por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín. Se aplicó el método de confiabilidad para el instrumento del público objetivo, obteniendo así un alto nivel de confiabilidad con el 0,77. Los datos obtenidos fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa, se detectó en los resultados que las personas no tienen suficiente conocimiento sobre el tema, es por ello que se decidió proporcionar información mediante mensajes que impacten al público para que traten a cada persona como un ser en desarrollo y sin presión de género, enfocándose en el equilibrio y reconociendo que los géneros son masculinos y femeninos.

Palabras claves: Campaña Publicitaria, Concientización, Identidad de Género, Público Objetivo, Estrategia.