

# Anexo: aportaciones metodológicas

## Parrillas de análisis:

### Estructuras narrativas

### Estructuras enunciativas

F. Xavier Ruiz Collantes | [xavier.ruiz@upf.edu](mailto:xavier.ruiz@upf.edu)  
UNIVERSITAT POMPEU FABRA (GRUPO UNICA)

---

## 1. Introducción

El presente estudio tiene como objetivo el análisis de la imagen del Estado y de los ciudadanos construida en la publicidad institucional del Estado transmitida a través del medio televisivo en España de octubre de 2005 a octubre de 2006.

Abordar metodológicamente este objetivo supone solventar la contradicción que se produce entre dos hechos relevantes: por un lado la magnitud de la muestra, se trata de analizar un corpus constituido por un total de 241 spots; por otro lado la intención de llegar a resultados que tengan en cuenta unidades de análisis complejas de carácter narrativo y enunciativo y no sólo simples unidades léxico-icónico-conceptuales o temáticas.

El análisis de los spots de publicidad institucional se ha realizado tomando en consideración la pertinencia de sus estructuras narrativas y teniendo en cuenta dos niveles fundamentales de la configuración del contenido de dichos

espots: el nivel del enunciado y el nivel de la enunciación. En el nivel del enunciado se han analizado las estructuras de las historias que, explícita o implícitamente, se narran, los personajes que en ellas aparecen, sus relaciones, sus roles narrativos, los estados iniciales y finales y las transformaciones que entre esos dos estados se operan, etc. En el nivel de la enunciación se han analizado las figuras de los personajes que, de una u otra forma, se ponen en relación comunicativa a través del hecho del relato, éstos personajes son sujetos textuales representados a través de los registros lingüísticos y visual-figurativos de los espots y, en este caso, se han tomado en consideración sus identidades, sus características, sus relaciones, los tipos de actos ilocutivos que realizan y a través de los cuales se relacionan, etc.

Para el estudio del nivel del enunciado de los espots, de la historia que, explícita o implícitamente, dichos espots narran, se ha partido de categorías teóricas y metodológicas propias de la Semiótica Narrativa de origen greimesiano. La razón para utilizar la Semiótica Narrativa viene definida por el criterio de que el estudio de la imagen de un tipo de personajes, en textos de los cuales se analiza su nivel narrativo, sólo se puede acometer, verdaderamente, teniendo en cuenta el rol de dichos tipos de personajes dentro de las estructuras narrativas que en los textos se configuran.

Para el estudio del nivel de la enunciación de los espots, nivel en el que se sitúan sujetos representados por el texto y que establecen algún tipo de relación comunicativa, se ha partido también de categorías teóricas y metodológicas de la Semiótica Narrativa y, además, de la Teoría de la Enunciación y de la Pragmática Lingüística en su referencia a la teoría de los actos de habla. En todo caso, para el estudio del nivel enunciativo de los espots se ha considerado la construcción de los personajes de la enunciación tanto en el registro lingüístico como en el audiovisual.

En función del estudio de los dos niveles de configuración textual de los espots de publicidad institucional que se han señalado, han sido diseñadas dos parrillas de análisis, una para abordar los contenidos propios de los

componentes del enunciado y otra para tratar los contenidos propios de los componentes de la enunciación. Estas parrillas de análisis se presentan al final de este apartado, en primer lugar para mostrar las herramientas metodológicas con las que se ha trabajado y, en segundo lugar, para aportar documentos que puedan servir para futuras investigaciones.

En general pueden encontrarse dos tipos de análisis del contenido de los textos: análisis intensivos-cualitativos y análisis extensivos-cuantitativos.

Los análisis intensivos se centran en corpus reducidos –spots publicitarios, poemas, pinturas, etc- o algo más amplios -novelas, films, etc-. Los análisis intensivos son los habituales dentro de la Semiótica Narrativa y la Teoría de la Enunciación y, en este marco teórico, suponen un estudio exhaustivo de todos los niveles del recorrido generativo del texto analizado, de los niveles más superficiales a los niveles más profundos, de lo discursivo a lo axiológico, del enunciado a la enunciación. Se recorren todos los niveles, o la mayor parte de ellos, para explorar los valores y significados subyacentes. Se trata de análisis de características puramente cualitativas y en donde la impronta interpretativa del analista adquiere en cada momento una importancia relevante.

Los análisis extensivos se centran en corpus de gran magnitud, en conjuntos de numerosos textos que bajo algún criterio forman un objeto de estudio coherente. Este sería el caso de la investigación que aquí se trata. En estos casos se tiende a los métodos de carácter cuantitativo tal como se realizan desde técnicas de análisis de contenido centrados en el recuento de unidades léxicas o métodos como , por ejemplo, los provenientes de la *Agenda Setting* que toman en cuenta las unidades temáticas. Los análisis extensivos basan generalmente la cuantificación en técnicas que pretenden, en lo posible, ser susceptibles de ser replicadas por diferentes analistas y que, por lo tanto, no están sujetas de manera relevante a la interpretación de cada uno de ellos.

El objetivo del diseño metodológico utilizado en el presente estudio ha sido el de articular un análisis extensivo, con un componente cuantitativo en su desarrollo, con metodologías analíticas de origen y tradición eminentemente cualitativo.

La estrategia metodológica del estudio ha consistido en identificar, en los textos audiovisuales analizados, aquellos niveles de su configuración más pertinentes para aportar conocimientos adecuados y relevantes en relación a los objetivos propuestos. De esta manera para cada una de los spots analizados no se han estudiado todos los niveles textuales sino un número reducido de ellos, siendo estos niveles textuales siempre los mismos y con un mismo conjunto de items a considerar, todo ello para asegurar la homogeneidad del proceso y de los resultados.

En el estudio del nivel del enunciado de los spots, aquel que refiere a las historias que se relatan, en función de los objetivos planteados, se ha centrado el análisis en componentes específicos de dos niveles textuales: el nivel semionarrativo y el nivel discursivo.

En el nivel semionarrativo se ha analizado, para cada trama, la distribución de posiciones actanciales de los diferentes personajes. En el registro analítico de cada uno de los spots estudiados, los ciudadanos y los organismos del Estado ocupan una o varias posiciones dentro de la estructura actancial mientras que el resto de posiciones pueden estar ocupadas por otros tipos de actores. De esta manera, el registro de las estructuras actanciales del total de los spots permite finalmente estudiar cuáles son los roles actanciales más recurrentes de los ciudadanos y los organismos del Estado, cómo se relacionan y con qué otros tipos de actores interactúan dentro de los esquemas narrativos en los que se integran.

Dentro del nivel discursivo, para el registro analítico de cada spot, se han tomado en consideración los diversos actores que participan, sus características físicas, sociales, caracteriales y pasionales, los espacios y

tiempos físicos, sociales e institucionales de actuación e interacción y los tipos de acciones e interacciones que realizan. Así, en el registro final del análisis de la totalidad de los spots pueden observarse resultados sobre las características más recurrentes para cada uno de los tipos de actores, los espacios-tiempos más habituales en los que aparecen actuando, los tipos más reiterativos de acciones que realizan y las pasiones y creencias que más habitualmente les mueven a actuar.

La configuración de la parrilla de análisis utilizada en el presente estudio se ha diseñado tomando la estructura actancial como eje fundamental de organización de los datos registrados, de tal manera que los componentes del nivel discursivo se organizan sobre la base de dicha estructura actancial. Este diseño de la parrilla permite preservar la estructura narrativa de los datos recogidos.

Las estructuras del registro de los datos y de los resultados que de su explotación directa se derivan, definen esquemas narrativos con un alto nivel de abstracción, esquemas en los que se han eliminado los detalles propios de los niveles más superficiales de los textos audiovisuales analizados. De esta manera, se pueden acabar visualizando, de forma clara, los componentes recurrentes de los niveles más profundos de las narraciones, componentes que permiten ofrecer una respuesta relevante a la cuestión que sirve como planteamiento inicial de la investigación: cuál es la imagen que se ofrece de los ciudadanos y de los organismos e instituciones del Estado en la publicidad institucional del Estado.

Sin embargo, la explotación de los registros analíticos de las tramas estudiadas no pueden dar sólo como resultado una simple cuantificación de las posiciones actanciales de los diversos tipos de actores o de las características específicas de éstos. Por el contrario, manteniendo el principio de la pertinencia de lo narrativo, los resultados deben también dar cuenta de estructuras narrativas prototípicas.

Definimos aquí una narración prototípica como un esquema o *frame* narrativo constituido a partir de las características comunes de un conjunto de narraciones que, bajo ciertos criterios y en niveles específicos de su configuración, aparecen como semejantes y conforman un conjunto homogéneo.

Para la configuración de una narración prototípica se toma, como material de partida, un conjunto de estructuras narrativas que son semejantes en función de cómo un grupo específico de tipos de actores se distribuyen sobre el eje de las diferentes posiciones actanciales. A partir de este conjunto inicial de estructuras narrativas, la narración prototípica se construye buscando las características comunes en dichas estructuras.

El registro de las características comunes de las diferentes narraciones de partida, para definir la narración prototípica, se realiza sobre un eje de generalización-particularización, privilegiando, en lo posible, las características comunes más particulares. Así, por ejemplo, en una narración prototípica definida por el hecho de que los ciudadanos ocupen, en diferentes narraciones, la posición actancial de Sujeto de Acción, si los diferentes ciudadanos de las distintas narraciones no tienen ninguna otra característica común, salvo la de su condición de ciudadanos, la narración prototípica resultante comenzará así: "un ciudadano realiza una acción con el objetivo de...". Sin embargo, si se hubieran registrado diversas características comunes, o mayoritariamente comunes, en los ciudadanos de las narraciones de partida, dichas características aparecerían en la narración prototípica, narración que podría comenzar, por ejemplo, así: "un ciudadano, padre o madre de familia realiza interacciones comunicativas verbales con sus hijos con el objetivo de...". En el primer caso aparece una narración prototípica con un grado mayor de generalización-abstracción, mientras que en el segundo caso la narración prototípica posee un mayor grado de particularización-concreción.

La definición de narraciones prototípicas es fundamental porque permite identificar los esquemas-frames narrativos recurrentes y relevantes que subyacen en el repertorio amplio y diverso de las narraciones que son objeto del estudio.

Una narración prototípica no tiene por qué corresponderse con una narración concreta dentro de la muestra de narraciones analizadas. Se trata, por tanto, de una construcción elaborada a partir del proceso de análisis. Sin embargo puede establecerse la hipótesis de que se trata de un *frame* que posee una existencia concreta en el proceso de la elaboración textual, como un esquema cognitivo narrativo básico para la ideación de narraciones de un determinado tipo. También, una narración prototípica, puede tener correspondencia, en el plano cognitivo, con los *frames* de carácter narrativo que se configuran y sedimentan en la mente de los receptores a través de la recepción de un conjunto plural y disperso de narraciones. En este sentido, por ejemplo, las narraciones prototípicas sobre la relación entre Estado y ciudadanos subyacentes a las tramas de los spots de publicidad institucional, podrían poseer las características cognitivas que poseen las categorías prototípicas definidas por la Teoría de los Prototipos desarrollada dentro de la Psicología Cognitiva.

En el ámbito del estudio del nivel enunciativo de los spots de publicidad institucional se ha diseñado una parrilla de análisis cuyo fin último es identificar los personajes que los spots ponen en escena para construir una representación de las relaciones comunicativas.

En última instancia los sujetos que se comunican, a través de la publicidad institucional del Estado, son los organismos del Estado que son fuentes de los mensajes y los ciudadanos a los que estos organismos se dirigen; sin embargo, en la configuración textual que cada spot construye pueden aparecer situaciones comunicativas en las que, por ejemplo, un ciudadano, un profesional del organismo del Estado, o una voz en off se dirige a

otro ciudadano, al ciudadano espectador o a un destinatario abstracto para transmitirle el discurso que el organismo del Estado pretende vehicular al conjunto de la ciudadanía a algún sector específico de ésta. Ello significa que el organismo del Estado despliega, en la configuración de cada spot, un conjunto de sujetos delegados de la acción comunicativa en la que se desarrolla la emisión y la recepción del mensaje. Estos sujetos son personajes instalados en el nivel enunciativo que se articula tanto en los mensajes lingüísticos como en las configuraciones audiovisuales de los spots. Por otro lado el organismo del Estado anunciante se puede presentar, a través de las formas gramaticales, como un sujeto impersonal y abstracto, como un "yo" institucional, como un "nosotros" que acoge a los miembros del organismo o la institución, como un "nosotros" en el cual se funde con los ciudadanos como componente de un colectivo integrador, etc.; a la vez puede presentar al ciudadano como un ente impersonal y abstracto, como un "tú" que lo señala de forma directa, como un "vosotros" mediante el cual agrupa a los ciudadanos dentro de un colectivo, etc. Por otro lado, por ejemplo, el organismo del estado, o sus sujetos delegados en cada spot, pueden realizar diferentes tipos de actos ilocutivos dirigidos a los ciudadanos: saludar, aconsejar, prometer, ordenar, preguntar, informar, etc. Cada uno de estos tipos de actos ilocutivos es un generador de relaciones específicas entre los sujetos que se comunican, relaciones de proximidad o distancia personal, de jerarquía, de compromiso, etc

El diseño de la parrilla de análisis del nivel enunciativo de los spots se ha realizado con el objetivo de registrar las recurrencias más relevantes en torno a los personajes en los que se delega la representación de la interacción comunicativa entre el Estado y los ciudadanos, sus características y sus relaciones. Los datos registrados a través de esta parrilla de análisis son fundamentales puesto que permiten visualizar y comprender las estrategias de construcción de la imagen de las relaciones entre los organismos del Estado y los ciudadanos.

En el diseño de la investigación aquí presentada, para la elaboración de



protocolos de análisis, se ha partido de categorías propias, fundamentalmente, de la Semiótica Narrativa y de la Teoría de la Enunciación, pero a la vez se han establecido criterios para el desarrollo del estudio extensivo de un corpus muy amplio de textos. Los resultados de dicho estudio deben ofrecer un conocimiento de los universos narrativos y enunciativos recurrentes y relevantes en el corpus definido y de los valores y sentidos que subyacen en dichos universos.

Establecer resultados sólidos ha supuesto tomar en consideración dos premisas fundamentales en el diseño del aparato metodológico:

- 1) Aplicar los mismos criterios de análisis a todos los textos audiovisuales, reduciendo al máximo la heterogeneidad del factor interpretativo.
- 2) Almacenar los datos registrados, del conjunto de los spots analizados, en sistemas informáticos de compilación sistematizada que permitan una explotación rigurosa y, a la vez, versátil, de la información registrada.

Para el desarrollo de la presente investigación se han diseñado dos parrillas de análisis configuradas a partir de los presupuestos metodológicos aquí expuestos. Para utilizar estas parrillas hace falta definir, implementar y hacer uso de programas informáticos que permitan almacenar, organizar y cruzar, de manera flexible la información, con la finalidad de que pueda ser explotada adecuadamente.

Para emplear las parrillas de análisis se establecen cuatro fases fundamentales:

- 1) Se analiza cada spot a partir de las categorías establecidas. Después del estudio de cada unidad narrativa se rellena la parrilla con el objetivo de reflejar la estructura profunda del conjunto de esta unidad.
- 2) Los registros del conjunto de spots son introducidos en un sistema

informático diseñado con esta finalidad.

- 3) Se deciden y organizan las cuestiones sobre las que se desea obtener respuesta y se explota, en este sentido, la información almacenada en el sistema informático.
- 4) Se analizan los datos obtenidos y se extraen conclusiones.

El modelo metodológico aplicado, permite ser replicado en sus diferentes fases por otros investigadores sin que el factor interpretativo pueda suponer una desviación relevante respecto a los resultados obtenidos. Sin embargo, las consideraciones conclusivas que se extraigan de los resultados dependen ya de una lectura analítica y crítica de dichos resultados, lectura en la que la labor interpretativa del investigador resulta importante.

Por otro lado, el modelo metodológico diseñado puede ser adaptado convenientemente para abordar otros objetos de estudio diferentes al que se ha definido para la presente investigación.

## 2. Parrilla de análisis de estructuras narrativas

### I.- IDENTIFICACIÓN DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS

1. Número de Unidad
2. Institución
3. Campaña
4. Resumen
5. Tema
6. Ámbito institucional:
  - a. Estatal
  - b. Autonómico
  - c. Local
7. Partido en la presidencia del gobierno:
  - a. PSOE / PSC
  - b. PP
  - c. Partido nacionalista
8. Objetivo:
  - a. Profundización en la participación ciudadana
  - b. Demanda de colaboración con los organismos públicos
  - c. Advertencia sobre comportamientos de riesgo o recomendables
  - d. Información sobre acciones o resultados de las acciones de las instituciones
  - e. Información sobre ofertas de empleo y servicios sociales
  - f. Ofertas de ocio/cultura
  - g. Otros
9. Otras observaciones

## **ROLES NARRATIVOS:**

### **I.- SUJETO DE ACCIÓN (HÉROE)**

#### **1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

#### **2. Sujeto de Acción = Sujeto de Estado?**

- b. Sí
- c. No

#### **3. Tipologías de sujeto**

##### **a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo

##### **b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

##### **c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar
- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

##### **d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

##### **e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

**4. Características**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

**5. Competencias para la actuación**

**a. Querer**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. Presupuesto
  - 3. Indefinido

**b. Deber**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. Presupuesto
  - 3. Indefinido

**c. Poder**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. PresupuestoIndefinido

**d. Saber**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. Presupuesto
  - 3. Indefinido

**6. Pasiones y creencias**

*Impulsan a actuar:*

- a. Pasiones / especificar
- b. Creencias / especificar

**7. Espacios y tiempos de actuación**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

**8. Acciones / transformaciones del sujeto de acción**

**a. Tipos de acción:**

- i. Material-Somática / especificar
- ii. Cognitiva / especificar
- iii. Comunicativa / especificar
- iv. Institucional / especificar

**b. Esfera de Actuación:**

- i. Pública
  - 1. Político-Institucional / especificar
  - 2. Social / especificar
- ii. Privada
  - 1. Profesional / especificar
  - 2. Personal / especificar

**II.- SUJETO DE ESTADO (BENEFICIADO/PERJUDICADO)**

**1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

## **2. Tipo de Sujeto de Estado**

- a. Activo
- b. Pasivo

## **3. Tipologías de sujeto**

### **a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo

### **b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

### **c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar
- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

### **d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

### **e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

## **4. Características**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

## **5. Espacios y tiempos de actuación**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

### **III.- OBJETO DE VALOR**

#### **1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

#### **2. Tipología de objeto**

- a. Vivencial / Existencial / especificar
- b. Socio / Económico / especificar
- c. Ético / Político / especificar
- d. Pasional / especificar
- e. Cognitivo / especificar
- f. Competencias para actuar y conseguir objetivos:
  - i. Querer
  - ii. Deber
  - iii. Saber
  - iv. Poder

### **IV.- ADYUVANTE**

#### **1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

#### **2. Tipologías de sujeto**

##### **a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo



**b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

**c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar
- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

**d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

**e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

**3. Características**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

**4. Beneficios de la acción de ayuda**

- a. Vivencial / Existencial / especificar
- b. Socio / Económico / especificar
- c. Ético / Político / especificar
- d. Pasional / especificar
- e. Cognitivo / especificar
- f. Competencias para actuar y conseguir objetivos:
  - i. Querer
  - ii. Deber
  - iii. Saber
  - iv. Poder

**5. Acción de ayuda**

**a. Tipos de acción:**

- i. Material-Somática / especificar
- ii. Cognitiva / especificar
- iii. Comunicativa / especificar
- iv. Institucional / especificar

**b. Esfera de Actuación:**

- i. Pública
  - 1. Político-Institucional / especificar
  - 2. Social / especificar
- ii. Privada
  - 1. Profesional / especificar
  - 2. Personal / especificar

**6. Espacios y tiempos de actuación**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

**V.- Oponente**

**1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

**2. Tipologías de sujeto**

**a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo

**b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

**c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar
- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

**d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

**e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

**3. Características**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

**4. Perjuicios de la acción de oposición**

- a. Vivencial / Existencial / especificar
- b. Socio / Económico / especificar
- c. Ético / Político / especificar
- d. Pasional / especificar
- e. Cognitivo / especificar
- f. Competencias para actuar y conseguir objetivos:
  - i. Querer
  - ii. Deber
  - iii. Saber

iv. Poder

**5. Acción de oposición**

**a. Tipos de acción:**

- i. Material-Somática / especificar
- ii. Cognitiva / especificar
- iii. Comunicativa / especificar
- iv. Institucional / especificar

**b. Esfera de Actuación:**

- i. Pública
  - 1. Político-Institucional / especificar
  - 2. Social / especificar
- ii. Privada
  - 1. Profesional / especificar
  - 2. Personal / especificar

**6. Espacios y tiempos de actuación**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

**VI.- DESTINADOR-CONTRATO**

**1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

**2. Interno al Sujeto**

**a. Tipología**

- i. Carácter / especificar
- ii. Valores Éticos / especificar

- iii. Pasiones / especificar
- iv. Creencias / especificar
- v. Instintos / especificar
- vi. Otros / especificar

**b. Manipulación Contractual**

- i. Promesa / especificar
- ii. Amenaza / especificar
- iii. Seducción / especificar
- iv. Provocación / especificar

**c. Efecto de la Manipulación Contractual**

- i. Hacer querer (provocar deseos) / especificar
- ii. Hacer deber (provocar obligaciones) / especificar

**d. Espacios y Tiempos de Actuación**

- i. Espacios / especificar
- ii. Tiempos / especificar

**3. Externo al Sujeto**

**a. Tipología**

- i. Público
  - 1. Político-Institucional / especificar
  - 2. Social / especificar
- ii. Privado
  - 1. Profesional / especificar
  - 2. Personal / especificar

**b. Características**

- i. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- ii. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- iii. Origen / especificar

**c. Competencias para la actuación**

i. Querer

1. Sí
2. No

- Explícito
- Presupuesto
- Indefinido

ii. Deber

1. Sí
2. No

- Explícito
- Presupuesto
- Indefinido

iii. Poder

1. Sí
2. No

- Explícito
- Presupuesto
- Indefinido

iv. Saber

1. Sí
2. No

- Explícito
- Presupuesto
- Indefinido

**d. Pasiones y creencias**

*Impulsan a actuar:*

- i. Pasiones / especificar
- ii. Creencias / especificar

**e. Manipulación Contractual**

- i. Promesa / especificar
- ii. Amenaza / especificar
- iii. Seducción / especificar
- iv. Provocación / especificar

**f. Efecto de la Manipulación Contractual**

- i. Hacer querer (provocar deseos) / especificar
- ii. Hacer deber (provocar obligaciones) / especificar

**g. Espacios y Tiempos de Actuación**

- i. Espacios / especificar
- ii. Tiempos / especificar

**VII.- DESTINADOR-SANCIÓN**

**1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar
- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

**2. Tipologías de sujeto**

**a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo

**b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

**c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar

- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

**d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

**e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

**3. Características**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

**4. Competencias para la actuación**

**a. Querer**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. Presupuesto
  - 3. Indefinido

**b. Deber**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito
  - 2. Presupuesto
  - 3. Indefinido

**c. Poder**

- i. Sí
- ii. No
  - 1. Explícito



2. Presupuesto
3. Indefinido

**d. Saber**

- i. Sí
  - ii. No
1. Explícito
  2. Presupuesto
  3. Indefinido

**5. Pasiones y creencias**

*Impulsan a actuar:*

- a. Pasiones / especificar
- b. Creencias / especificar

**6. Espacios y tiempos de actuación**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

**7. Tipos de Sanción**

**a. Reconocimiento**

- i. Positivo / especificar
- ii. Negativo / especificar

**b. Retribución**

- i. Premio / especificar
- ii. Castigo / especificar

**VIII.- ANTISUJETO**

**1. Tipología de personaje**

- a. Institución / especificar
- b. Ciudadanía / especificar

- c. Sociedad / especificar
- d. Otros / especificar

## **2. TIPOLOGÍAS DE SUJETO**

### **a. Tipología 1**

- i. Individual
- ii. Colectivo

### **b. Tipología 2**

- i. Figurativo
- ii. Abstracto

### **c. Tipología 3**

- i. Elemento Sobrenatural / especificar
- ii. Elemento Natural / especificar
- iii. Artefacto / especificar
- iv. Individuos o colectivos humanos / especificar
- v. Elementos Culturales / especificar

### **d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar

### **e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

## **3. CARACTERÍSTICAS**

- a. Rasgos físicos, edad y género / especificar
- b. Carácter, éticos, pasionales, cognitivos / especificar
- c. Origen / especificar

## **4. COMPETENCIAS PARA LA ACTUACIÓN**

### **a. Querer**

- i. Sí
- ii. No

1. Explícito

2. Presupuesto
3. Indefinido

**b. Deber**

- i. Sí
- ii. No

1. Explícito
2. Presupuesto
3. Indefinido

**c. Poder**

- i. Sí
- ii. No

1. Explícito
2. Presupuesto
3. Indefinido

**d. Saber**

- i. Sí
- ii. No

1. Explícito
2. Presupuesto
3. Indefinido

**5. PASIONES Y CREENCIAS**

*Impulsan a actuar:*

- a. Pasiones / especificar
- b. Creencias / especificar

**6. ESPACIOS Y TIEMPOS DE ACTUACIÓN**

- a. Espacios / especificar
- b. Tiempos / especificar

**7. ACCIONES / TRANSFORMACIONES DEL ANTISUJETO**

**a. Tipos de acción:**

- i. Material-Somática / especificar
- ii. Cognitiva / especificar

iii. Comunicativa / especificar

iv. Institucional / especificar

**b. Esfera de Actuación:**

**i. Pública**

1. Político-Institucional / especificar

2. Social / especificar

**ii. Privada**

1. Profesional / especificar

2. Personal / especificar

**IX.- ESTADOS FINALES**

**1. Relación Sujeto Estado / Objeto de Valor**

a. Conjunción

b. Disjunción

c. Indefinido

**2. Acción del Sujeto de Acción**

a. Éxito

b. Fracaso

c. Indefinido

### **3. Parrilla de análisis de estructuras enunciativas**

#### **I.- IDENTIFICACIÓN DE LAS UNIDADES DE ANÁLISIS**

1. Número de Unidad
2. Institución
3. Campaña
4. Resumen
5. Tema
6. **Ámbito institucional:**
  - a. Estatal
  - b. Autonómico
  - c. Local
7. **Partido en la presidencia del gobierno:**
  - a. PSOE / PSC
  - b. PP
  - c. Partido nacionalista
8. **Objetivo:**
  - a. Profundización en la participación ciudadana
  - b. Demanda de colaboración con los organismos públicos
  - c. Advertencia sobre comportamientos de riesgo o recomendables
  - d. Información sobre acciones o resultados de las acciones de las instituciones
  - e. Información sobre ofertas de empleo y servicios sociales
  - f. Ofertas de ocio/cultura
  - g. Otros
9. Otras observaciones

## **ROLES ENUNCIATIVOS:**

### **I.- ENUNCIADOR (ORGANISMO DEL ESTADO)**

#### **DELEGADOS DEL ENUNCIADOR:**

##### **I.A. INTERLOCUTOR**

###### **1. Tipología 1**

###### **a. Individual (yo)**

- i. Organismo del Estado
- ii. Ciudadanía

###### **b. Colectivo (nosotros)**

- i. Organismo del Estado como institución
- ii. Organismo del Estado como colectivo de personas
- iii. Organismo del Estado y ciudadanos
- iv. Ciudadanos

###### **c. Impersonal**

###### **2. Tipología 2**

###### **a. Personaje sin imagen**

- i. Voz en off
- ii. Texto
- iii. Se dirige directamente al espectador?

###### **b. Personaje con imagen**

- i. Se dirige directamente al espectador con la mirada?

###### **3. Tipología 3**

###### **a. Identificado con ciudadano**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**b. Identificado con organismo del Estado**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**c. No identificado con ciudadano ni organismo del Estado**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**4. Tipología 4**

- a. Personaje de narración
- b. Personaje externo a narración

**5. Tipología 5: características (relevantes)**

- a. Sexo
- b. Edad
- c. Físicas
- d. Personalidad
- e. Origen
- f. Residencia
- g. Rol social/cívico
- h. Rol institucional
- i. Rol profesional
- j. Rol de relación personal/familiar

**I.B. ESPECIFICACIONES SOBRE LA LOCUCIÓN Y EL DISCURSO**

**1. Tono de la locución**

- a. Amable / Enérgico / Neutro
- b. Íntimo / Público / Neutro
- c. Cálido / Frío / Neutro
- d. Informal / Oficial / Neutro
- e. Simpático / Serio / Neutro

**2. Tipo de discurso**

- a. Informativo
- b. Narrativo
- c. Argumentativo
- d. Poético
- e. Otros / especificar

**3. Relación ilocutiva (actos de habla)**

**a. Rituales de cortesía**

- i. Saludar
- ii. Presentarse
- iii. Despedirse
- iv. Otros / especificar

**b. Actos de información**

- i. Afirmar
- ii. Negar
- iii. Interrogar
- iv. Suponer
- v. Prometer
- vi. Asegurar
- vii. Poner en duda
- viii. Ironizar
- ix. Otros / especificar

**c. Actos de manipulación**

- i. Ordenar
- ii. Aconsejar
- iii. Advertir
- iv. Amenazar
- v. Prometer resultados
- vi. Informar sobre resultados
- vii. Otros / especificar

**d. Público**

- i. Político-Institucional / especificar
- ii. Social / especificar



**e. Privado**

- i. Profesional / especificar
- ii. Personal / especificar

**I.C. EXHIBIDOR (CÁMARA/MONTAJE)**

- a. Implícito** (no se explicita realización -efecto de realidad-)
- b. Explícito** (sí se explicita realización -estilización-)
  - i. Explicitación de la acción de realización
  - ii. Explicitación figurativa de la cámara
  - iii. Puntos de vista o movimientos de cámara extraños
  - iv. Explicitación del montaje

**II.- ENUNCIATARIO (CIUDADANÍA)**

***DELEGADOS DEL ENUNCIATARIO:***

**II.A. INTERLOCUTARIO**

**1. Tipología 1**

- a. Individual (yo)**
  - i. Organismo del Estado
  - ii. Ciudadanía
- b. Individual (tú)**
  - i. Organismo del Estado
  - ii. Ciudadanía
- c. Colectivo (nosotros)**
  - i. Organismo del Estado como institución
  - ii. Organismo del Estado como colectivo de personas
  - iii. Organismo del Estado y ciudadanos
  - iv. Ciudadanos

**d. Colectivo (vosotros)**

- i. Organismo del Estado como institución
- ii. Organismo del Estado como colectivo de personas
- iii. Organismo del Estado y ciudadanos
- iv. Ciudadanos

**e. Impersonal**

**2. Tipología 2**

**a. Personaje sin imagen**

- i. Voz en off
- ii. Texto
- iii. Se dirige directamente al espectador?

**b. Personaje con imagen**

- i. Se dirige directamente al espectador con la mirada?

**3. Tipología 3**

**a. Identificado con ciudadano**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**b. Identificado con organismo del Estado**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**c. No identificado con ciudadano ni organismo del Estado**

- i. Conocido / especificar
- ii. Anónimo

**4. Tipología 4**

- a. Personaje de narración
- b. Personaje externo a narración

**5. Tipología 5: características (relevantes)**

- a. Sexo
- b. Edad
- c. Físicas
- d. Personalidad
- e. Origen
- f. Residencia
- g. Rol social/cívico
- h. Rol institucional
- i. Rol profesional
- j. Rol de relación personal/familiar

**III.- ESPECTADOR / OBSERVADOR**

**Punto de vista:**

- a. Externo
- b. Identificado con personaje de la narración

*Especificar sobre personaje/punto de vista:*

- i. Sexo
- ii. Edad
- iii. Características físicas
- iv. Personalidad
- v. Origen
- vi. Residencia
- vii. Rol social/cívico
- viii. Rol institucional
- ix. Rol profesional
- x. Rol de relación personal/familiar

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS BÁSICAS

- AUSTIN, John L. (1982): *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona, Paidós.
- BENVENISTE, EMILE (1966): *Problèmes de linguistique générale*. París, Gallimard.
- COURTÉS, Joseph (1997): *Análisis semiótico del discurso. Del enunciado a la enunciación*. Madrid, Gredos.
- DUCROT, Oswald (1980): *El decir y lo dicho*. Buenos Aires, Hachette.
- GREIMAS, Algirdas J. (1973): *En torno al sentido: ensayos semióticos*. Madrid, Fragua.
- GREIMAS, Algirdas J. (1976): *Semántica estructural*. Madrid, Gredos.
- GREIMAS, Algirdas J. (1989): *Del sentido II: ensayos semióticos*. Madrid: Gredos.
- GREIMAS, Algirdas J. (1990): *Narrative semiotics and cognitive discourses*. Londres: Pinter.
- GREIMAS, Algirdas J. y COURTÉS, Joseph (1982): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Madrid, Gredos.
- GREIMAS, Algirdas J. y COURTÉS, Joseph (1991): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje II*. Madrid, Gredos.
- GREIMAS, Algirdas J. y FONTANILLE, Jacques (1994): *Semiótica de las pasiones*. Madrid: Siglo XXI
- JOST, François y GAUDREAU, André (1995): *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Barcelona, Paidós.
- KLEIBER, Georges (1995): *La semántica de prototipos*. Madrid, Visor Libros.
- MAINGUENEAU, Dominique (1981): *Approche de l'énonciation en linguistique française*. París, Hachette.
- OTAOLA OLANO, Concepción (2006): *Análisis lingüístico del discurso. La lingüística enunciativa*. Madrid, Ed. Académicas.
- SEARLE, John (1980): *Actos de habla*. Madrid, Cátedra.