



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

Análisis del discurso publicitario de los anuncios “Tan fuerte como tú” y
“No necesitamos demoledoras” de Cemento APU, Callao. 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTORES:

Moncada Franco, Camila Ximena (ORCID: [0000-0003-4606-3560](https://orcid.org/0000-0003-4606-3560))

Tarazona Ortega, Renzo Renato (ORCID: [0000-0003-2735-9841](https://orcid.org/0000-0003-2735-9841))

ASESOR:

Mg. Argote Moreau, Javier Ernesto (ORCID: [0000-0002-5950-7848](https://orcid.org/0000-0002-5950-7848))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos y Estructuras Comunicacionales

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios. Por iluminar cada uno de nuestros días. A nuestros padres, por su amor infinito, por ser nuestras grandes motivaciones y darnos ánimo para esforzarnos en este proceso todos los días.

Agradecimiento

A nuestro asesor, Argote Moreau Javier Ernesto. Por ayudarnos a realizar nuestra tesis, por orientarnos y tenernos paciencia en este largo camino.

Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	17
3.3. Escenario de estudio	18
3.4. Participantes.....	19
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.6. Procedimiento	20
3.7. Rigor Científico.....	20
3.8. Método de análisis de datos	21
3.9. Aspectos éticos	22
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	22
V. CONCLUSIONES.....	33
VI. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS	37
ANEXOS.....	43

Índice de tablas

Tabla 1. Discurso visual (anuncio 1)	23
Tabla 2. Discurso textual (anuncio 1)	25
Tabla 3. Discurso contextual (anuncio 1)	26
Tabla 4. Discurso visual (anuncio 2)	28
Tabla 5. Discurso textual (anuncio 2)	28
Tabla 6. Discurso contextual (anuncio 2)	29
Tabla 7. Matriz de categorización.....	44
Tabla 8. Matriz de categorización apriorística	49
Tabla 9. Instrumento - Ficha de observación.....	51
Tabla 10. Coeficiente de Aiken – Ficha de Observación	66

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general explicar el discurso publicitario de los anuncios “Tan fuerte como tú” y “No necesitamos demoledoras” de Cemento APU. Este trabajo es de enfoque cualitativo, de tipo aplicada, el diseño es no experimental, es de nivel hermenéutico y el instrumento utilizado fue la ficha de observación. Los resultados con respecto a las 3 dimensiones son las siguientes: el discurso visual se encuentra presente a través del actante principal y secundario en ambos anuncios, el discurso textual se presente a través de dos oraciones también en ambos anuncios y el discurso contextual está basado en un contexto social y económico en los dos anuncios mencionados anteriormente. Se concluyó que el discurso publicitario presentado en el anuncio “Tan fuerte como tú” a diferencia de “No necesitamos demoledoras” de la marca Cemento APU nos trata de decir que la mujer es una pieza clave en la consolidación y desarrollo de una familia, porque el esfuerzo es conjunto, unidos son más fuertes.

Palabras clave: discurso publicitario, visual, textual, contextual.

Abstract

The general objective of this research is to explain the advertising discourse of the ads "As strong as you" and "We don't need demolition machines" by Cemento APU. This work is of a qualitative approach, of an applied type, the design is non-experimental, it is of a hermeneutical level and the instrument used was the observation sheet. The results with respect to the 3 dimensions are as follows: visual discourse is present through the main and secondary actant in both advertisements, textual discourse is presented through two sentences also in both advertisements, and contextual discourse is based on a social and economic context in the two ads mentioned above. It was concluded that the advertising speech presented in the advertisement "As strong as you", unlike "We do not need demolition machines" of the Cemento APU brand, tries to tell us that women are a key element in the consolidation and development of a family, because the effort is joint, united they are stronger.

Keywords: advertising speech, visual, textual, contextual.