



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

Perspectivas de mujeres afroperuanas sobre representaciones racistas en dos spots de
“Negrita”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Publicidad

AUTOR(ES)

Benavides Coquinche, Shirley Sillenie (<https://orcid.org/0000-0002-0195-7467>)

ASESOR

Cabel Garcia, Andrea Elvira (<https://orcid.org/0000-0002-7419-8609>)

Lima, [26 de Agosto de 2022]

DEDICATORIA

A mi familia, por su apoyo y amor incondicional.

A Arturo, por motivarme constantemente.

A Bobby, por ser mi compañero de amanecidas.

Shirley Benavides

AGRADECIMIENTOS

A las actividades afroperuanas que nos brindaron su tiempo, conocimientos y experiencia.

RESUMEN

El Perú es considerado un país multicultural; sin embargo, el racismo y la discriminación racial se han normalizado a través de los medios de comunicación y de la publicidad. Este artículo identifica y analiza las representaciones sociales, laborales y sexuales en dos spots publicitarios de la marca de chicha morada “Negrita” a partir del análisis del uso del lenguaje de once líderes afroperuanas que colaboraron en este estudio. Los spots, titulados “Pica, pica” (2010) y “Degustación sabe lo que te gusta” (2011) fueron difundidos sobre todo por televisión nacional y actualmente pueden ser encontrados en plataformas de libre acceso como Youtube y Vimeo. Este estudio, enmarcado en la indagación de la raciolingüística conc que normalizan la discriminación. En segundo lugar, este artículo concluye que las representaciones de las mujeres afroperuanas en estos spots perpetúan los estereotipos clásicos en los que ellas son entendidas únicamente en un espacio doméstico y subordinadas a los deseos de otros. Finalmente, este artículo busca aportar a la lucha contra el racismo y a su normalización traslapada.

Palabras clave: Racismo, raciolingüística, publicidad, estereotipos, afrodescendientes

ABSTRACT

Peru is considered a multicultural country; however, historically, racism and racial discrimination have been historically replicated through the media and advertising. This article identifies and analyzes the social, labor and sexual representations in two advertising spots for the chicha morada brand "Negrita" based on an analysis of the discourse of the protagonists of the spots and on the analysis of the language of eleven Afro-Peruvian women activists who collaborated in this study. The spots, titled "Pica, pica" (2010) and "Degustación sabe lo que te gusta" (2011) were aired mainly on national television and can currently be found on free access platforms such as Youtube and Vimeo. This study, framed in the inquiry of raciolinguistics, concludes, firstly, that advertising also functions as a mechanism of racialization of discourses that normalize discrimination. Secondly, this article concludes that the representations of Afro-Peruvian women in these spots perpetuate classic stereotypes in which they are understood only in a domestic space and subordinated to the desires of others. Finally, this article intends to contribute to the fight against racism and to the fight against the overlapping normalization of the symbolic violence it implies.

Key words: Racism, raciolinguistics, advertising, stereotypes, african descents