

tesis
2498



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE
LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera : PUBLICIDAD

Materia : SEMINARIO DE INVESTIGACION

Profesor Juan Bautista González Saborido

USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR
Alumno : A. Fabiana Giménez

Tema : La comunicación en la Walt Disney
Company

Noviembre de 1997



Agradecimientos

Al Profesor González Saborido, por darnos la libertad de expresarnos.

Y el más especial de los afectos, para Pablo San Juan, por su apoyo incondicional y el amor que me brinda día a día. Gracias por estar.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

Introducción (planteo de la hipótesis).....	Pág. 4
Haciendo un poco de historia.....	Pág. 9
Disney a través de las décadas.....	Pág. 16
Disney hoy.....	Pág. 27
El poder del nombre de la marca Disney.....	Pág. 33
Productos de Consumo.....	Pág. 41
Conclusión.....	Pág. 51



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR





USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Introducción

INTRODUCCIÓN



Quién no ha oído alguna vez hablar de Disney, de sus míticos personajes; quién no se ha reído alguna vez o emocionado con un ratón Mickey vestido de etiqueta o una princesa encantada. Todos forman parte de un mundo de fantasía que existe en un mundo real en donde conviven estadísticas, valores, ganancias, técnicas de marketing y comunicación, y sobre todo conviven con la vorágine actual en la que hay que apostar y ser los primeros, en donde la imaginación no encuentra límites.

No siempre la empresa Disney fue exitosa; sino que hubo períodos en donde los fracasos fueron mayores a los logros y en donde aquella magia, alguna vez soñada por su creador Walt Disney, parecía tener rumbo indeclinable hacia la desaparición.

Hoy en día es una compañía en constante expansión, en donde se conjugan parques de diversiones, cadenas de radio y T.V., películas, publicaciones (diarios, libros, videos, etc.), productos de consumo y todo aquello que pueda ser pensado por la mente Disney.

Walt Disney Company ocupa un lugar único en la historia de la cultura popular. De todas las grandes corporaciones dedicadas al entretenimiento, ninguna está tan marcada por la imaginación y personalidad de su fundador. Walter Elías Disney fue capaz de armonizar su