

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en

Comunicación Social.

TEMA:

Análisis audiovisual y de contenido de la propaganda política “Yo acuso 2” de

Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011.

AUTORA:

Camila Alexandra Pozo Barrionuevo.

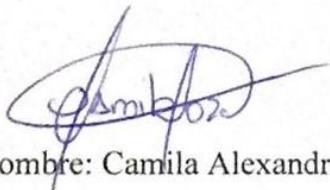
DIRECTOR:

Darwin Bellini Reyes Solis.

Quito, septiembre del 2019

Cesión de derechos de autor

Yo Camila Alexandra Pozo Barrionuevo con documento de identificación N^o 172348328-3, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado/ titulación intitulado: Análisis audiovisual y de contenido de la propaganda política "Yo acuso 2" de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social mención en Desarrollo, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Camila Alexandra Pozo Barrionuevo


Cédula: 172348328-3

Fecha Quito, septiembre de 2019

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el artículo académico:
Análisis audiovisual y de contenido de la propaganda política “Yo acuso 2” de
Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011, realizado por Camila Alexandra Pozo
Barrionuevo, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos
estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerado como
trabajo final de titulación.

Quito, septiembre de 2019

A handwritten signature in purple ink, appearing to read 'Darwin Bellini Reyes Solis', with a large, stylized flourish above the name.

Msc. Darwin Bellini Reyes Solis

Cédula: 1802406403

Dedicatoria

La vida está llena de logros por cumplir... Por ahora he culminado una de mis metas y como siempre es dedicada a mi Dios el que es mi luz en cada paso que doy, a mis padres y mi hermano quienes fueron mi impulso a seguir y forjaron mi camino para el bien.

Mis abuelitos aquí y en el cielo, a mi compañero de aventuras mi amor y a cada persona, familia y amigos que me dieron su mano para sobresalir. Todos y a cada uno de ellos son y fueron necesarios para lograrlo con su paciencia, apoyo y amor.

Camila Alexandra Pozo B.

Agradecimiento

Agradezco a la Carrera de Comunicación Social y a cada uno de sus profesores que fueron esenciales en el desarrollo y crecimiento de mi vida profesional, gracias por sus enseñanzas para formarme como una gran comunicadora.

Camila Alexandra Pozo B.

Índice

Resumen	1
Abstract	2
Introducción	3
Aproximación teórica.....	5
Metodología	10
Resultados	15
La propaganda política “Yo acuso 2”	15
Conclusiones	31
Referencias Bibliográficas	34

Resumen

En el siguiente artículo se analizó la propaganda política audiovisual de gobierno “Yo acuso 2” del ex mandatario Rafael Correa Delgado, emitida en noviembre de 2011. Desde una perspectiva enfocada a estudiar el contenido del discurso político de Correa, a través de imágenes y discursos verbales dirigidos al interés de la ciudadanía, involucrando temas como: salud, económica, migración, vivienda, familia, medios de comunicación y corrupción de anteriores gobiernos del Ecuador.

El trabajo se centró en analizar de manera objetiva el uso del mensaje discursivo generado en dicha propaganda. Tomando en cuenta cada elemento gráfico que aparece y el discurso verbal de los diversos personajes: vestimenta, lugar y sector al que pertenecen.

Además, se logró identificar la connotación y denotación en la propaganda, desde un punto de vista comunicacional, que permitirá determinar los parámetros teóricos - técnicos como un aporte para analizar la construcción de mensajes propagandísticos audiovisuales de la política nacional.

PALABRAS CLAVES: PROPAGANDA POLÍTICA, MANEJO DE IMAGEN, DISCURSO, MENSAJE PERSUASIVO AUDIOVISAL, CONNOTACIÓN, DENOTACIÓN.

Abstract

The following article analyzed the audiovisual political publicity of government “Yoacuso2” of former president Rafael Correa Delgado, issued in November 2011. From a perspective focused on studying the content of Correa's political discourse, through images and speeches Verbal's aimed at the interest of citizens, involving issues such as: health, economic, migration, housing, family, media and corruption of previous governments of Ecuador.

The work focused on objectively analyzing the use of the discursive message generated in such publicity. Taking into account each graphic element that appears and the verbal discourse of the various characters: clothing, place and sector to which they belong.

In addition, it was possible to identify the connotation and denotation in publicity, from a communicational point of view, which will allow to determine the theoretical - technical parameters as a contribution to analyze the construction of audiovisual publicity messages of the national policy.

KEY WORDS: POLITICAL PUBLICITY, IMAGE MANAGEMENT, SPEECH, AUDIOVISAL PERSONAL MESSAGE, CONNOTATION, DENOTATION.

Introducción

En nuestra sociedad contemporánea las herramientas audiovisuales son utilizadas como generadoras de opinión pública. En el uso político, estas herramientas permiten mostrar únicamente lo que el personaje desea que conozcan de él o de su mandato, emitiendo una información diseñada para generar reacción positiva o negativa en las personas a través de imágenes y discursos, identificando un enemigo y engrandeciendo sus cualidades como político.

En Ecuador, el ex presidente Rafael Correa Delgado tuvo un periodo de mandato largo, con tres reelecciones seguidas, su gobierno duró desde el año 2007 a 2017, y tuvo como ideología una propuesta de izquierda. Al finalizar su primer periodo de gobierno en el año 2011 creó varios contenidos audiovisuales para reflejar sus obras, y fortalecer su imagen política. Uno de los más relevantes fue el spot publicitario de gobierno “Yo acuso” de la cual se realizaron dos versiones. En nuestra investigación utilizaremos, “Yo Acuso versión 2” ubicada en la plataforma de YouTube.

Yo acuso versión dos es una propaganda política del gobierno de Correa, que maneja un contenido audiovisual con un lenguaje fácil de comprender para cualquier tipo de espectador. Por medio de ésta se muestra la realidad social y cultural del Ecuador de la época a través de sus personajes representativos como ciudadanos.

Partimos de nuestra pregunta de trabajo: ¿Cuál es la connotación y denotación de la imagen y contenido utilizado en la propaganda política Yo acuso 2? Mientras planteamos como objetivo general: analizar el discurso audiovisual y verbal que se utilizó en la propaganda política de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011.

Los objetivos específicos fueron:

1. Identificar el uso de mensajes audiovisuales manejados por la propaganda “Yo acuso 2” y los efectos de esta en la credibilidad por parte de la ciudadanía.
2. Comprender el contenido del discurso utilizado en la campaña política “Yo acuso 2” de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011.
3. Reconocer la connotación y denotación utilizadas en la propaganda política “Yo acuso 2” de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011.

En el estudio de dicho producto audiovisual se empleó el análisis del discurso, logrando comprender su estructura, sustentada en imágenes y en el discurso verbal que empoderaron a Rafael Correa con un mensaje de credibilidad que lo afianzó en el poder durante 10 años. Además, se realizó un proceso de connotación y denotación sobre el mensaje utilizado en la propaganda política

Alrededor de este tema de investigación “Análisis audiovisual y de contenido de la propaganda política “Yo acuso 2” de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011”.

Sí se han encontrado artículos académicos relacionados, uno de ellos es: “Análisis de la Propaganda del Gobierno de Rafael Correa en Ecuador: “Yo acuso” y la recepción en el estudiante promedio de la facultad de Comunicación Social”. (Males, 2013). Publicado por la Universidad Central del Ecuador, donde se trata temas sobre la disputa en medios que se creó y se mantuvo y el nivel de recepción que tuvieron los estudiantes de la misma universidad de la Carrera de Comunicación al visualizarla.

A diferencia del trabajo mencionado, llevaremos a cabo un análisis que radica en dar a conocer los elementos textuales y audiovisuales que fueron manejados en dicha difusión, imágenes y textos que cumplieron un papel importante en la trasmisión del

mensaje. Mediante la interpretación y investigación de esta propaganda se tendrá más claro el discurso político que era manejado por Rafael Correa y a dónde se proyectaba. Los elementos que se analizaron en este trabajo de investigación permitieron brindar herramientas y conocimientos teóricos, los cuales ayudarán a evaluar un amplio espectro de propaganda política desde un punto de vista comunicacional.

Aproximación teórica

Para lograr un buen análisis de dicha propaganda fue necesaria una revisión teórica sobre el manejo del discurso político, el poder de un discurso en la política, la connotación y denotación de imágenes, la transmisión del mensaje visual y verbal. Los que reflejaron ser parte de las estrategias de comunicación que manejó Correa en su propaganda.

El método que se utilizó fue el análisis de contenido:

Es decir, que el análisis de contenido se limita por lo ordinario al contenido manifiesto de la comunicación y no es normal' que se dirija primariamente a descubrir sus intenciones latentes o los modos de respuesta que sugiere. Sin embargo, es frecuente que los resultados que se derivan de un análisis de contenido sirvan como base para interpretaciones del contenido latente. (López, 1963, p.49)

También se empleó el planteamiento teórico sobre el discurso planteado por Van Dijk (1994) el poder y la persuasión es el mayor controlador de actos lingüísticos en la modernidad. Como lingüista, como analista del discurso, observó que el control mental se da generalmente a través del discurso; es decir, el control mental es discursivo (p.11). Comprendiendo lo que dice el autor el discurso proporciona una clase de poder

que permite persuadir, manejar y controlar a una sociedad por medio de lo que se dice y se muestra.

Como herramienta de investigación para el análisis tenemos la propaganda política “Yo acuso 2” para comprender en qué se basó debemos entender su significado.

Dirigida a las masas, la propaganda política intenta ejercer su influjo con efectos emotivos y no con razones. Exagerando las cualidades y escondiendo defectos de los candidatos, como en los productos, la propaganda política (...) pretende interpretar y responder a las encuestas, estudiar diversos aspectos del comportamiento electoral, para ofrecerle al pueblo lo que éste desea oír. (Corona,s.f, p.7)

En nuestra investigación la propaganda política fue considerada como unidad de muestreo, según Abela (2011) afirma “Las unidades de muestreo son aquellas porciones del universo observado que serán analizadas” (p.13).

El spot publicitario de Correa fue una de sus herramientas permanentes de publicidad que utilizó para su gobierno. “La publicidad política da las herramientas adecuadas en el campo en el que se desenvuelve la política, pero la efectividad que puedan tener estas herramientas en cuanto al cumplimiento y a la orientación de los objetivos, dependerá del líder político” (Santana, 2011, p.19).

Manejaremos dos espacios de análisis: a). El audiovisual y, b). El verbal, los que permitirán interpretar dicha propaganda a través de sus imágenes y lenguaje verbal.

a). La herramienta audiovisual en las propagandas políticas

El aspecto instrumental de la transmisión del discurso persuasivo electoral, para este caso está inmerso en la unidad perceptiva del Spot

que cuenta con diversos elementos que constituyen un medio utilizado por las campañas capaz de transmitir la esencia de las ideologías propuestas en sus elementos constitutivos tanto del partido político como los contenidos programáticos de dichas campañas; es así como en pocos segundos se puede llegar a un número significativo de potenciales votantes gracias a la convergencia de medios, quienes a partir del discurso percibido podrán discernir acerca de lo que dichos contenidos les pudieron generar. (Robayo Quevedo, 2017, p.49)

b). Lenguaje y expresión verbal.

En el lenguaje hay dos planos, expresión y contenido, los cuales son partes inseparables de la función de signo y están en mutua solidaridad: una expresión sólo es expresión en virtud de que es expresión de un contenido, y un contenido sólo es contenido en virtud de que es contenido de una expresión. Cada uno de estos planos se define por oposición y por relación, como partes mutuamente opuestas de una misma función. Un mismo sentido puede tener diferentes expresiones y contenidos dependiendo de la lengua. (Didyme, s.f, p.5)

Explicación sobre manejo de imagen. El impacto de la imagen

La imagen: puede ser una fotografía o un dibujo. La publicidad utiliza con más frecuencia la imagen fotográfica ya que aumenta el recuerdo en un 25% sobre el dibujo; y no solo el recuerdo, sino también la credibilidad. La imagen fotográfica reproduce—lo real ~ literal, o al menos así lo cree quien la contempla. Lo que, por lo general, el

consumidor desconoce es que la fotografía es susceptible de todo tipo de manipulación. (Andalucía, 2012)

El análisis verbal desde un enfoque comunicación

La abstracción, como habilidad en la comunicación interpersonal, es parte de un juego semántico donde las palabras toman varios significados, con los cuales se puede dirigir al interlocutor y lograr de él un objetivo concreto. Intervienen como recursos para garantizar el éxito en estas comunicaciones, las inferencias, declaraciones de hecho, ya sean verdaderas o falsas; y los juicios de valor, tanto del emisor como del receptor. (Guardia de Viggiano, 2009, p.49).

Además de estas herramientas utilizadas para el análisis debemos comprender el contexto que hubo al momento que Correa difundió la propaganda política. Se ubicaba en su segundo periodo de gobierno como presidente del Ecuador, esto lo consideramos como unidad de contexto:

Las unidades de contexto son bases de sentido localizables dentro del texto, constituyen el marco interpretativo de lo sobre saliente de las unidades de análisis, se delimitan de acuerdo con ellas y en función del planteamiento teórico metodológico de cada investigación en particular (Fernández, 2002, p.38)

Debemos tener en cuenta que los signos, lenguaje, imágenes y todos los componentes de la propaganda son especialmente dirigidos para un grupo definido. Giudici (s.f) afirma: Indagar en dicha sociedad y conocerla a fondo son las claves para poder

identificar y posteriormente intentar trasladar esos elementos no claramente visibles a primera vista a una lengua extranjera o, mejor dicho, a otra cultura. (p.62)

Los elementos conceptuales que se utilizaron para lograr un análisis efectivo, para identificar la estructura de la propaganda por medio de los mensajes audiovisuales, el contenido del discurso, la connotación y denotación. Ya que cada elemento manejado en la propaganda, fue necesario para conseguir impacto en la ciudadanía al visualizarla.

Metodología

Este artículo de investigación académica busco entender la estructura de la propaganda política “Yo Acuso 2” del gobierno de Rafael Correa. Esta fue emitida como estrategia para captar seguidores a través de su discurso audiovisual, generó aceptación en la ciudadanía, logrando visualizar solo lo que él quiso que conozcan de su mandato.

Para lograr analizar, este artículo se ocupó la línea de investigación científica *Comunicación y Ciudadanía* que tiene como eje *Comunicación y Política* dentro del banco temático de la unidad de titulación de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, dicha línea consiste en:

La ciudadanía implica una aproximación a la política para la construcción de vida social en comunidad. Nos estamos refiriendo a la concepción ideal de ciudadano(a) en capacidad de ejercer sus derechos políticos. Es decir, un ciudadano(a) que es protagonista y tiene una activa participación en los debates que se producen en la esfera pública para afirmar o transformar la institucionalidad de la comunidad a la que pertenece. Desde esta perspectiva resultan fundamentales los esfuerzos que se hacen desde los medios de comunicación social para el fortalecimiento de la ciudadanía y el reconocimiento de las poblaciones excluidas del ejercicio de su ciudadanía. (Banco temático unidad de titulación, 2016, p.4).

Esta línea nos ayudó a analizar la propaganda mencionada, visualizando que utilizaron a un grupo de ciudadanos como personajes principales para generar identificación con los ecuatorianos. Creando una idea de un país conforme con su gobierno, y de la

apertura que este ha creado para que las personas puedan mejorar su calidad de vida y participar en la revolución ciudadana como él llamaba a su mandato.

La investigación de la propaganda se basó en un enfoque de investigación comunicacional.

La propaganda se desarrolló básicamente en función de la capacidad explicativa, definitoria y diferenciadora de dos criterios: intención y contenido. La intención (el poder) corresponde a la causa generadora de la comunicación por parte del emisor; el contenido (la ideología) corresponde a los elementos específicos a los que se refiere el mensaje.
(Pineda Cachero , 2008, p.34)

Además, se aplicó la investigación descriptiva ya que sí se encontraron artículos relacionados con el tema. El artículo tiene como paradigma de investigación el interpretativo, mediante el cual se logró entender el discurso, texto e imágenes de una manera sistemática, comprendiendo la finalidad de esta propaganda política sin dejar de lado el contexto social e histórico en la cual esta se emitió.

Se utilizó como marco teórico, el artículo “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada” de Jaime Andréu Abela. Específicamente se usó dos componentes del análisis del contenido:

- a) Objeto o tema de análisis.
- b) Inferencias.

La herramienta objeto o tema de análisis, fue necesaria para definir el tema central (*Análisis audiovisual y de contenido de la propaganda política “Yo acuso 2” de Rafael Correa, emitida en noviembre del 2011*). Revisamos también cada una de las

respectivas líneas del objeto de análisis: la primera en emplear fue la unidad de muestreo, para esta investigación se consideró a la propaganda política “Yo Acuso 2” (<https://www.youtube.com/watch?v=bN8Sfh78Vas>), tiene una duración de 1 minuto y 45 segundos.

Como unidad de registro las imágenes estructuradas atractivas, llamativas y acompañadas de diversos discursos positivos emitidos por parte del pueblo ecuatoriano sobre las obras de Rafael Correa.

Otra de las líneas utilizada fue la unidad de contexto, la época en la que se transmitió dicha propaganda política en un escenario, tanto político como cultural, recordando que Correa se encontraba finalizando su primer mandato y comenzando su segundo periodo como presidente de la República del Ecuador.

Según Abela (2011) Inferir es explicar, es, en definitiva, deducir lo que hay en un texto. El analista de contenido busca algunas conclusiones o extrae inferencias – explicaciones- “contenidas” explícitas o implícitas en el propio texto.

Como texto se tomó a la propaganda política audiovisual “Yo Acuso 2” la cual reflejó el agradecimiento de parte de la ciudadanía a Correa por todas las obras realizadas en su primer mandato, implicó a mujeres, hombres, estudiantes, migrantes y obreros, personas de diversas etnias y estatus económico, pero en especial de clase social media y baja. Por medio de esta se demostró que su gobierno pensó en todos los ecuatorianos de todas las culturas dentro y fuera del país, ya que también considero a los migrantes.

Para lograr analizar de mejor manera dichos puntos, se utilizó también como aporte teórico al Roland Barthes con su libro *Retórica de la imagen (en la semiología)*, donde él define tres conceptos importantes para analizar una propaganda, de los cuales se

utilizó dos de ellos: mensaje connotado y mensaje denotado, la herramienta principal fue el video ubicado en YouTube de la propaganda política “Yo acuso 2” <https://www.youtube.com/watch?v=bN8Sfh78Vas> en especial se ubicó minutos esenciales donde se pueden reflejar más claro estos mensajes:

a) Mensaje connotado el que tiene que ver con los sentimientos, ideología y contexto de la persona que lo observa.

b) Mensaje denotado, es un mensaje claro y objetivo que describe lo que muestra la imagen sin saber el contexto o la finalidad. Solo es necesario mirar y describir.



Imagen 1: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”.

Como ejemplo colocamos a continuación la imagen1 en donde la denotación implica: Una mujer con cabello negro, piel trigueña y de vestimenta singular, coloca un papel en una caja blanca, en la parte del fondo se refleja un papel con fotos y nombres.

La connotación en cambio es: Una mujer Ecuatoriana está cumpliendo con su derecho al voto, por su rostro se refleja que está feliz, por tener este derecho. Lo agradecida que ella está con el ex presidente Rafael Correa se lo transmite por medio de su discurso verbal, ya que según ella “el presidente consiguió un espacio equitativo en los procesos electorales”.

Es importante comprender que la Connotación que se realizó está entendida con un imaginario cultural de nacionalismo, una persona Ecuatoriana o que tiene conocimiento del tema podrá comprender lo implícito más no una persona que desconozca de lo expuesto.

Resultados

Este trabajo de investigación se enfocó en analizar la estructura discursiva de la propaganda “Yo acuso” del ex presidente de la República del Ecuador, Rafael Correa Delgado.

Como contexto, ubicamos que sus tres periodos de mandato establecieron estrategias comunicacionales efectivas que permitieron su posicionamiento y empoderamiento político a nivel nacional. Por medio de este artículo se ha identificado de forma objetiva (Connotación) y de forma subjetiva (denotación) las imágenes y discursos transmitidos en este producto audiovisual que logró persuadir a las personas de forma positiva o negativa según su ideología.

Este trabajo de investigación fue realizado en los meses de marzo a julio obteniendo los siguientes resultados, los cuales tienen un adecuado manejo del mensaje, y una comunicación informativa de sus obras a través de la ciudadanía.

La propaganda política “Yo acuso 2”

La unidad de muestreo utilizada, fue la propaganda política de gobierno Yo acuso versión 2 ubicada en la página de YouTube.

Esta tiene como duración 1 minuto con 45 segundos. En un primer momento realizaremos una descripción de las imágenes principales: Al inicio de dicha propaganda aparece un hombre obrero reconocido así por su vestimenta de trabajo, el color de su piel es trigueña, notoriamente identificado con los grupos populares, utiliza el discurso: “quiero denunciar al presidente, por ser el que más ha llevado en la historia de nuestra patria “con un tono fuerte, que complementa con la frase: “el que más ha llevado esperanza a los olvidados”



Imagen 1: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2” (archivodigitaleu, 2012).

La propaganda tiene una secuencia de imágenes de Rafael Correa abrazando a niños y niñas, dando su mano como símbolo de ayuda a un adulto mayor. Inmediatamente aparece una mujer con sus hijos que al visualizar sus rasgos se asemejan a los de sectores populares, continúa la imagen de una mujer de tez blanca con lágrimas en los ojos, y de fondo la voz de Correa diciendo: “Esperanza, estamos viendo”.

Esto refleja que la señora se encuentra conmovida emocionalmente por las palabras de Rafael y, para finalizar, la primera parte de ráfagas de imágenes aparece Rafael Corre junto a un hombre dándole una palmada en el brazo como símbolo de apoyo en una casa de caña similar al ambiente de la costa ecuatorial.



Imagen 2 Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

Para el análisis referimos al teórico **Barthes, (s.f)** “Diremos de inmediato que la imagen literal es denotada, y la imagen simbólica connotada” (p.5). Esto nos ayudó a comprender la denotación como una forma objetiva de ver y escuchar la propaganda, pero por medio de la connotación hemos analizado e interpretado el contenido audiovisual de esta, involucrando el contexto en la cual fue creada y transmitida.



Imagen 3: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

En esta parte de la propaganda se toca el tema sobre la vivienda y la familia, el cual se ve manifestado por el discurso de una señora que por su forma de vestir refleja ser de

clase económica media baja, entrando a una casa de cemento que tiene en la pared una placa del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda del Ecuador MIDUVI, diciendo: “Lo responsabilizo de haber entregado más viviendas que todos los gobiernos anteriores juntos”.

Esto está acompañado de diferentes imágenes como: un niño y su padre de tez trigueña y de apariencia de clase económica baja en una casa donada también por MIDUVI representado con el lema “La patria ya es de todos” que caracterizó al gobierno de Rafael Correa, un niño en una pared de bloque, una señora dentro de su casa, complementado con el discurso: “Y darnos un lugar digno para crecer como familia” con este mensaje se quiere dar a conocer que Correa en su mandato realizó y donó varias casas para las personas de escasos recursos, para generar un desarrollo digno de las familias que necesitan.



Imagen 4: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”.



Imagen 5: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

En estos pocos segundos se muestra una imagen compuesta por dos jóvenes estudiantes en un campus universitario, de tez mestiza. Que destacan un discurso sobre la renegociación de la deuda en el gobierno de Correa.

El joven dice: “Lo acuso de haberle ahorrado a Ecuador 7 mil millones de dólares en interés al haber renegociado con éxito una deuda inmoral” la muchacha apoya lo que el joven comenta y fortalece su discurso con las palabras: “Y haber hecho historia ante el mundo como un país que con valentía enfrenta las ilegítimas presiones internacionales.

Por medio de estos dos discursos se pretende destacar que el ex presidente, logró la condonación de la deuda que Ecuador tenía con organismos internacionales. Con la cifra expuesta (7 mil millones) genera más interés en el discurso. La imagen y el discurso propuesto trata de da a notar que los jóvenes se interesan por la política en el país y tiene conocimientos de lo que pasó y está pasando.



Imagen 6: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”.

En esta parte de la propaganda la imagen que se visualiza es la de una mujer depositando un papel banco en una caja del mismo color, significa que esta sufragando. Analizando el contenido visual del segundo 0:35 a 0:44 refleja que en el gobierno de Correa la mujer en el Ecuador pueden acceder al voto y procesos electorales, pero según *El estudio del sufragio femenino en Ecuador:*

El estudio del sufragio femenino en Ecuador reviste especial interés ya que fue uno de los países en donde se otorgó tempranamente el voto a la mujer y pese a diversos intentos por rescindir este derecho se lo ha mantenido ininterrumpidamente desde 1924 en que el Consejo de Estado dictaminó que no existía ningún impedimento legal para que las mujeres ejercieran el derecho a votar (StefanieKron, 2008, p.116).

Mientras el diálogo verbal que ella utiliza es “Yo quiero acusar a nuestro mandatario de ser el responsable, de que la mujer haya por fin conseguido un espacio equitativo en los procesos electorales”. Por medio de este ella otorga el crédito al ex presidente que la mujer sea considerada en las elecciones.

La imagen no es adecuada para el discurso que se lo emplea, ya que las mujeres en el país sufragan desde el año 1924, mucho tiempo antes del gobierno de Rafael Correa. En esta parte de la propaganda se ha utilizado como estrategia para visualizar que las obras del ex presidente Correa han sido para todos por igual, sin importar el sexo.



Imagen 7: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

El Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (BIEES), según su página web es:

Una institución financiera pública de propiedad del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS, que presta servicios financieros bajo criterios de banca de inversión, para la administración de los fondos previsionales públicos del IESS, para atender los requerimientos de sus afiliados activos y jubilados. (Social, 2012)

En la propaganda política encontramos inmersa esta institución, donde el hombre que representa al usuario de este servicio, agradece al presidente por medio de las palabras “Quiero acusarlo con total seguridad de que estamos recibiendo, lo que los ecuatorianos nos merecemos una seguridad social de primer nivel” mientras se transmite imágenes del lugar. Podemos concretar que esta fue creada en el primer

periodo como presidente Rafael Correa en el año (2007- 2011) ya que en la historia de la institución ubicada en la página web dice:

El Biess se crea mediante la Ley del Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, publicada en el suplemento del Registro Oficial No. 587 del 11 de mayo de 2009, como una institución financiera pública con autonomía técnica, administrativa y financiera, con finalidad social y de servicio público, de propiedad de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS. (BIESS)

No se puede certificar que la atención de esta institución es de primer nivel, pero sí se otorga una parte de este crédito a Correa, ya que los afiliados y jubilados del IESS pueden favorecerse del servicio, pero aun así, se excluye a las personas que no pueden acceder a este servicio por falta, de ingresos o trabajo para aportar a dicha institución.



Imagen 8: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Luego la propaganda pasa a un tema migratorio tomando la crisis. Ecuador a finales del año 1999 se situó en una crisis económica, el cambio de la moneda originaria del país (sucre) cambió a la moneda Estadounidense (dólares).

Muchas personas se vieron perjudicadas ya que al adquirir una deuda en sucres al momento del cambio debían pagarlas en dólares. Sus deudas se multiplicaron por el valor elevado que tenía esta nueva moneda, fue un periodo de cambios en todo el país. Según el artículo sobre El proceso migratorio en el Ecuador después de la crisis económica-financiera de 1998-1999. Un análisis histórico descriptivo:

Otro aspecto importante que ocurre como consecuencia de la crisis es el inicio de un auge migratorio sin precedentes que lleva a muchos ecuatorianos a ejecutar la idea de dejar su “terruño” y buscar mejores días en lugares lejanos como Estados Unidos, España, Italia, entre otros. (El proceso migratorio en el Ecuador después de la crisis económica-financiera de 1998-1999. Un análisis histórico descriptivo , 2016)

En la propaganda política “Yo acuso 2” desde el minuto 0:54 hasta el 1:07 refleja esta problemática social que es la migración. Rafal Correa fue un presidente que tomó en cuenta la opinión de los migrantes, los tuvo presente en sus discursos y mandatos, de esta manera consiguió el apoyo de esta población. Pero esto no fue de tanta ayuda para el país ya que los migrantes ecuatorianos se encontraban erradicados en varias partes del mundo, donde la información sobre lo que sucedía económicamente y políticamente en Ecuador no era la suficiente y adecuada. Mientras una persona que vive en el mismo país conoce las necesidades claras de un ciudadano.



Imagen 9: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del expresidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

“Presidente los ecuatorianos si queremos ser informados con frecuencia, lo que no queremos es que se utilice las frecuencias de los ecuatorianos para ser desinformados”, estas palabras son expresadas por la imagen de una joven mujer, de piel blanca y ojos verdes, que por sus facciones se podría decir que pertenece al grupo económico de clase media a alta. Este fue un discurso pertinente al contexto que se vivió en esa época, pues los medios de comunicación no tenían una buena relación con el mandato Rafael Correa.



Imagen 10: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del expresidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno Yo acuso versión 2”

Esta parte de la propaganda utiliza una imagen diferente para el discurso generado por las dos personas de tez negra, que representan a los pueblos étnicos del Ecuador. El

hombre dice: “Lo responsabilizo de quitarnos la venda de los ojos para que podamos ver con hechos que antes no se hacía nada” y la mujer apoya y resalta el discurso expresando: “Para que podamos mirar que la patria está volviendo” mientras se encuentran en el ferrocarril y se transmite imágenes del tren en actividad, el cual tiene el sello “Ecuador ama la vida” esta fue otra de las obras que Correa rehabilitó en su gobierno.



Imagen 11: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del expresidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

El grupo de personas que participaron en la propaganda se reúne al final de esta y expresan con un tono fuerte: “Presidente le exigimos que continúe así”.

Los actores, las acciones y los contextos son tanto contractos mentales como constructos sociales. Las identidades de la gente en cuanto miembros de grupos sociales las forjan, se las atribuyen y las aprehenden los otros, y son por tanto no sólo sociales, sino también mentales. (Dijk V. , 1999.p.26)

La imagen representa una mezcla de etnias, clases sociales, profesiones, y regiones. Encontramos un periodista, un obrero, un doctor, una persona de etnia indígena, una ama de casa, jóvenes, adultos, mujeres, hombres de todas las edades. Los actores sociales expuestos aquí fueron participes para generar apoyo a la ideología y gobierno de Correa ya que por medio de esta se transmite que Rafael Correa fue un presidente que pensó en todos los ecuatorianos de todas las partes sin importar su condición económica, cultural y social.



Imagen 12: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del expresidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno” “Yo acuso versión 2”

Para finalizar la propaganda se visualiza una ráfaga de imágenes dividida en dos. Un lado están varias imágenes de periódicos donde aparece el apellido de Rafael Correa y el otro lado está lleno de fotografías del ex presidente junto a Lenin Moreno quien en la época era vicepresidente del Ecuador, en el palacio de Carondelet. Correa con niños y ancianos de diferentes tipos de piel en sus brazos, en general representan al pueblo ecuatoriano. El discurso que se utiliza como fondo de estas imágenes es “Rafael para tu pueblo y más Correa para los corruptos, porque si algo te has robado es el corazón de los ciudadanos de la patria”



Imagen 13: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del expresidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

Rafael Correa fue reconocido con su eslogan principal de gobierno “La Revolución Ciudadana Avanza” utilizado desde su primer periodo como presidente en el año 2007 según la FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES SEDE ECUADOR dice:

Acompañado de aportes materiales, el discurso de Rafael Correa y la Revolución Ciudadana cuestiona los fundamentos de la situación de los más pobres: no es solo el bien material, es el bien material más, una oportunidad para relacionarse con el líder, la invitación a aprender como “defenderse”, cómo impedir los abusos. (ECUADOR, 2011)

Esta marca que identificó al gobierno de Correa por medio de su eslogan fue acompañada de una imagen donde se utiliza los colores de la bandera del Ecuador como representación de nacionalismo, una persona con los brazos abiertos y alzados como símbolo de victoria en un paisaje de montañas que representa al país y su sonido peculiar de firmeza.



Imagen 14: Fotograma de la propaganda política “Yo Acuso2”, del ex presidente Rafael Correa en noviembre 2011.

Tomada de la propaganda política de gobierno “Yo acuso versión 2”

El gobierno de Correa destacó por el uso de eslogan, en el año 2010 creó junto al Ministerio de Turismo la marca: “Ecuador ama la vida” la cual está compuesto por colores de la bandera del el país, y acompañada de una ruleta en la mitad de las palabras, que tiene un degrade en base a la gama de colores amarillo, azul y rojo. En la época de realización de dicha marca el diario El Universo comento:

Siete círculos multicolores y el eslogan "Ama la Vida", elaborado por la agencia de publicidad UMA Creativa, conforman la nueva marca del Ministerio de Turismo, que ahora también se ha convertido en la imagen del país, con la que se promocionará a Ecuador interna y externamente. Así fue presentada el pasado sábado en el enlace sabatino, por el presidente Rafael Correa y el ministro de Turismo, Freddy Ehlers. (Universo, 2010)

La connotación Según (Barthes) Si hacemos a un lado el mensaje lingüístico, que da la imagen pura (aun cuando las etiquetas forman parte de ella, a título o anecdótico). Esta imagen revela de inmediato una serie de signos discontinuos. (p.2)

Esta teoría es real, ya que solo viendo la propaganda de forma visual, sin el discurso verbal, se comprende que esta habla sobre Rafael Correa por las varias imágenes del ex presidente junto a varias personas y por su eslogan característico. Esto es válido siempre y cuando la persona que lo observa tiene los mismos códigos y símbolos, por ejemplo es ecuatoriano, o vive en el país o tiene conocimientos sobre la política del Ecuador en dicha época.

A través de las imágenes culturales, símbolos, códigos y lenguaje utilizados. Una persona se identifica con alguien de su mismo país, por lo tanto el spot publicitario fue protagonizado con personas ecuatorianas de diferentes sectores. El lenguaje fue el español y el tipo de tonalidad cambio según el sector que la persona representaba.

Por medio de los jóvenes, mujeres, hombres, niños y niñas, migrantes, mestizos, blancos, indígenas y negros de estatus económicos diferentes. Se logró llegar a toda la población etaria. Los lugares ayudaron a reconocer las obras mencionadas.

El slogan la “Revolución ciudadana avanza” al igual que la marca “Ecuador Ama la vida” fueron esenciales para reconocer su gobierno. Sus colores son asociados con los de la bandera del Ecuador, además estas palabras claves son fáciles de recordar y se repitieron en cada propaganda de Rafael Correa. Estas fueron una estrategia de percepción audiovisual para que la gente mantenga en su mente este gobierno y lo reconozca por medio de estos símbolos y colores.

(Barthes) La imagen es re-presentación, es decir, en definitiva, resurrección, y dentro de esta concepción, lo inteligible resulta antipático a lo vivido (p.1).

Como dice Barthes la imagen es una representación por lo cual en la propaganda se utilizó varios discursos que se los reforzaron a través de la representación de la imagen. Un ejemplo claro fue el segundo 0:45 0:53 donde se habla del Biees y aparece la institución y un usuario en ella, además su infra estructura con el nombre legible para asociar el discurso con la imagen.

La gente que tiene el poder, desde el presidente, el primer ministro, hasta el profesor, el médico, son personas que hablan, Que escriben, que controlan el discurso público. El discurso soy la comunicación se convierten entonces en los recursos principales de los grupos dominantes. (Dijk C. d., 1994)

El ex presidente de la república fue parte de un grupo dominante, la mayoría de integrantes de la asamblea eran del partido político alianza país 35, quienes tenían la misma ideología política, esto le otorgó más poder ya que se encontraba respaldado en cada decisión que tomaba sobre el país. La construcción del poder de Rafael Correa fue por medio de su discurso empleado junto con estrategias de comunicación que le permitieron reconocer su mandato, pues los medios de comunicación siempre hablaron de él en forma tanto positiva como negativa generando contenidos para la sociedad.

Conclusiones

Rafael Correa Delgado y su partido Alianza País manejaron de una forma permanente estrategias de comunicación, las cuales dieron a entender que su gobierno mantuvo informados a los ciudadanos de los movimientos que él deseaba que conocieran.

La propaganda política habla de Correa y las obras que ha hecho en los diversos ámbitos: educación, vivienda y familia, migración, economía, igualdad de género. Pero no muestra un discurso emitido directamente por el ex mandatario.

Por medio de la propaganda política de gobierno “Yo Acuso 2” generó nacionalismo, permitió que los ecuatorianos se identifiquen con los protagonistas.

Hay imágenes que tienen compatibilidad con el discurso verbal utilizado, mientras otras imágenes no representan en su totalidad los discursos expuestos, también depende la ideología que tenga el emisor, pues una persona que apoye a su partido político aceptará todo lo dicho, mientras una persona que esté en desacuerdo con su política hará crítica a su propaganda. Yo acuso versión 2 es una propaganda que maneja un mensaje verbal fácil para que los ciudadanos puedan comprender de que se habla y que se quiere dar a conocer.

El discurso verbal que se utiliza en dicha propaganda está compuesto de palabras positivas como: “esperanza, quiero agradecer, el que más ha hecho, se ha llevado el corazón del pueblo” todo enfocado para el ex presidente Correa y transmitido por los personajes principales que simulan ser los “ciudadanos”.

Los eslogan utilizados al final de la propaganda son esenciales y estratégicos el primero fue elaborado desde el comienzo de su mandato tomando en cuenta siempre

los colores de la bandera reflejando patriotismo e identificando al país además la frase “la revolución avanza” le caracterizo su mandato como presidente mientras el otro simboliza nuestro país como un lugar turístico nacional e internacional, los dos fueron creados en el gobierno de Correa.

La denotación principal fue la imagen final donde se encuentran reunidas todas las personas que participaron en la propaganda más otras que simbolizan las diferentes clases, etnias y profesiones del Ecuador además hay diversidad etaria, involucrando a todas las personas hombres, mujeres, niños y niñas en su gobierno. El mensaje connotado tiene que ver con la perspectiva del espectador, pero un ecuatoriano sí logra comprender lo que se expone en la propaganda porque no es transmitida por el pueblo y para el pueblo, la vestimenta, la forma de hablar y los lugares de ambiente generan más aceptación e identificación audiovisual.

Se utilizó como enemigo los anteriores gobiernos, que según lo que se dice aquí no entregaron las viviendas necesarias, no visibilizaron a los migrantes, también los medios de comunicación que desinforman a los ecuatorianos y las presiones internacionales que generan deudas.

Se puede visualizar que las personas que son parte de la propaganda la mayoría son de clase media baja o popular. La época en la que se creó este spot publicitario de gobierno fue al ganar su segundo periodo como presidente del Ecuador. Se podría decir que fue una forma de rendir cuentas de sus obras y de generar más apoyo a su presidencia.

En el contexto que se elaboró la propaganda, Correa mantenía una relación no tan buena con los medios de comunicación ya que ellos generaban contenido de su mandato y él no estaba de acuerdo totalmente con lo que se transmitía. Los

protagonistas utilizan un tono de firmeza y sensibilidad en sus discursos o diálogos expresados.

Mediante la propaganda política se logró inferir que un gobierno que genera contenidos comunicacionales de cualquier tipo, produce más credibilidad en la ciudadanía de alguna manera los mantiene informados de lo que sucede en el país la información no siempre es verídica pero esto crea contenidos del político y los permiten visualizar en medios de comunicación convencional y masivos y a la vez en la sociedad produce de que hablar tanto bueno como malo.

Referencias Bibliográficas

Pineda Cachero , A. (2008). *Un modelo de análisis semiótico*. Recuperado el 28 de 07 de 2019, de Un modelo de análisis semiótico: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n6/articulos/3_Un_modelo_de_analisis_semiotico_del_modelo.pdf

Abela, J. (2011). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Recuperado el 25 de 07 de 2019, de Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada: mastor.cl/blog/wp-content/uploads/.../Andreu.- analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf

Andalucía, F. d. (Enero de 2012). LA INFLUENCIA DE LOS COLORES Y LA IMAGEN EN LA PUBLICIDAD. *Temas para la educación* , 7.

archivodigitaleu. (6 de febrero de 2012). *Propaganda del Gobierno Yo acuso versión 2*. Recuperado el 18 de julio de 2019, de Propaganda del Gobierno Yo acuso versión 2: <https://www.youtube.com/watch?v=bN8Sfh78Vas>

Barthes, R. *Retorica de la imagen en la semiología*.

BIESS. (s.f.). *BIESS Banco de IESS*. Obtenido de BIESS Banco de IESS: <https://www.biess.fin.ec/inicio>

Corona Nakamura, L. A. (s.f.). *“PROPAGANDA ELECTORAL Y PROPAGANDA POLÍTICA”*. Obtenido de “PROPAGANDA ELECTORAL Y PROPAGANDA POLÍTICA”:

<http://derecho.posgrado.unam.mx/congresos/congreibero/ponencias/LuisAntonioNakamura.pdf>

Didyme, A. (s.f.). DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN. OVA .

Dijk, C. d. (1994). *Discurso, Poder y Cognición Social*.

Dijk, V. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona.

ECUADOR, F. L. (2011). CORREA Y LA REVOLUCION CIUDADANA UNA MIRADA DESDE LA PERIFERIA. 131.

El proceso migratorio en el Ecuador después de la crisis económica-financiera de 1998-1999. Un análisis histórico descriptivo . (2016). Recuperado el 03 de 07 de 2019,

de El proceso migratorio en el Ecuador después de la crisis económica-financiera de 1998-1999. Un análisis histórico descriptivo :

<https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Santiago2016/htdocs/pdf/p1696.pdf>

Fernández, F. (2002). *EL ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO AYUDA METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN*. Recuperado el 25 de 07 de 2019, de EL ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO AYUDA METODOLÓGICA PARA LA INVESTIGACIÓN:

<https://www.revistacienciasociales.ucr.ac.cr/images/revistas/RCS96/03.pdf>

Giudici Fernández, B. (s.f.). *DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN REVISITED*.

Recuperado el 25 de 07 de 2019, de DENOTACIÓN Y CONNOTACIÓN REVISITED: https://cvc.cervantes.es/lengua/hieronymus/pdf/09_10/09_10_053.pdf

Guardia de Viggiano, N. (2009). *COORDINACIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL CENTROAMERICANA Lenguaje y Comunicación*. Gobierno Real de los Países Bajos: Impresión Litográfica.

López, E. (1963). *EL ANÁLISIS DE CONTENIDO FUNDAMENTO SOCIO-CULTURAL*. Recuperado el 25 de julio de 2019, de EL ANÁLISIS DE CONTENIDO FUNDAMENTO SOCIO-CULTURAL: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2047530.pdf>

Males, N. (2013). *Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 22 de 07 de 2019, de Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2427?mode=full>

Robayo Quevedo, W. M. (Enero de 2017). *El AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA POLÍTICA Persuasión electoral a través del discurso audiovisual utilizado en las campañas presidenciales en Colombia 2014*. Recuperado el 25 de 07 de 2019, de El AUDIOVISUAL COMO HERRAMIENTA POLÍTICA Persuasión electoral a través del discurso audiovisual utilizado en las campañas presidenciales en Colombia 2014: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5148/1/RobayoQuevedoWilliamM arlon2017.pdf>

Santana, F. (22 de 09 de 2011). *La publicidad política da las herramientas adecuadas en el campo en el que se desenvuelve la política, pero la efectividad que puedan tener estas herramientas en cuanto al cumplimiento y a la orientación de los objetivos, dependerá del líder polític*. Recuperado el 25 de 07 de 2019, de La publicidad política da las herramientas adecuadas en el campo en el que se desenvuelve la política, pero la efectividad que puedan tener estas herramientas en cuanto al cumplimiento y a la

orientación de los objetivos, dependerá del líder polític:

https://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/76-Santana-Fabian.pdf

Social, B. d. (2012). *Biess banco del IEES*. Obtenido de Biess banco del IEES: <https://www.biess.fin.ec/nuestra-institucion/historia>

Universo, D. e. (19 de octubre de 2010). *El Universo*. Recuperado el 10 de julio de 2019, de El Universo: <https://www.eluniverso.com/2010/10/19/1/1356/nueva-marca-turismo-convirtio-imagen-pais.html>

Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona.