



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Quechua en la publicidad como recurso de fortalecimiento de la identidad nacional: Lineamientos de implementación en el marco normativo publicitario.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

Azabache Peralta, Marco Antonio (orcid.org/0000-0002-5397-9393)

ASESOR:

Dr. Apolaya Sotelo, Jose Pascual (orcid.org/0000-0002-8484-8476)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategias y políticas de comunicación social

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ
2022

DEDICATORIA

In memoriam ... A mi madre, porque gracias a su amor, esfuerzo y dedicación, puedo llegar a este nivel académico y profesional.

A Pauly, por ser esa amiga y hermana que siempre está pendiente de mis cosas.

A mis seres amados, por ser siempre mi motivación constante.

A Ruffo y Paris, por ser mis compañeros en mis días de trabajo y noches de desvelo.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, Dr. José Apolaya, por el aporte, apoyo y constante asesoría para el logro de este objetivo.

A mis maestros Dra. María Cruzado Y Dr. Franklin Cornejo, por su tiempo y asesoría.

A los profesionales, cuya valiosa información y aporte, me permitió desarrollar y profundizar la presente investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|------|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | III |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | IV |
| ÍNDICE DE TABLAS | VI |
| ÍNDICE DE FIGURAS | VII |
| RESUMEN | VIII |
| ABSTRACT | IX |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| III. METODOLOGÍA | 33 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 33 |
| 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización | 36 |
| 3.3. Escenario de estudio | 41 |
| 3.4. Participantes | 44 |
| 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 46 |
| 3.6. Procedimiento | 47 |
| 3.7. Rigor científico | 47 |
| 3.7.1. Criterios de Valoración de los resultados | 47 |
| 3.7.2. Dominio temático | 47 |
| 3.7.3 Experiencia profesional | 48 |
| 3.7.4 Dominio del lenguaje técnico | 48 |

| | |
|---------------------------------------|----|
| 3.7.5. Coherencia de la investigación | 48 |
| 3.8. Método de análisis de datos | 48 |
| 3.9. Aspectos éticos | 48 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 50 |
| V. CONCLUSIONES | 62 |
| VI. RECOMENDACIONES | 65 |
| VII. PROPUESTA | 68 |
| REFERENCIAS | 74 |
| ANEXOS | 82 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | | |
|---------|--|----|
| Tabla 1 | Estado de vitalidad del quechua | 15 |
| Tabla 2 | Modelo de ficha sincrética para sistematización de la información. | 34 |
| Tabla 3 | Resumen de los criterios evaluados en los spots publicitarios emitidos en Perú en el 2021, que incluyeron vocablos quechua en su narrativa publicitaria. | 42 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 1 | Emisión por meses de spots publicitarios con vocablos quechua en su narrativa publicitaria | 43 |
| Figura 2 | Criterios evaluados en los spots televisivos publicitarios emitidos en el 2021 en Perú en señal abierta | 43 |
| Figura 3 | Red N°1: Elementos que caracterizan el spot publicitario que incluye vocablos quechua en su narrativa. | 51 |
| Figura 4 | Diagrama de Sankey, respecto a la valoración de los elementos | 51 |
| Figura 5 | Red N° 2: Importancia de la narrativa publicitaria . | 53 |
| Figura 6 | Diagrama de Sankey | 53 |
| Figura 7 | Red N° 3: Razones que han motivado a las empresas | 54 |
| Figura 8 | Diagrama de sankey | 55 |
| Figura 9 | Red N° 4: Respecto a la importancia de incluir vocablos quechua como recurso de fortalecimiento de la identidad nacional desde el campo de la publicidad televisiva | 56 |
| Figura 10 | Diagrama de Sankey | 56 |
| Figura 11 | Red N° 5: Respecto al análisis de código de ética publicitaria | 57 |
| Figura 12 | Diagrama de Sankey | 58 |
| Figura 13 | Red N° 6: Respecto al diseño de estrategias de implementación del quechua en la publicidad como recurso de fortalecimiento de la identidad nacional | 59 |
| Figura 14 | Diagrama de Sankey | 59 |
| Figura 15 | Red N° 7: Respecto a proponer lineamientos y modificaciones del código de ética publicitaria, que contribuyan con el fortalecimiento de la identidad nacional a través de la inclusión de vocablos quechua en los spots televisivo | 60 |
| Figura 16 | Diagrama de Sankey | 61 |

RESUMEN

Proponer lineamientos de implementación en el marco normativo publicitario fue el objetivo del estudio, que mediante una investigación de tipo básica analizó spots emitidos en Perú durante el 2021, los cuales incluyeron vocablos quechua en su narrativa publicitaria, muchos de ellos lograron la vinculación, recordación y adopción de dichos vocablos en el cotidiano de las personas que desconocían que esta lengua es originaria de los Andes. El método utilizado fue la revisión sistemática de literatura científica, el análisis de contenidos, juicio de expertos, la revisión del código de ética publicitaria y casuística para después implementar lineamientos que fortalezcan el marco normativo, toda vez que el impacto de la publicidad se replicó en otras realidades, logrando resultados alentadores que evitaron la extinción de lenguas originarias. Se concluyó que la publicidad es un recurso de fortalecimiento de la identidad nacional a través de la narrativa publicitaria, la cual, según los expertos, es el elemento de mayor impacto en las audiencias. Esto constituye el soporte para la propuesta del estudio, la misma que busca partir desde los órganos de gobierno, fortalecerse con la empresa privada y la academia, gestionada y administrada desde un enfoque multidisciplinario.

Palabras clave: publicidad, identidad nacional, quechua, marketing social.

ABSTRACT

Proposing implementation guidelines in the advertising regulatory framework was the objective of the study, which through basic type research analyzed spots broadcast in Peru during 2021, which included Quechua words in their advertising narrative, many of them achieved linking, recall and adoption of these words in the daily life of people who were unaware that this language is native to the Andes. The method used was the systematic review of scientific literature, content analysis, expert judgment, review of the code of advertising ethics and casuistry to then implement guidelines that strengthen the regulatory framework, since the impact of advertising was replicated in other realities, achieving encouraging results that prevented the extinction of native languages. It was concluded that advertising is a resource for strengthening national identity through advertising narrative, which, according to experts, is the element with the greatest impact on audiences. This constitutes the support for the proposal of the study, the same one that seeks to start from the governing bodies, strengthen itself with the private company and the academy, managed and administered from a multidisciplinary approach.

Keywords: advertising, national identity, Quechua, social marketing.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, APOLAYA SOTELO JOSE PASCUAL, docente de la ESCUELA DE POSGRADO DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis Completa titulada: "QUECHUA EN LA PUBLICIDAD COMO RECURSO DE FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD NACIONAL: LINEAMIENTOS DE IMPLEMENTACIÓN EN EL MARCO NORMATIVO PUBLICITARIO.", cuyo autor es AZABACHE PERALTA MARCO ANTONIO, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 21 de Julio del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| APOLAYA SOTELO JOSE PASCUAL DNI: 10712595 ORCID 0000-0002-8484-8476 | Firmado digitalmente por: JAPOLAYAS el 30-07- 2022 12:38:03 |

Código documento Trilce: TRI - 0358026