

**Formulario de Informe final del Programa de Apoyo  
a la Investigación Estudiantil  
Edición 2014**

<b>DATOS DEL PROYECTO</b>	
• Título del Proyecto:	La ciencia en avisos publicitarios de productos de higiene para niños: un análisis socio-semiótico orientado a la construcción de ciudadanía científica
• Número ID del proyecto:	21
• Área de conocimiento:	Estudios sociales de la ciencia; Análisis del discurso
• Facultad o Servicio:	Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
• Nombre completo de los-as Integrantes del equipo:	Ana Luisa Álvarez; Camila López Echagüe; María Laura Keuylian Dorado.
• Correo electrónico del/de la estudiante referente:	camila.lopez.echague@gmail.com
• Nombre completo del/de la docente orientador-a:	Cecilia Molinari de Rennie

**INFORME FINAL**

(desde ítem 1 a 7 la extensión máxima POR ÍTEM es de una carilla)

**1) Transcriba los objetivos del proyecto tal cual figuraban en la solicitud financiada**

**Objetivo general:** Analizar los discursos científicos presentes en avisos publicitarios de productos de higiene personal para niños.

**Objetivos específicos:**

- Realizar un análisis multimodal de piezas publicitarias de productos de higiene personal para niños.
- Analizar en los textos seleccionados las estrategias discursivas por las cuales se naturaliza el lugar hegemónico de la ciencia en nuestra cultura.
- Identificar a partir de nuestro análisis posibilidades de una aplicación didáctica del análisis publicitario para promover la construcción de una ciudadanía científica en los ámbitos de educación formal.
- Dar continuidad al trabajo del equipo, fortaleciendo las competencias académicas de los integrantes.

## 2) Enumere y describa las principales actividades desarrolladas en el marco de su proyecto.

### 1. Relevamiento bibliográfico [Enero-Febrero]

Realizamos un relevamiento bibliográfico exhaustivo para indagar los antecedentes de investigaciones sobre ciencia en avisos publicitarios, así como para preparar y organizar el material de estudio relativo al análisis multimodal del discurso. Elaboramos fichas bibliográficas, y seleccionamos las publicaciones más relevantes para su estudio.

### 2. Ampliación del marco teórico y construcción del corpus [Marzo-Abril]

Leímos, comentamos y discutimos en profundidad el material seleccionado en la primera etapa<sup>1</sup>.


### 3. Selección de corpus de avisos publicitarios y aplicación de análisis [Mayo-Junio]

Encontramos un gran número de avisos publicitarios donde la ciencia juega un rol clave. Con el fin de comenzar a aplicar las herramientas del análisis multimodal a publicidades, seleccionamos en esta primera etapa avisos de una variedad de productos cosméticos y de higiene del hogar. Luego de realizar análisis en algunos de ellos a modo de práctica, seleccionamos un aviso publicitario en particular para realizar un análisis en profundidad: el spot "Historias" de Lifebuoy<sup>2</sup>. La selección de este aviso se debe a que muestra con claridad dos puntos interesantes que encontramos en varias piezas publicitarias: el uso de distintos tipos de representación para distintos objetos científicos, donde lo "natural" aparece en el lugar del problema y el objeto "científico" como la solución; por otra parte, la figura del niño concentrando el polo informativo del mensaje publicitario.

### 4. Análisis del corpus [Julio-Agosto-Setiembre]

Construimos herramienta de trabajo a modo de tabla que nos permitió incluir información sintetizada sobre los distintos recursos desplegados. A partir de éste, y otros desgloses realizados con fragmentos específicos para obtener información más detallada, realizamos el análisis (ver en punto 4).

Cuadro de análisis de spot publicitario "Lifebuoy. Historias"



	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Recursos semióticos Speech	Niño	Mamá, ¿quién va a ser un gemen?	Ella también.	Un gemen común busca verte.	evolucionar	¡nos pueden enfermar!	¡mucho!		Si médico que fue a mi escuela	me dijo que teníamos que	lavar las manos siempre								
	Mamá	No, cómo será?						¿Cuál hacemos para evitar eso?											
	Médico											Por eso recomiendo Lifebuoy	con Active 3	¡inciso en la ducha!	Contiene 3 ingredientes que	eliminan hasta los germen evolucionados!			
	Voz en off																Lifebuoy elimina el	99,9% de los germen	evolucionados
Lenguaje audiovisual	Ángulo de Cámara	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Vertical	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal	Horizontal
	Enfoque	Primer plano	Plano entero	Primer plano	Plano detalle	Plano detalle	Plano detalle	Primer plano	Primer plano	Plano medio	Plano medio cercano	Plano medio cercano	Plano detalle	Plano general	Plano medio	Plano medio	Plano detalle	Plano general	Plano general
	Movimientos de cámara	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Plano (fijo)	Daily (movimiento fijo)	Daily (movimiento fijo)	Fijo	Fijo	Daily	Plano (fijo)	Plano (fijo)	Plano (fijo)	Plano (fijo)
Audio	Diagético	Speech niño	Speech mamá	Speech niño			Speech niño	Speech mamá				Speech médico		Speech médico	Speech médico				
	Extradiegético	Música surí de fondo	Música surí de fondo	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech niño	Música surí de fondo / Speech médico	Se mantiene música (Speech médico)	Se mantiene música	Se mantiene música (Speech médico)	Se mantiene música / voz en off	Se mantiene música / voz en off	Se mantiene música / voz en off	Se mantiene música / voz en off

1 Los principales libros y artículos seleccionados para su discusión fueron: Kress, G. (2009). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge; Kress, G. R., & Van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. Psychology Press; Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis: A multimodal introduction*. Sage; O'Halloran, K. (2012). *Análisis del discurso multimodal*. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 75.

2 Empresa Unilever, realización de la productora Freak, Argentina, 2013

### **5. Difusión, elaboración del artículo, informe final y póster [Setiembre-Octubre-Noviembre]**

Elaboramos un trabajo desarrollando uno de los puntos que surgen de nuestro análisis (la oposición entre naturaleza y ciencia). Durante este período, la integrante Ana Álvarez se encontraba haciendo uso de una licencia por maternidad, por lo cual no participó en esta actividad. En Noviembre de 2015 retomamos el trabajo con la elaboración del presente informe y el poster con los resultados de nuestra investigación. Por otra parte, se encuentra en preparación un artículo para exponer los resultados del proyecto.

- 3) Indique si se han efectuado todas las etapas planteadas en el cronograma de ejecución del proyecto. En caso de que su cronograma haya sufrido alteraciones o no se haya podido cumplir con todas las etapas definidas en el cronograma, aclare los motivos de tal situación.

La planificación se cumplió en su mayoría. Las modificaciones que realizamos al cronograma se debieron al cambio en la composición del equipo que se detalla en el punto 6, que nos obligó a reorganizar nuestra dinámica de trabajo y adecuar los ritmos a la situación emergente. Principalmente, a raíz de esta modificación elegimos concentrarnos en el estudio de una única pieza publicitaria para poder realizar un análisis en profundidad acerca de la concepción de la ciencia subyacente. Por otra parte, la etapa que aún no concluimos fue la redacción del artículo, que se encuentra en preparación en este momento.

- 4) Indique los principales resultados obtenidos. Aclare hasta qué punto coinciden - o no - con los resultados esperados por parte del equipo.

El principal resultado alcanzado, que coincide con uno de los resultados esperados previo al inicio de este proyecto, fue la realización de un análisis sistemático que permitió revelar las estrategias semióticas utilizadas por el discurso publicitario y su promoción de una concepción específica de la ciencia. A modo de síntesis, comentamos a continuación un resumen del análisis realizado:

#### *Resumen del análisis*

El aviso se vertebra en torno a dos procesos claramente diferenciados (por el tipo de discurso y recursos semióticos; la locación; el protagonismo de los personajes; el tipo de movimiento y ángulo de cámara; la relación establecida con la audiencia) antes y después del minuto 0.17.

Estos son:

- a. Un proceso narrativo cuyo protagonista es el "germen", un ser presentado de forma monstruosa similar a las representaciones propias de la narrativa infantil. Tanto en el aspecto léxico (en tanto participante de tres procesos: cambiar, verse evolucionado, enfermar) como visual (movimiento de cámara, audio, tono de la niña) se hace énfasis en el proceso de cambio, de evolución. Verbalmente, predominan palabras asociadas al lenguaje científico, lo cual es interesante porque, como sostienen Machin y Mayr (2012, p. 37), las elecciones léxicas pueden indicar entre otras cosas niveles de autoridad o paridad respecto a la audiencia. Mezclar léxicos puede ayudar a dar una "voz popular" a un "discurso oficial"; en este caso, se mezcla el léxico científico con el dibujo infantil. La singularidad es que verbalmente el relato remite al discurso científico por su terminología; no obstante, la representación gráfica es fantástica y conecta al germen con el mundo de los cuentos infantiles. Esto refuerza la idea de temor frente a una naturaleza incontrolada.
- b. Un proceso narrativo diferente al observado en la primera escena del aviso, protagonizado por un médico que realiza la acción de "recomendar" el uso del jabón Lifebuoy con el fin de combatir la acción de los gérmenes advertida en el primer segmento. Simultáneamente, comienza un proceso conceptual caracterizado por la fuerte carga simbólica de los

participantes representados, cuyos atributos pueden considerarse incluso connotadores establecidos (Machin y Mayr, 2012). El actor es el médico, representado con la túnica que se asocia rápidamente a su profesión, y se encuentra en medio de un salón de clases. Salón que se muestra vacío: resalta la ausencia de todos niños y los elementos en uso, mostrándola aséptica. No se trata de un salón de clase “en actividad” ni un médico “en actividad” normal; tanto los atributos del participante principal como las circunstancias tienen la función simbólica de representar dos lugares de legitimación del saber: la escuela y la ciencia. En cuanto al aspecto léxico, se observa en esta sección un predominio del uso de términos asociados al discurso científico-técnico (Halliday y Martin, 2003). La figura del médico representa un conocimiento especialista (Machin y Mayr, 2012). Por otra parte, el tono imperativo (“Tenemos”) denota un orden jerárquico que implica relaciones de poder.

Mientras que el protagonista del primer proceso narrativo era el germen, el nuevo protagonista es el Active 5, que se presenta como la forma efectiva de combatir al germen indeseable. Se produce una oposición: enfermedad-salud, germen-jabón. Esta oposición se explicita gráficamente hacia el final del aviso, en un plano donde aparecen los dos elementos contrapuestos: ambos participantes aparecen a modo de “dibujos” en el pizarrón, ubicado el Active 5 a la derecha del germen evolucionado (igual al dibujado por la niña en la primera escena). El Active 5 es presentado como un producto científico y representado gráficamente de forma descontextualizada, situado sobre un fondo blanco, sin circunstancias locativas, lo cual refuerza su función simbólica y lo destaca como un participante estático, no ya involucrado en una acción que se desarrolle temporalmente (como el germen, que “evolucionaba”). Por otra parte, se presenta al producto en un plano detalle cuyo ángulo de cámara es horizontal, alineado a la visión del espectador, lo cual indica cierto “fotorrealismo” (Kress y van Leeuwen, 1996, p. 158), esto es, simula la visión desde el punto de vista de un “ojo desnudo”. Todos estos elementos enmarcan al objeto promocionado como un producto artificial de la ciencia atemporal y descontextualizada, opuesto a la naturaleza que logra controlar.

*Este análisis sugiere las siguientes conclusiones:*

- El discurso científico se manifiesta recontextualizado, y presenta a la ciencia con características propias de la concepción heredada
- Entre estas características, la ciencia se vincula a un progreso que se presenta como consecuencia de una lucha entre ciencia y naturaleza (López Echagüe y Molinari, 2015)
- El discurso científico opera de forma articulada con otros tipos de discurso (narrativa infantil) con el fin de potenciar el efecto legitimador y persuasivo del mensaje
- Esta articulación responde al tipo de audiencia objetivo hacia el cual se orienta el aviso

Lo que aún nos queda pendiente es el diseño de un plan de transposición de estas formas de análisis multimodal a un contexto didáctico. Pudimos corroborar que el análisis multimodal es una herramienta eficaz para articular con los fines de alfabetización científica promovidos por los estudios sociales de la ciencia; no obstante, una línea de trabajo que queda abierta es la investigación acerca de cuáles son las formas concretas en que puede emplearse esta herramienta en el aula.

**5) Indique si los resultados parciales o finales del proyecto fueron difundidos a través de alguna actividad (charlas, seminarios, talleres, prensa, edición de materiales impresos, etc.).**

A partir de los resultados parciales del proyecto hemos desarrollado principalmente los siguientes trabajos de difusión:

- Presentación en las Jornadas Académicas de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, octubre de 2015, con la ponencia titulada “La representación de objetos científicos en un texto publicitario: un enfoque multimodal”. Fue presentada

por Camila López Echagüe y Cecilia Molinari.

- Publicación del siguiente artículo: López Echagüe, C. y Molinari, C. (2015). *Discursos científicos y recontextualizaciones mediáticas: análisis multimodal de un aviso publicitario*. En: Revista Ariel nº17, Montevideo, noviembre de 2015

- 6) **En caso de haber enfrentado dificultades en el desarrollo del proyecto de investigación, realice una breve descripción de las mismas.**

Tuvimos una dificultad respecto a la integración del equipo. Por motivos personales imprevistos, la estudiante María Laura Keuylian Dorado viajó en agosto de 2015 a Armenia. En un principio, se comprometió a continuar colaborando a distancia con el grupo, pero finalmente resolvió radicarse allí y no fue posible mantener el contacto. Por este motivo, ella participó de las actividades del grupo durante la primera mitad del año, no así en las etapas correspondientes a los meses sucesivos.

Por otra parte, la estudiante Ana Álvarez quedó embarazada a principios de 2015 y dio a luz en octubre. Debido a complicaciones con el embarazo estuvo con licencia médica y reposo por algunos meses. No obstante, continuó trabajando en el proyecto, pero debimos cambiar la dinámica de trabajo, realizar menos instancias presenciales y organizarnos de forma diferente para poder seguir adelante. Por otra parte, no pudo participar activamente de las actividades de difusión realizadas en octubre, dado que en ese mes tuvo a su bebé. Sin embargo, sí participó de las etapas de relevamiento, lectura y análisis.

- 7) **En base a su experiencia de trabajo en equipo en el marco de este Programa, le solicitamos que realice sugerencias o comentarios para ser tomados en cuenta en futuras ediciones del mismo.**

8) **Resumen publicable de no más de 250 palabras que sea accesible para un público amplio, y en un lenguaje dirigido a no especialistas en la temática de la investigación. En este resumen se debe dar cuenta de los objetivos del proyecto, los pasos seguidos para cumplirlos y los principales resultados alcanzados.**

**El resumen debe contener la siguiente información:**

título del proyecto

servicio

nombre de los integrantes del equipo

nombre del docente orientador

**Resumen publicable:**

*La ciencia en avisos publicitarios de productos de higiene para niños: un análisis socio-semiótico orientado a la construcción de ciudadanía científica*

Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Integrantes: Ana Luisa Álvarez; Camila López Echagüe; María Laura Keuylian

Orientadora: Cecilia Molinari

La publicidad constituye un tipo de discurso complejo con fines persuasivos, dirigido a la venta de determinado producto, que constituye una poderosa herramienta de difusión de ciertas concepciones sobre el mundo. Los discursos publicitarios suelen referir al conocimiento

científico para legitimar el valor del producto; por ello, estudiar las estrategias semióticas de estos discursos ayuda a comprender de qué modo se naturalizan ciertas concepciones de la ciencia.

En esta investigación exploramos los modos en que se presenta la ciencia en un aviso publicitario seleccionado utilizando las herramientas metodológicas del análisis multimodal del discurso. Nuestro análisis reveló que el discurso científico se manifiesta recontextualizado y articulado con otras formas de discurso (en especial, la narración infantil) para potenciar el efecto legitimador y persuasivo del mensaje, reproduciendo características de la concepción tradicional de la ciencia y reforzando la idea de una oposición entre ciencia y naturaleza.

Explicitar estos mecanismos permite tomar conciencia sobre contenidos que de otra forma serían adquiridos inadvertidamente. Por ello, la difusión de este tipo de análisis es importante para contribuir a la alfabetización científica (esto es, la formación de un pensamiento autónomo y creativo, con capacidades de argumentación, debate y participación ciudadana), mediante el ejercicio de una actitud crítica frente a los discursos que recibimos diariamente.

**9) En la siguiente tabla ingrese la información solicitada en relación a los equipos y la bibliografía adquiridos con fondos del PAIE. Recuerde que debe entregar todos los ítems adquiridos en los dos rubros antes mencionados, para que éstos formen parte del acervo de su institución y puedan ser utilizados por equipos financiados en posteriores ediciones de este programa.**

***El material adquirido fue en forma de fotocopias para ser utilizadas en la etapa de estudio y relevamiento.***

#### EQUIPOS

- -

#### BIBLIOGRAFÍA

cantidad      autor(es), título, editorial, año

- -

Desde el 1/12/2015 y hasta el 15/12/2015 se deberá entregar a los Ayudantes I+D de los Servicios lo siguiente:

- Un CD con el **informe final** en formato .odt o .pdf. Y con el **póster** en su versión digital en formato .jpg o .pdf
- **Equipos y bibliografía adquiridos con fondos del PAIE** (declarados en la lista conformada en el ítem 8 de este documento)



.....  
FIRMA DEL ESTUDIANTE RESPONSABLE

Se solicita al **docente orientador** que brinde una **opinión general** acerca del **desempeño de su equipo de estudiantes** durante el transcurso de la investigación y que evalúe en forma breve los **resultados** expuestos a través de este informe y el contenido de su **resumen publicable**. (máx 200 palabras)

**Comentarios del docente orientador:**

A pesar de las dificultades que surgieron por las circunstancias personales de dos participantes, el equipo logró llevar a cabo la investigación, reaccionando con flexibilidad en cuanto a encontrar formas apropiadas de colaboración cuando las acordadas en un comienzo dejaron de ser viables, y cumpliendo las etapas previstas para el trabajo. Destaco la actuación de la estudiante referente, Camila López Echagüe, en cuanto a su capacidad de trabajo y liderazgo, ya que es mérito suyo haber logrado que el trabajo llegara a buen término.



.....  
FIRMA DEL DOCENTE ORIENTADOR