

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Análisis del Discurso Visual en las Mototaxis del distrito de  
Comas en el año 2013.

---

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

**AUTOR:**

GALLO MARÍN, Karen Isabel

**ASESOR:**

TORNERO CRUZATT, Vladimir

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

ANÁLISIS, PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE DISCURSOS GENERADOS POR  
EMPRESAS DE COMUNICACIÓN, INSTITUCIONES PÚBLICAS O PRIVADAS Y  
ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES

LIMA, PERÚ

2013 - II

## **DEDICATORIA**

A Mis padres por la gran confianza que demostraron tener hacia mí y a mis mejores amigos Anthony y Militaz quienes fueron un gran apoyo emocional durante el tiempo de esta investigación.

A Corito por su apoyo incondicional y aliento en los momentos difíciles.

A Pamela S. por encaminar y ayudarme a encontrar el punto de partida de este estudio.

Y a todos los que me apoyaron para escribir y concluir esta tesis.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por guiarme y darme la fortaleza para seguir adelante, a mis padres quienes me han apoyado incondicionalmente y a mi asesor Vladimir por la gran paciencia y brindarme los conocimientos necesarios para el desarrollo de esta investigación.

## ÍNDICE

Carátula

Dedicatoria

Agradecimiento

Introducción

### CAPÍTULO I: OBJETO DE ESTUDIO

1.1.	Aproximación temática .....	10
1.2.	Formulación del objeto de estudio.....	12
1.2.1.	Problema General .....	12
1.2.2.	Problema Específico .....	12
1.3.	Justificación.....	13
1.4.	Relevancia .....	14
1.5.	Contribución .....	15
1.6.	Objetivos .....	16
1.6.1.	Objetivos Generales .....	16
1.6.2.	Objetivos Específicos.....	16

### CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1.	Antecedentes .....	18
2.2.	Bases Teóricas .....	21
2.2.1.	Significado .....	21
2.2.2.	Símbolos .....	23
2.3.	Marco Conceptual .....	26
2.3.1.	Discurso .....	26
2.3.2.	Discurso visual .....	27
2.3.3.	Personajes .....	28
2.3.4.	Imagen .....	28
2.3.5.	Texto .....	30
2.3.6.	Figuras Retóricas .....	31
2.3.7.	Diseño .....	34
2.3.8.	Estética .....	35
2.3.9.	Concepto Kitsh .....	35
2.3.10.	Producto Cultural .....	36
2.4.	Contextualización .....	36
2.5.	Supuestos teóricos .....	38
2.5.1.	Supuesto General .....	38
2.5.2.	Supuestos Específicos .....	38

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Unidades Temáticas .....	40
3.1.1. Definición Conceptual.....	40
3.1.2. Categorización .....	41
3.2. Metodología .....	42
3.2.1. Tipo de estudio .....	42
3.2.2. Diseño .....	42
3.3. Escenario de Estudio .....	43
3.4. Caracterización de sujetos .....	43
3.5. Procedimiento metodológico de investigación .....	48
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	58
3.7. Mapeamiento .....	52
3.8. Análisis de datos .....	59

### **CAPÍTULO IV: CONSIDERACIONES FINALES**

4.1. Resultados .....	67
4.1.1. Descripción de resultados .....	67
4.1.2. Teorización de Unidades Temáticas .....	69
4.2. Discusión .....	70
4.3. Conclusión .....	72
4.4. Recomendaciones .....	75

## INTRODUCCIÓN:

En el primer capítulo la investigación tuvo como objetivo analizar los conceptos básicos y elementos que configuran el discurso visual, para ello se ha visto por conveniente analizar diversas asociaciones de mototaxistas del distrito de Comas, con el objeto de identificar los productos culturales y analizarlos desde la comunicación mediante el discurso.

En el segundo capítulo se describió los antecedentes de la investigación, se planteó las teorías de la Interacción Simbólica se contrastaron las diferentes posturas de sus autores y sus múltiples aplicaciones en la vida del ser humano, como un proceso de manifestaciones a través de la comunicación. También se presentaron los conceptos de los términos que fueron usados posteriormente.

En el tercer capítulo se determinó la parte metodológica, se identificó el tipo y diseño de estudio, se dio a conocer el sujeto de estudio y sus características generales. Se realizó el análisis de datos mediante las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el cuarto capítulo se presentó los resultados, donde se identificó los elementos más representativos y usados por los mototaxistas que posteriormente se desglosó a través del discurso visual a partir de las teorías de comunicación.

Finalmente, se presentó una diversidad de imágenes que colaboraron a ejemplificar la existencia del kitsch en los productos culturales de las mototaxis y solidifican las características visuales basadas en una estética, capturando la esencia y convirtiéndose en un medio de comunicación y expresión para los mototaxistas.

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo general analizar las características del discurso visual presentes en los productos culturales de las mototaxis en el distrito de Comas, en este caso se llamó producto cultural a los objetos decorativos que lleva en su interior como en su exterior este transporte alternativo. Estudiar a lo que nos conlleva cada característica, lo que se puede descubrir mediante ellos y su importancia. También se describieron las características de las imágenes halladas, así como, las significaciones para los mototaxistas. También se determinaron las características del texto presente, como las funciones y niveles al cual pertenece y es usado. Con el objeto de conocer sus patrones visuales preexistentes, la cosmovisión de cada uno de sus integrantes. Y por último se identificó las figuras retóricas predominantes entre los productos culturales presentes en los mototaxistas a través del discurso visual. El conjunto de estos componentes que conforman el discurso, nos da como conclusión que no solo son unos simples objetos que hacen ver de una manera distinta a sus motos y que a la vez iguales a ellos, es algo exterior que nos acerca a su interior de cada uno, sus gustos, sus estilos de vida, su cultura, su forma de ver el mundo y su comunicación con la sociedad.

## ABSTRACT

This research was generally to analyze the characteristics of the visual discourse present in the cultural products of motorcycle taxis in the district of Comas , in this case cultural product called decorative objects worn on the inside as on the outside this alternative transport . Studying this leads us each feature , which can be discovered by them and their importance. The characteristics of the found images is also described , as well as the meanings for mototaxistas . And to determine the characteristics of the present text , the roles and levels which is owned and used . In order to meet their pre-existing visual patterns , as well as the worldview of each of its members. Finally rhetorical figures that predominate among cultural products on the mototaxistas through visual speech was identified. Together these components make up the speech gives us the conclusion that not only are some simple items that make you look differently on their bikes and they both like them , is something external to us about his interior each, their tastes, their lifestyles, their culture , their way of seeing the world and its communication with society.