

Plantilla de Análisis

1. Introducción

La plantilla de análisis que se expone a continuación fue diseñada a partir de las aportaciones de distintos autores en el campo del análisis semiótico-narrativo y discursivo. Su objetivo consistió en identificar los elementos que dotaban de significado a las campañas publicitarias dentro de cuatro grandes apartados: Contextual, Axiológico, Semiótico Narrativo y Discursivo.

Partiendo de la base metodológica utilizada previamente por un grupo de investigadores de la Universidad Pompeu Fabra¹, fueron incorporados diversos elementos teóricos que permitieron la adaptación de la plantilla original a la muestra de estudio delimitada para la presente investigación.

Además de cubrir el análisis metodológico de las estructuras narrativas de los textos estudiados, se incluyeron conceptos que permitieran comprender los procesos de construcción de significado y la orientación simbólica presente en las campañas publicitarias desarrolladas en el contexto digital, concentradas específicamente en la aproximación emocional mediante plataformas de Redes Sociales y proyección viral.

La metodología propuesta fue organizada para obtener información sistemática y exhaustiva de cada proyecto publicitario, considerado como una unidad narrativa independiente. Los datos arrojados por las

¹ Ruiz Collantes, X.; Ferrés, J.; Obradors, M.; Pujadas, E.; Pérez, O. (2006). La imagen pública de la inmigración en las series de televisión españolas. Política y Cultura, otoño, número 026. Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco. Pp. 93-108. D.F., México.

diferentes campañas fueron cotejados entre sí, buscando coincidencias que devinieran en resultados sobre el contenido que caracteriza a los nuevos modelos de producción publicitaria.

2. Reactivos

2.1 Contexto

1. Nombre de la Campaña:
2. Marca o Empresa a quien pertenece la publicidad:
3. Rubro o Sección comercial a la que pertenece el producto/servicio publicitado:
4. Agencia publicitaria a cargo de desarrollar el concepto estratégico de la campaña:
5. Fecha de la campaña:
6. Descripción de la campaña:
7. Objetivos de Campaña:
8. Resultados reportados:
9. Concepto o planteamiento estratégico que constituye la comunicación:
10. Contexto:
11. Medios Masivos de Comunicación:

2.2 Nivel Axiológico

1. Sistema

a. Categorías de clasificación que definen el texto:

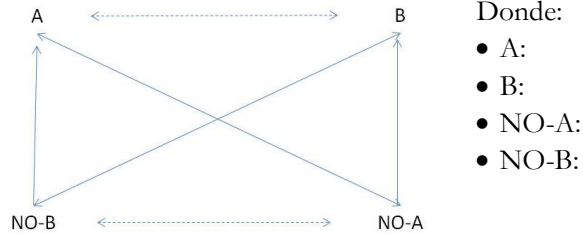
I. Concepto Base:

1. Tipología / Valorización.
2. Definición.

II. Concepto Opuesto.

1. Tipología / Valoración.
2. Definición.

b. Cuadrado Semiótico.



2.3 Nivel Semiótico Narrativo

A) HISTORIA (Mensaje relativo al concepto de valor manejado en la campaña)

1. Programas Narrativos (PN)

2. Tipología:

a. PN Base.

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

Esquema Semántico:

b. Anti-PN.

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

Esquema Semántico:

3. Estructuras Sintácticas de Narración.

a. Pruebas.

I. Contrato.

1. No ()

2. Sí ()

I. Implícito ()

II. Explícito ()

- 3. Tipología:
 - I. Actorial ()
 - II. Sincrético ()
- 4. Esquema Semántico:
- 5. Describir:

II. Cualificante (Competencia).

- 1. No ()
- 2. Sí. ()
 - I. Implícito ()
 - II. Explícito ()
- 3. Tipología:
 - I. Actorial ()
 - II. Sincrético ()
- 4. Esquema Semántico:
- 5. Describir:

III. Decisiva (Performance).

- 1. No ()
- 2. Sí. ()
 - I. Implícito ()
 - II. Explícito ()
- 3. Tipología:
 - I. Actorial ()
 - II. Sincrético ()
- 4. Esquema Semántico:
- 5. Describir:

IV. Glorificante (Sanción).

- 1. No ()
- 2. Sí. ()
 - I. Implícito ()
 - II. Explícito ()
- 3. Tipología:
 - I. Actorial ()
 - II. Sincrético ()
- 4. Esquema Semántico:
- 5. Describir:

b. Matriz Actores – Roles Actanciales

		Programa Narrativo				
		PN Base	PN Contrato	PN Competencia	PN Performance	PN Sanción
Rol Actancial	Sujeto					
	Objeto					
	Destinador					
	Destinatario					
	Ayudante					
	Oponente					

c. Marcos Narrativos.

SUJETO

I. ACCIONES / TRANSFORMACIONES DEL SUJETO DE ACCIÓN

1. Destinada a:

- I. Hacer ganar un objeto ()
- II. Hacer perder un objeto ()
- III. Mantener una posesión de objeto ()
- IV. Mantener una falta de objeto ()

2. Tipo de acción:

- I. Material-somática ()
Especificar
- II. Cognitiva ()
Especificar
- III. Comunicativa ()
Especificar
- IV. Institucional ()
Especificar

OBJETO

I. TIPOLOGÍA

- 1. De valor ()
 - I. Vivencial () / Existencial ()
Especificar
 - II. Social () / Económico ()
Especificar

III. Ético () / Político ()

Especificar

IV. Pasional ()

Especificar

V. Cognitivo ()

Especificar

2. Modal ()

I. Competencias para actuar y conseguir objetivos ()

1. Querer ()

2. Tener que ()

3. Saber ()

4. Poder ()

3. Individuos o colectivos humanos ()

Especificar

DESTINADOR

I. MANIPULACIÓN

1. Tipología contractual

I. Promesa ()

Especificar

II. Amenaza ()

Especificar

III. Seducción ()

Especificar

IV. Provocación ()

Especificar

2. Efecto de la manipulación contractual

I. Hacer querer (provocar deseos) ()

Especificar

II. Hacer que (provocar obligaciones) ()

Especificar

SUJETO DE ESTADO - DESTINATARIO
(BENEFICIADO / PERJUDICADO)

I. SANCIÓN

1. Tipología de la sanción:

I. Reconocimiento

1. Positivo ()

Especificar

2. Negativo ()

Especificar

II. Retribución

1. Premio ()

Especificar

2. Castigo ()

Especificar

AYUDANTE

I. BENEFICIOS DE LA ACCIÓN DE LA
AYUDA

1. Vivencial () / existencial ()

Especificar

2. Social () / Económico ()

Especificar

3. Ético () / Político ()

Especificar

4. Pasional ()

Especificar

5. Cognitivo ()

Especificar

6. Competencias para actuar y conseguir
objetivos

I. Querer ()

II. Tener que ()

III. Saber ()

IV. Poder ()

II. ACCIÓN DE LA AYUDA

1. Destinada a:

- I. Hacer ganar un objeto ()
- II. Hacer perder un objeto ()
- III. Mantener una posesión de objeto ()
- IV. Mantener una falta de objeto ()

2. Tipo de acción:

- I. Material-somática ()
Especificar
- II. Cognitiva ()
Especificar
- III. Comunicativa ()
Especificar
- IV. Institucional ()
Especificar
- V. Pasional-emocional ()
Especificar

OPONENTE

I. PERJUICIOS DE LA ACCIÓN DE OPOSICIÓN

- 1. Vivencial () / Existencial ()
Especificar
- 2. Social () / Económico ()
Especificar
- 3. Ético () / Político ()
Especificar
- 4. Pasional ()
Especificar
- 5. Cognitivo ()
Especificar
- 6. Competencias para actuar y conseguir objetivos
 - I. Querer ()
 - II. Tener que ()
 - III. Saber ()
 - IV. Poder ()

II. ACCIÓN DE OPOSICIÓN

1. Destinada a:

- I. Hacer ganar un objeto ()
- II. Hacer perder un objeto ()
- III. Mantener una posesión de objeto ()
- IV. Mantener una falta de objeto ()

2. Tipo de acción:

- I. Material-somática ()
Especificar
- II. Cognitiva ()
Especificar
- III. Comunicativa ()
Especificar
- IV. Institucional ()
Especificar
- V. Pasional-emocional ()
Especificar

ANTISUJETO

I. ACCIONES / TRANSFORMACIONES DEL ANTISUJETO

1. Destinada a:

- I. Hacer ganar un objeto ()
- II. Hacer perder un objeto ()
- III. Mantener una posesión de objeto ()
- IV. Mantener una falta de objeto ()

2. Tipo de acción:

- I. Material-somática ()
Especificar
- II. Cognitiva ()
Especificar
- III. Comunicativa ()
Especificar
- IV. Institucional ()
Especificar

V. Pasional-emocional ()

Especificar

d. Estados Finales.

I. Relación Sujeto Estado / Objeto de Valor

	Programa Narrativo									
	PN Base		PN Contrato		PN Competencia		PN Performance		PN Sanción 1	
Sujeto	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción
Objeto	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

II. Acción del sujeto de acción

	Programa Narrativo									
	PN Base		PN Contrato		PN Competencia		PN Performance		PN Sanción 1	
Sujeto	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso
Acción	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

4. Recorridos Narrativos

a. Duplicaciones o triplicaciones de pruebas.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

b. Desdoblamiento.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

c. Cascadas.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

d. Correlaciones.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

B) CAMPAÑA (Cómo se construye la historia de valor)

1. Programas Narrativos (PN)

2. Tipología:

a. PN Base.

I. Actorial ()

II. Síncrético ()

Esquema Semántico:

b. Anti-PN.

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

Esquema Semántico:

3. Estructuras Sintácticas de Narración.

a. Pruebas.

I. Contrato.

1. No ()

2. Sí. ()

I. Implícito ()

II. Explícito ()

3. Tipología:

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

4. Esquema Semántico:

5. Describir:

II. Cualificante (Competencia).

1. No ()

2. Sí. ()

I. Implícito ()

II. Explícito ()

3. Tipología:

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

4. Esquema Semántico:

5. Describir:

III. Decisiva (Performance).

1. No ()

2. Sí. ()

I. Implícito ()

II. Explícito ()

3. Tipología:

I. Actorial ()

II. Sincrético ()

4. Esquema Semántico:

5. Describir:

IV. Glorificante (Sanción).

1. No ()
2. Sí ()
 - I. Implícito ()
 - II. Explícito ()
3. Tipología:
 - I. Actorial ()
 - II. Sincrético ()
4. Esquema Semántico:
5. Describir:

b. Matriz Actores – Roles Actanciales

		Programa Narrativo				
		PN Base	PN Contrato	PN Competencia	PN Performance	PN Sanción
Rol Actancial	Sujeto					
	Objeto					
	Destinador					
	Destinatario					
	Ayudante					
	Oponente					

c. Marcos Narrativos.

SUJETO

I. ACCIONES / TRANSFORMACIONES DEL SUJETO DE ACCIÓN

1. Destinada a:
 - I. Hacer ganar un objeto ()
 - II. Hacer perder un objeto ()
 - III. Mantener una posesión de objeto ()
 - IV. Mantener una falta de objeto ()
2. Tipo de acción:
 - I. Material-somática ()

Especificar
 - II. Cognitiva ()

Especificar
 - III. Comunicativa ()

Especificar

IV. Institucional ()
Especificar

OBJETO

I. TIPOLOGÍA

1. De valor ()

I. Vivencial () / Existencial ()
Especificar

II. Social () / Económico ()
Especificar

III. Ético () / Político ()
Especificar

IV. Pasional ()
Especificar

V. Cognitivo ()
Especificar

2. Modal ()

I. Competencias para actuar y conseguir
objetivos ()

1. Querer ()

2. Tener que ()

3. Saber ()

4. Poder ()

3. Individuos o colectivos humanos ()
Especificar

DESTINADOR

I. MANIPULACIÓN

1. Tipología contractual

I. Promesa ()

Especificar

II. Amenaza ()

Especificar

III. Seducción ()

Especificar

IV. Provocación ()
Especificar

2. Efecto de la manipulación contractual

I. Hacer querer (provocar deseos) ()
Especificar

II. Hacer que (provocar obligaciones) ()
Especificar

SUJETO DE ESTADO - DESTINATARIO
(BENEFICIADO / PERJUDICADO)

I. SANCIÓN

1. Tipología de la sanción:

I. Reconocimiento

1. Positivo ()
Especificar

2. Negativo ()
Especificar

II. Retribución

1. Premio ()
Especificar

2. Castigo ()
Especificar

AYUDANTE

I. BENEFICIOS DE LA ACCIÓN DE LA
AYUDA

1. Vivencial () / existencial ()
Especificar

2. Social () / Económico ()
Especificar

3. Ético () / Político ()
Especificar

- 4. Pasional ()
Especificar
- 5. Cognitivo ()
Especificar
- 6. Competencias para actuar y conseguir objetivos
 - I. Querer ()
 - II. Tener que ()
 - III. Saber ()
 - IV. Poder ()

II. ACCIÓN DE LA AYUDA

- 1. Destinada a:
 - I. Hacer ganar un objeto ()
 - II. Hacer perder un objeto ()
 - III. Mantener una posesión de objeto ()
 - IV. Mantener una falta de objeto ()
- 2. Tipo de acción:
 - I. Material-somática ()
Especificar
 - II. Cognitiva ()
Especificar
 - III. Comunicativa ()
Especificar
 - IV. Institucional ()
Especificar
 - V. Pasional-emocional ()
Especificar

OPONENTE

I. PERJUICIOS DE LA ACCIÓN DE OPOSICIÓN

- 1. Vivencial () / Existencial ()
Especificar
- 2. Social () / Económico ()
Especificar

- 3. Ético () / Político ()
Especificar
- 4. Pasional ()
Especificar
- 5. Cognitivo ()
Especificar
- 6. Competencias para actuar y conseguir
objetivos
 - I. Querer ()
 - II. Tener que ()
 - III. Saber ()
 - IV. Poder ()

II. ACCIÓN DE OPOSICIÓN

- 1. Destinada a:
 - I. Hacer ganar un objeto ()
 - II. Hacer perder un objeto ()
 - III. Mantener una posesión de objeto ()
 - IV. Mantener una falta de objeto ()

- 2. Tipo de acción:
 - I. Material-somática ()
Especificar
 - II. Cognitiva ()
Especificar
 - III. Comunicativa ()
Especificar
 - IV. Institucional ()
Especificar
 - V. Pasional-emocional ()
Especificar

ANTISUJETO

I. ACCIONES / TRANSFORMACIONES DEL ANTISUJETO

- 1. Destinada a:
 - I. Hacer ganar un objeto ()

- II. Hacer perder un objeto ()
- III. Mantener una posesión de objeto ()
- IV. Mantener una falta de objeto ()

2. Tipo de acción:

- I. Material-somática ()
 - Especificar
- II. Cognitiva ()
 - Especificar
- III. Comunicativa ()
 - Especificar
- IV. Institucional ()
 - Especificar
- V. Pasional-emocional ()
 - Especificar

d. Estados Finales.

I. Relación Sujeto Estado / Objeto de Valor

	Programa Narrativo									
	PN Base		PN Contrato		PN Competencia		PN Performance		PN Sanción 1	
Sujeto	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción	Conjunción	Disyunción
Objeto	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

II. Acción del sujeto de acción

	Programa Narrativo									
	PN Base		PN Contrato		PN Competencia		PN Performance		PN Sanción 1	
Sujeto	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso	Éxito	Fracaso
Acción	()	()	()	()	()	()	()	()	()	()

4. Recorridos Narrativos

a. Duplicaciones o triplicaciones de pruebas.

- I. Sí ()
 - Definir.
- II. No ()

b. Desdoblamiento.

- I. Sí ()
 - Definir.
- II. No ()

c. Cascadas.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

d. Correlaciones.

I. Sí ()

Definir.

II. No ()

2.4 Nivel Discursivo

1. Estructuras Discursivas.

a. Valores.

I. Valores de Uso.

Sí ()

Especificar

No ()

Especificar

II. Valores de Base.

Sí ()

Especificar

No ()

Especificar

b. Contrariedad.

Sí ()

Especificar

No ()

c. Espacio.

I. Referencial.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

II. Retórico-simbólico.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

III. Poético.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

IV. Hermenéutico.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

d. Tiempo.

I. Referencial.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

II. Retórico-simbólico.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

III. Poético.

1. Sí ()

2. No ()

Especificar.

IV. Hermenéutico.

1. Sí ()
2. No ()

Especificar.

e. Actoralización.

I. Roles.

1. Recorrido Narrativo A (Historia)

		Rol Actancial					
		Sujeto	Objeto	Destinador	Destinatario	Ayudante	Oponente
Actores	A						
	B						
	C						
	D						
	E						
	F						
	G						
	H						
	I						

2. Recorrido Narrativo B (Campaña)

		Rol Actancial					
		Sujeto	Objeto	Destinador	Destinatario	Ayudante	Oponente
Actores	A						
	B						
	C						
	D						
	E						
	F						
	G						
	H						
	I						

2. Régimen publicitario.

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| DENOTACIÓN () | CONNOTACIÓN () |
| a. Información () | Significación () |
| b. Representación () | Emoción () |
| c. Analítica () | Sintética () |
| d. Objeto () | Signo () |
| e. Producto () | Valor () |
| f. Conocimiento () | Connivencia () |
| g. Instrucción () | Empatía () |
| h. Nombre () | Carácter () |
| i. Práctica () | Mítica () |
| j. Mímesis () | Poesis () |

3. Signos.

a. Elementos Visuales.

b. Elementos Auditivos.

c. Otros (elementos que entran en contacto con la experiencia del consumidor)

4. Intertextualidad.

a. Sí ()

Especificar.

b. No ()

5. Hipertextualidad.

a. Sí ()

Especificar.

b. No ()