



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

TÍTULO

Características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la Presidencia del Perú, 2016.

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

AUTOR(A):

Lalupú Mantilla, Angie Milagritos

ASESOR(A):

Mg. Karinn Jacquelin Chávez Díaz

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

**TRUJILLO – PERÚ
2016**

JURADO EVALUADOR

Mg. Chávez Díaz, Karinn
Presidenta

Mg. Beltrán Peláes, Giovanna
Secretaria

Mg. Barquero Cornelio Francisco
Vocal

DEDICATORIA

A María y José:

Mis padres, fueron ellos los modelos para poder construir una vida profesional, además de sembrar en mí virtudes y valores que me ayudarán a servir a Dios y a la sociedad.

A Estephani:

Mi hermana del alma, pues a pesar de la distancia siempre me motivó para continuar con mis metas trazadas y cumplir mis sueños a pesar de los golpes y caídas que podría tener en el camino.

A Karen y Diana:

Dos grandes amigas; fueron ellas quienes me confortaron cuando me sentía fatigosa, además de desearme mucha suerte durante el proceso de esta investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Por iluminar mis días y mis noches. Por permitir que durante estos años me haya mantenido con los pies sobre la tierra y culminar con éxito mi carrera universitaria.

A mis padres:

Por sus consejos y apoyo incondicional durante estos cinco años de mi formación académica superior.

A Alfieri:

Mi amigo y asesor, por su dedicación y recomendaciones en el proceso de esta investigación.

A mis amigos:

Por confiar en mí, por sus palabras de aliento y buenos deseos en esta última etapa de mi carrera universitaria.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo Angie Milagritos Lalupú Mantilla, identificada con DNI N° 70895736 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, escuela académico profesional de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es verás y auténtica.

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

Trujillo, julio de 2016

Angie Milagritos Lalupú Mantilla
DNI N° 70895736

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, de a su disposición el informe de investigación titulado “Características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la Presidencia del Perú, 2016.”, conducente a obtener el título profesional de Licenciada (o) en Ciencias de la Comunicación.

La presente investigación de tipo descriptivo simple estuvo orientada a investigar las características discursivas de la propaganda televisiva de los candidatos a la Presidencia del Perú, 2016 desde la perspectiva teórica de Teun Van Dijk entre el mes de diciembre del 2015 y marzo del presente año.

Estoy segura que a pesar del esfuerzo desarrollado en su ejecución, el trabajo no está libre de errores u omisiones involuntarias, propias de mi experiencia en la elaboración de este tipo de estudios.

Finalmente, dejo a su disposición el presente informe para que lo evalúen en la dimensión de un primer trabajo de investigación.

Trujillo, julio de 2016

ÍNDICE

CARÁTULA	i
JURADO EVALUADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	vi
PRESENTACIÓN	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática.....	2
1.2 Trabajos Previos	6
1.3 Teorías relacionadas al tema	10
1.4 Formulación del problema	27
1.5 Justificación del estudio.....	27
1.6 Hipótesis.....	28
1.7. Objetivos	28
II. MÉTODO	30
2.1. Diseño de investigación	31
2.2. Variables y operacionalización.....	31
2.3. Población y muestra.....	34
III. RESULTADOS	37
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
ANEXOS	67

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar las características discursivas de la propaganda política televisiva de los candidatos a la Presidencia del Perú 2016, desde la perspectiva teórica de Teun Van Dijk.

En el proceso de análisis y evaluación de las propagandas o spot's políticos televisivos, se pudo apreciar que los candidatos: Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski y César Acuña no siempre se rigen a la siguiente estructura clásica del discurso: introducción, desarrollo, argumentación y conclusión, esquema que Teun Van Dijk plantea en su teoría. Dado esto, para la recolección de datos se emplearon dos instrumentos: el primero fue una rúbrica de evaluación, que fue la base esencial para darle una valoración puntual a cada uno de los aspectos pertenecientes a las tres dimensiones que plantea el autor en su teoría. El segundo instrumento aplicado fue una guía de análisis que guarda relación con el primer instrumento ya mencionado, además describe los indicadores que incineren a cada uno de los aspectos, que permite analizar y puntualizar el discurso que se emite en cada uno de los spot's televisivos.

Por consiguiente, se obtuvo como resultado que 8 de 15 spot's televisivos se rigen a la mayoría de las normativas que se describen en la teoría, mientras tanto, 6 de ellos presentan diminutas carencias que se aprecian tanto en el uso del lenguaje como en la interacción social. De otro lado, un spot presenta carencias en más de una dimensión y aspectos que se plasman en la teoría.

Finalmente se pudo inferir que el discurso de los tres candidatos no cumple en su totalidad con las dimensiones, aspectos e indicadores que necesita un discurso para así poder manipular la mentalidad de las personas y la toma de decisión de estas.

ABSTRACT

The overall objective of this research is to analyze the discursive features of political televisual advertising of Peru's presidential candidates 2016, from the theoretical perspective of Teun Van Dijk.

In the analysis and evaluation process of advertising or political televisual spots, it was noticed that candidates Keiko Fujimori, Pedro Pablo Kuczynski and César Acuña not always follow the classical structure of the discourse: introduction, development, argument, and conclusion, which is the scheme that Teun Van Dijk raises in his theory. Given this, two instruments were used for collecting data: the first one was an evaluation rubric, which was the essential basis to give a one-off valuation to each aspect relevant belonging to the three dimensions raised by the author in his theory. The second instrument applied was a guide analysis that is related to the first instrument abovementioned, it also describes the indicators incinerating every aspect, which allow to analyze and to point out the discourse broadcast in each of the televisual spots.

Therefore, the result showed that 8 of 15 televisual spot's follow the majority of the regulations described in the theory; meanwhile, 6 of them show little deficiency as much in the use of language as in social interaction. On the other hand, a spot presents deficiencies in more than one dimension and aspects that are reflected in theory.

Finally, it was gathered that the discourses of the three candidates have not follow completely with the dimensions, aspects and indicators that a discourse needs in order to manipulate people's minds and decision-making.