



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Análisis del discurso publicitario del spot de la campaña "Escolares útiles"
de Mibanco, Lima – 2018

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

AUTORA:

Zapata Paredes, Olga Kathiusca

ASESORA:


Mg. Rubio García, Rocío B.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2018

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) **ZAPATA PAREDES, OLGA KATHIUSCA**, cuyo título es: “**ANÁLISIS DEL DISCURSO PUBLICITARIO DEL SPOT DE LA CAMPAÑA ESCOLARES ÚTILES DE MIBANCO, LIMA - 2018**”, reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **11 (número) ONCE (letras)**.

Lima, 12 de julio de 2018.





Mg. Mario Castillo Hilario
PRESIDENTE



Mg. César Smith Corrales
SECRETARIO



Mg. Javier Argote Moreau
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

A Jehová Dios, por iluminar cada uno de mis días. A mi madre, Doris Paredes, mi más grande motivación y empuje. Para ella, quien con su espíritu alentador, me apoya en cada uno de mis ideales incondicionalmente. A mi padre, Juan Carlos Zapata, por su infinito amor. A la persona que está a mi lado día a día alentándome y apoyándome en todo este proceso, Junior Granda, por creer en mi capacidad y ser mi gran apoyo.

Agradecimiento

A mi asesora, la magíster Rubio García, Rocío B., Por sus pautas desde proyecto de tesis, por su paciencia y orientación en el desarrollo del proyecto. Al ingeniero, Jorge Ubillus, por su disposición y buen trato al realizar mis validaciones.

Declaración de autenticidad

Yo, Olga Kathiusca, Zapata Paredes, identificada con DNI N° 73023431, 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 Académica de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica. Así también, declaro bajo juramento que todo dato e información presentada en este proyecto de investigación es auténtica y veraz. En este sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2018



Olga Kathiusca Zapata Paredes

Presentación

Señores miembros del jurado: en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada "Análisis del discurso publicitario del spot de la campaña "Escolares útiles" de Mibanco, Lima – 2018.", la misma que someto a vuestra consideración y espero cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciado en ciencias de la comunicación.



Olga Kathiusca Zapata Paredes

Índice

Carátula	Pág.
Título	1
Autor	1
Asesor	1
Línea de investigación	1
Páginas preliminares	2
Página del jurado	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Declaración de autenticidad	5
Presentación	6
Índice	7
Resumen	10
Abstract	11
I. Introducción	12
1.1. Aproximación temática	12
1.2. Marco teórico	
1.2.1. Publicidad	16
1.2.2. Discurso publicitario	18
1.2.3. Estructura narrativa de la publicidad	20
1.2.4. Aspectos formales del discurso audiovisual	22
1.2.5. La Argumentación en el discurso Publicitario: Stephen Toulmin	25
1.3. Formulación del problema	28
1.4. Justificación del estudio	29
1.5. Objetivos	30
II. Método	31
2.1. Diseño de investigación	31
2.2. Método de muestreo	31

2.3. Rigor científico	32
2.4. Análisis cualitativo de los datos	33
2.5. Aspectos éticos	34
III. Descripción de resultados	35
IV. Discusión	50
V. Conclusiones	53
VI. Recomendaciones	54
Referencias bibliográficas	55
Anexos	57
Matriz de consistencia	58
Matriz operacional de la variable	59
Ficha de Observación	61
Validación de expertos	62
Reporte de Originalidad del turnitin	65
Recibo digital de entrega del turnitin	66
V° B° de coordinador de investigación	67
Autorización de la publicación de la tesis	68
Autorización de la versión final de la tesis	69

RESUMEN

La presente investigación, se basa en el análisis del discurso publicitario audiovisual del spot que elaboró Mibanco, en el mes de enero del año 2018, se siguió un modelo de análisis narrativo audiovisual y de argumentación del discurso; teniendo como objetivo determinar las características del discurso publicitario. Esta investigación es de tipo cualitativa, puesto que se utilizó la observación, recolección de datos, teoría, imágenes y sonidos que describen y permiten entender las situaciones y problemática. En la investigación cualitativa las muestras no son probabilísticas, por lo tanto, los muestreos son intencionales. El escenario de estudio de esta investigación, es la campaña publicitaria "Escolares útiles", de la empresa Mibanco haciendo uso del spot. En esta investigación, se analizó todo el objeto de estudio que corresponde, el spot publicitario; concluyendo en que la publicidad para ser eficaz, hoy en día, debe generar que su público se identifique y participe de su problema central (mensaje). Al involucrar problemas de tipo social, económico y cultural se logrará mayor conexión con el público. Por ello, Mibanco en su campaña "Escolares útiles", utiliza un narrador, escenarios y personajes que se relacionan con la vida diaria de los consumidores. Mediante la argumentación cuestiona la realidad educativa en el país, generando una pretensión, con el fin de sostenerla para luego ser aceptada y así lograr que consuman el producto (en este caso que adquirir el préstamo) los microempresarios. Por último, la empresa se compromete a colaborar con el financiamiento de cursos escolares.

Palabras claves: publicidad, discurso, narración y argumentación.

Abstract

The present investigation is based on the analysis of the audiovisual advertising discourse of the spot that Mibanco produced, in the month of January of the year 2018, a model of audiovisual narrative analysis and discourse argumentation was followed; having as objective to determine the characteristics of the advertising discourse. This research is of qualitative type, which has the vision of observation, data collection, theory, images and sounds that allow to understand situations and problems. In qualitative research the samples are not probabilistic, therefore, the samples are intentional. The stage of study of this research, the advertising campaign "Schoolchildren useful", of the company Mibanco making use of the place. In this investigation, the whole object of study that corresponds, the advertising spot was analyzed; concluding that the publicity to be effective, nowadays, must generate that its public is identified and participates in its central problem (message). By involving social, economic and cultural problems, greater connection with the public will be achieved. For this reason, Mibanco uses a narrator, scenarios and characters related to the daily life of consumers in its campaign "Useful schoolchildren". Through the argument to question the educational reality in the country, generate a claim, in order to maintain to accept and thus achieve that consume the product (in this case, which acquire the borrower) microentrepreneurs. Finally, the company is committed to collaborate with the teaching centers.

Keywords: advertising, speech, narration and argumentation.