

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICAS**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
SOCIÓLOGA CON MENCIÓN EN CIENCIA POLÍTICA**

**ANÁLISIS SEMIOLÓGICO DEL DISCURSO VISUAL DEL SPOT
ELECTORAL DE RAFAEL CORREA: CASO ELECCIONES 2013 “LA
BICICLETA”**

NOMBRE: ANDREA VANESSA SANABRIA SALINAS

DIRECTOR: DRA. NATALIA SIERRA

CIUDAD: QUITO, AÑO 2014

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ANDREA VANESSA SANABRIA SALINAS**, C.I. 1718430497 autor del trabajo de graduación intitulado: **“Análisis Semiológico del Discurso Visual del Spot Electoral de Rafael Correa: Caso Elecciones 2013 La Bicicleta”**, previa a la obtención del grado académico de **SOCIOLOGÍA CON MENCIÓN EN CIENCIA POLÍTICA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 28 de OCTUBRE del 2014

ANDREA VANESSA SANABRIA SALINAS
C.I. 171843049-7

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por la vida, por guiado mi camino que nunca me faltó su luz y milagros en cada etapa de mi vida.

A mis padres Alicia y Olmedito por su apoyo incondicional, quienes guiaron y me dieron todo en la vida su amor y apoyo incondicional.

A mis hermanos por sus consejos y ejemplo de lucha y superación.

A Natalia por su apoyo y enseñanzas en la dirección de esta investigación.

DEDICATORIA

Con mucho cariño a mis padres, a mi madre por haber sido base fundamental de este logro, quien con su aliento, ánimos, amor incondicional ha sido mi apoyo y gestora de esta nueva culminación.

A mi hermana Diana por ser mi consejera que con sus enseñanzas y críticas me ayudaron a la culminación de este trabajo.

A mi hijo Rafael por ser mi motor y mi razón de ser, este logro es por ti y para ti. A mi esposo Wladimir por ser amigo, consejero que siempre estuvo ahí para darme ánimo y culminar esta investigación.

Tabla de contenido

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
RESUMEN.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	3
1.1 Semiología o Semiótica.....	3
1.2 Lengua y Habla.....	8
1.3 Significación-Sentido.....	12
1.4 Objeto-signo.....	13
1.1 Elementos de Semiología	14
1.5 Signo-Función	16
1.7 Sistema y sintagma	17
1.9 El mito	20
1.10 La Ideología	23
1.11 Imaginario Social	29
CAPITULO II.....	37
2.1 Surgimiento del Movimiento País.....	41
CAPITULO III.....	52
3.1 Narración Cronológica del spot.....	52
3.2 Justificación y explicación de la matriz o tabla.....	53
3.3 Los signos del spot publicitario (Clasificación, descripción, análisis y función de los signos en el spot)	54

3.8 Análisis del Discurso ideológico del Spot Electoral de Rafael Correa “La Bicicleta”	97
3.9 Análisis del Spot electoral de Rafael Correa: elecciones 2013 “La Bicicleta” Imaginarios Sociales	101
3.9.1 Ethos en el discurso visual la Bicicleta	105
Conclusiones	110
BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	115

RESUMEN

El spot principal de la campaña electoral del Eco. Rafael Correa “La Bicicleta”, producida en las pasadas elecciones del 2013, contó con la supervisión de varios asesores y expertos publicitarios entre ellos el Dr. Vinicio Alvarado (Secretario Nacional de la Administración Pública), teniendo como objetivo la tercera reelección del entonces candidato a la presidencia.

El spot abordado en el presente trabajo de tesis, busca entender, mediante el análisis del discurso visual y la semiología, los factores que inducen a la creación de imaginarios sociales de patriotismo y la necesidad de encontrar un líder nato proyectado en la imagen de Rafael Correa.

Cada imagen que compone el spot analizado está cargado de un alto contenido semiológico, por ello se realizará el análisis del discurso visual del spot desde la semiología, como la ciencia que estudia la ley de los signos, así como imágenes y colores que se fusionan como elementos que refuerzan el contenido y el mensaje dentro del discurso publicitario

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación y análisis semiótico aborda el discurso visual sobre el spot electoral de Rafael Correa: Caso elecciones 2013 “La Bicicleta”.

Al mismo tiempo este estudio busca detectar y definir los signos o elementos dentro del discurso visual de la propaganda del candidato Correa.

El objetivo central de esta investigación es establecer cómo el discurso visual del spot electoral “La Bicicleta” ha configurado un imaginario social de patriotismo y la necesidad de un líder. En relación a lo último es importante señalar que el spot analizado logra una identificación de las cualidades personales de R. Correa-hombre, joven, deportista, patriota, ecologista, etc.- con las demandas de lo que debe ser un líder. Lo que se ha operado es la creación de una marca llamada Correa, que muestra una transformación del spot publicitario gubernamental de una visión informativa a ser una forma de marketing político que promociona un producto electoral.

Este spot nos muestra a Rafael Correa como un ciudadano común que deja a un lado su rol de Presidente del Ecuador (despojándose del poder y dejando atrás el Palacio de Carondelet, su traje formal, banda, despacho y silla presidencial) para recorrer el país en bicicleta.

Se denota y se proyecta la seguridad tanto física como mental del candidato hacia el electorado. Además el candidato Rafael Correa se muestra en un plano más íntimo de reflexión acerca de los logros alcanzados y lo que falta por realizar en su gobierno. Además se hace énfasis en el mensaje: “La reelección es hacer Revolución”, con el afán que el proyecto político de la REVOLUCIÓN CIUDADANA perdure en el tiempo y sea la primera fuerza política dominante en el país.

Se percibe un spot lleno de energía y juventud, pero sin perder la esencia de nacionalismo y autoestima, destacando a un gobierno altamente patriota. El discurso contiene elementos importantes dentro del imaginario de la masa, tales como: Modernidad y desarrollo, elementos étnicos, Patria, distinción entre el pasado y el presente, naturaleza, etc., así mismo se resalta

valores políticos y características de un líder populista que exalta a su pueblo como digno, soberano, merecedor de la continuidad del cambio y la fe de nuevos logros. Se expresa que el gobierno de la Revolución Ciudadana es de todos y para todos, logrando rescatar a la Patria, y devolviendo la esperanza y dignidad a su pueblo.

La presente investigación se estructura en 3 capítulos definidos, un marco teórico en el cual se definen los conceptos y categorías que serán la pauta del desarrollo de este trabajo de análisis.

Se utiliza teóricamente la semiología estructuralista de Roland Barthes, basándose en conceptos dicotómicos heredados de la lingüística de Saussure tales como:

- Lengua/habla
- Significado/significante
- Denotación/connotación
- Sistema/sintagma así como el signo.

Además de categorías como:

- La retórica
- Mito
- Mensaje publicitario
- Imagen, etc.

La concepción ideológica de Zizek, y los trabajos teóricos de imaginarios sociales abordados desde Castoriadis, Michael Mafessoli y Backzon. La Investigación está ubicada dentro de la metodología de investigación descriptiva cualitativa, la técnica utilizada es la observación y análisis del spot electoral a través del análisis semiológico; un marco referencial, en el cual se presenta el contexto socio-histórico y político que enmarca el discurso de Correa; y finalmente, se integra un capítulo en el cual se desarrolla el análisis del discurso visual del spot electoral de Correa para generar las conclusiones de dicha investigación.

Con estos referentes teóricos se pretende comprobar si la existencia de elementos en el spot “La Bicicleta”, influyen en la creación de un nuevo patriotismo y evocan la existencia de un líder-Correa tiene las cualidades propias y óptimas de un líder que se identifica con la población joven ecuatoriana.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Este capítulo tiene como objetivo tratar los conceptos teóricos fundamentales de la obra de Roland Barthes, que servirán más adelante para el análisis del spot electoral “La Bicicleta”. Conceptos que Barthes heredó de la lingüística saussuriana como los pilares de la semiología y concepciones de semiología de Zechetto. Además, de analizar la semiología, se analiza el mensaje publicitario, el mito y la retórica de Roland Barthes, así como el estudio de la ideología de Zizek e imaginarios sociales de Castoriadis, Maffesoli y Backzon.

1.1 Semiología o Semiótica

Para Chiriboga (2003) los orígenes de la semiología o semiótica como la ciencia de los signos, tiene una larga historia que nos lleva a los inicios de la reflexión cognoscitiva desde la filosofía misma. Las primeras interpretaciones de la realidad se caracterizan por la universalidad del signo, con ello las primeras reflexiones de la realidad se debían establecer con la necesidad de estudiar, descubrir aquellas leyes de omnipresencia. Las primeras observaciones se las realiza con el tratamiento y estudio de las enfermedades.

Tanto “la retórica y la filosofía constituyeron los pilares de las primeras investigaciones semióticas”, iniciándose a través del estudio de las causas y efectos de la persuasión, pues la palabra pública poseía el poder de disponer sin la necesidad de la palabra (Chiriboga, 2003).

La primera existencia de un dominio propio de la “ciencia de los signos”, la semiología, aparece con los estudios de Pierce y Saussure con planteamientos tanto cualitativa y cuantitativamente diferentes. Pierce hereda la concepción lógico-filosófica y científica. Por

otra parte, Saussure relacionó a la semiología con la psicología social pero a su vez manteniéndola dentro de los límites de la lingüística.

Zecchetto (2002) sostiene que existe también diferencia en la terminología para designar a esta nueva ciencia, estableciéndose dos tradiciones etimológicas cuyas dos palabras son el reflejo del pensamiento de Saussure y Pierce.

El término semiología que se difundió en Rusia, América Latina, se destacan los pensadores: Barthes, Hjelmslev, Prieto utilizaron dicha terminología aunque desde distintas posturas teóricas. El término semiótica se impuso en los países anglosajones y en América Latina influenciados por Pierce y autores como: Eco, Greimas, Courtés, Steimberg, Zecchetto, y otros más se hicieron eco de este término.

En 1969 el Congreso en la Haya (Asociación Internacional de Estudios Semióticos) aceptó en unificar ambas posiciones y adoptar el término semiótica. Sin embargo, se continúa haciendo la distinción entre semiología y semiótica por varios estudiosos de la materia.

Consecuentemente, la semiología “es la ciencia que estudia los signos y los fenómenos comunicativos: las reglas que los gobiernan su generación y producción, transmisión e intercambio, recepción e interpretación” (Chiriboga, 2003), es decir, la semiología se vincula a la comunicación humana desde el punto de vista que el hombre otorga significado a las cosas convirtiéndolas en signos.

Para Zecchetto (2002) la semiótica no solo se agota en la descripción de los signos y sus significados, además incluye a “la semiosis la dinámica concreta de los signos en un contexto social y cultural”. Además, la semiótica se interesa principalmente por el análisis del sentido y las significaciones que se producen en la sociedad a través de la semiosis.

“La semiosis es un fenómeno operativo, en el cual los diversos sistemas de significaciones transmiten sentido desde el lenguaje verbal al lenguaje no verbal, lenguajes audiovisuales, hasta las más modernas comunicaciones virtuales” (Zecchetto, 2002) es decir, para el autor la semiosis es la materia prima del pensamiento y por ende de la comunicación.

La semiótica es una ciencia que depende de la “realidad de la comunicación social” (Zecchetto, 2002) pues las personas coexisten y practican la comunicación todo el tiempo, además otorgamos sentido, estructura y funcionamiento a los signos para la comunicación.

Podremos decir que, la semiótica nos proporciona importantes herramientas para el análisis del mensaje publicitario para lo cual debemos definir el concepto de signo, como el centro de la semiótica.

Zecchetto (2002) piensa en las imágenes como un objeto del lenguaje, lugar de representación, como un elemento de narración y como unidad comunicativa. Las imágenes están atestadas de cargas simbólicas, pues estas construyen realidades y signos comunicativos.

De lo anterior se desprende que el signo es un estímulo, es una sustancia sensible, cuya imagen mental está asociada en nuestra mente a la imagen de otro estímulo. Es decir, las imágenes que se presentan en nuestras mentes se dan como estímulos con la finalidad de comunicar.

El término semiótica viene del griego *semeion* que significa signo. El signo constituye el objeto de estudio de la semiología, “los signos rigen el comportamiento del hombre y todo proceso de aprendizaje se reduce al conocimiento y manejo de signos” (Barthes, 1970). Es decir, el signo se inserta dentro del proceso de comunicación, como medio en la trasmisión del mensaje. Varios autores consideran que el signo es el vehículo entre el pensamiento y la realidad.

Entonces la semiótica facilita entender el significado de los signos, es decir, de imágenes icónicas, que representan sentidos culturales y que, a partir de ellos, se construyen diversos

discursos de diferente índole. “Consideradas como textos visuales, las imágenes se pueden estudiar a partir de un sistema de reglas, es decir, de un código teórico usado como instrumento de análisis” (Zecchetto, 2002).

En este sentido, hay que considerar que muchos de los símbolos culturales que se tienen en un medio determinado son producto de acontecimientos y hechos que marcan un contexto determinado.

El lenguaje humano manifiesta que somos seres simbólicos y los símbolos guían nuestro comportamiento, toda respuesta simbólica va articulada en un sistema de significaciones sociales, a menudo complejas y muy ajenas a la realidad natural (Zecchetto, 2002).

Establecidos a simple vista rasgos de las líneas matrices sobre las que se edificaron el origen y objeto de estudio de la semiología, desde la corriente de la lingüística y lógica filosófica es preciso introducir el problema que gira en torno al análisis de la semiología.

En esta investigación utilizaremos la terminología que uso Barthes de semiología quien heredó en primera instancia las concepciones de la lingüística de Saussure, para posteriormente trasladar su visión de semiología a la cultura.

Para Barthes la lingüística es “la ciencia que explica de qué manera los hombres dan sentido a los sonidos articulados” y propone que la semiología sea “la ciencia que estudie la manera en que los hombres dan sentido a las cosas que no son sonidos” (Barthes, 1993).

La ambición de Barthes es postular a la semiología un carácter extensivo “ciencia de todos los sistemas de signos”, es decir, no solo tomar objetos lingüísticos sino abarcar el análisis de signos no lingüísticos (gestos, señales, imágenes, ropa, peinado, etc.) la semiología, según nuestro autor debería tener un carácter extensivo, ya que debía abarcar tanto los sistemas de signos y hechos significativos en el seno de la sociedad.

Barthes, partiendo del neo-marxismo mostró, a la semiótica como un sistema de lucha contra las estructuras de poder. En *“La Aventura Semiológica”* plantea que toda crítica ideológica debe ir ligada al análisis semiológico.

En este sentido, Barthes (1993) bajo la concepción saussuriana adquiere la tesis que la “cultura de masas puede ser leída como un lenguaje” tanto en: cine, gastronomía, moda, deportes, etc. conforman representaciones colectivas las cuales se organizan o estructuran como sistema de signos, es decir, producen sentido. Analizar el lenguaje es llegar a la ideología ya que para el autor el lenguaje es el soporte de la ideología de la cultura de masas.

Es precisamente en la cultura de masas y en sus procesos ideológicos comunicativos que entiende una lógica del intercambio de mercancías, en la que el objeto se vuelve símbolo y signo de status. Para Barthes, tener una aproximación de la estructura del consumo es acercarse, a una realidad en la que subyace una ideología que es disfrazada como algo natural.

Con esto Barthes (1993) afirmara que no hay signos naturales: todo signo es cultural a pesar que las instituciones pretenden naturalizar los signos a través del lenguaje. Por tal razón para R. Barthes la semiología, sirve como análisis para desmontar las representaciones de la cultura de masas, “la crítica ideológica parte de una definición de ideología en términos de discursos que oscurecen las relaciones sociales que naturalizan y universalizan” (Barthes, 1999).

Barthes se basa en la línea del pensamiento de Saussure, al igual que otros semiólogos. El segundo pensaba que... “la lingüística era parte de la ciencia que estudia los signos en el seno de la vida social esta es la semiología” (Barthes, 1993).

Mientras que el primero considera que la lingüística es la que abarca al resto del sistema de signo. Cabe recalcar que muchas veces los signos no sólo funcionan solos sino que son complementarios por el mensaje lingüístico.

Barthes (1993) utilizará elementos analizados por Saussure en la lingüística estructural y los agrupara de igual manera en términos dicotómicos tales como:

1. Lengua-Habla
2. Significado-Significante
3. Sistema- Sintagma (Paradigma)
4. Denotación-Connotación

1.2 Lengua y Habla

La dicotomía entre lengua y habla utilizada por Saussure, el cual partió de la naturaleza “multiforme y heteróclita” del lenguaje, se manifiesta como independiente a la unidad. Cabe recalcar que no hay lengua sin habla, ni habla fuera de la lengua, es decir, una verdadera relación dialéctica. (Barthes, 1993).

***Lengua.-** Es el lenguaje menos la palabra: es a la vez una institución social y un sistema de valores. Es decir, es la parte social del lenguaje, el individuo no puede, por sí mismo, ni crearla ni modificarla; es el producto de un contrato colectivo en donde el individuo se somete a este completamente si quiere comunicarse. Además, es un producto social según Barthes (1993) autónomo, a la manera de un juego que tiene sus propias reglas lo que implica su aprendizaje y manejo de estas reglas, para lograr la comunicación y por lo tanto no podría existir sociedad.

Ahora bien, (Barthes,1993) entiende a la lengua como sistema de valores porque se constituye de elementos que existen a la manera de un “vale-por”, vale para obtener un bien, pero también respecto a otros “vale-por” que tienen un valor más fuerte o más débil.

De lo anterior expuesto, podemos decir que este sistema de valores le permite al individuo adquirir bienes y beneficios dentro de la institución social, tanto en creencias y pensamientos que organizan la vida social de los individuos en una cultura.

Tanto el aspecto institucional y el sistemático están ligados, ya que son el producto de valores contractuales los cuales para Barthes son arbitrarios e inmotivados, es decir, resisten a las modificaciones del individuo aislado y por lo tanto son una institución social.

***Habla.-** Es un acto individual de selección y actualización. “Está constituida por las combinaciones mediante las cuales el sujeto hablante puede utilizar el código de la lengua con el fin de expresar su pensamiento personal podría llamarse discurso a esta habla extendida” (Barthes, 1993). El habla está constituida por signos idénticos, cada uno se convierte en elementos de la lengua.

El habla se trata de una combinación. Su principal función es la evolución de la lengua, la cual es producto e instrumento del habla, “cada signo se convierte en un elemento de la lengua; porque el habla es esencialmente combinatoria: corresponde a un acto individual y no a creación pura” (Barthes, 1993).

Lengua y habla se establecen en una relación dialéctica, es decir, la lengua es el producto y el instrumento del habla. No hay lengua sin habla y no hay habla fuera de la lengua, “la lengua es el tesoro depositado por la práctica del habla en los sujetos pertenecientes a una misma comunidad” por ello se puede hablar de contrato social y es a la vez la suma colectiva de impresiones individuales.

El análisis semiológico separa la lengua del habla, es la forma de establecer el proceso del sentido. Barthes hace referencia a Hemslev quien distribuyó los términos de una manera más formal que Saussure; distingue tres planos:

Esquema.- Es la lengua como forma pura.

Norma.- Es la lengua en su forma material, definida ya por una realización social.

Uso.- Es la lengua como un conjunto de hábitos de una sociedad.

Las relaciones entre estos tres niveles son varias: la norma determina al uso y al habla; el uso determina al habla y viceversa; el esquema al uso, habla y norma.

Barthes establece a la lengua en lo siguiente:

Por oposición.- Son los elementos diferentes que no tienen el mismo sentido.

Por asociación.- Son los elementos que conforman la lengua.

Barthes (1993) extiende la categoría de lengua/habla a todos los sistemas de significación, a pesar de darse cuenta que los términos lengua y habla (sobre todo el habla) no son apropiados a los sistemas no verbales, los mantiene a falta de una definición mejor.

“En el lenguaje visual la lengua es la analogía- ya sea artificial o natural-ya sea artificial o natural-como convención social, y el habla es el discurso verbal individual que expresa de un modo contingente lo comunicado por los signos visuales” (Barthes,1993).

De lo anterior podemos deducir que para Saussure una lengua sin habla era imposible, al analizar Barthes el sistema de la moda observa que hay sistemas que están bajo la categoría de habla y otros sistemas bajo la lengua. En los sistemas de objetos, imágenes y comportamientos los clasifica en hechos, unos pertenecerán a la categoría lengua y otros en la categoría de habla.

En el caso del sistema de la moda, la lengua de la moda no es emana de la “masa hablante”, sino de un grupo decisión, que elabora el código o lengua y el habla se manifiesta en el arreglo personal, esto no guarda semejanza con la dialéctica saussuriana del lenguaje. El individuo se ve sometido a usar lo que “está de moda”, y no puede intervenir dentro de su elaboración solo participa como un consumidor y así se inserta dentro del sistema de la moda, en el uso y consumo de prendas. “Especialistas, profesionales” elaboran la lengua en pos de una tendencia, promoviendo estilos que estandarizan y determinan a una sociedad.

En este sentido, Barthes (1993) afirma los sistemas en la sociedad de masas son “sistemas complejos o connotados”, en los cuales intervienen sustancias diferentes. Por ejemplo en el cine, televisión y publicidad, estos sistemas confluyen imágenes, sonidos, grafismos. Fijar el análisis de lengua y habla sería insuficiente para explicar la complejidad de estos sistemas, por lo tanto cree que es necesario remodelar la concepción del modelo lingüístico.

Existen sistemas donde hechos individuales se pueden convertir en hechos de lengua dentro del mismo sistema, para Saussure esto era imposible nada, podía formar parte de la lengua sin haber sido ensayado en el habla; a pesar de que Barthes afirma que en la mayoría de sistemas semiológicos el signo es arbitrario, es decir, es elaborado de “una forma artificial mediante decisión unilateral”, el individuo no participa en su elaboración, los lenguajes son fabricados de “logotécnicas” (especialista), la masa solo extrae los mensajes o el habla y los comunica como una forma de interacción social (Barthes, 1993).

El grupo de decisión es quien funda el origen y los cambios del sistema, sin que su carácter artificial altere la naturaleza institucional de la comunicación, manteniendo así la dialéctica entre el sistema y el uso, ya que el sistema (contrato-significante) no deja de ser observado por la masa de los usuarios a quienes se les impone y a su vez reproducen el sistema.

Es decir, para Barthes (1993) todas las formas de comunicación son artificiales, pues su funcionamiento se debe a una estructura y la estructura solo puede funcionar en tanto y en cuanto vivamos dentro de una sociedad y no en estado “natural”.

El segundo problema que plantea Barthes (1993) para remodelar el modelo lingüístico del concepto de lengua/habla “versa sobre la relación de volumen que puede establecerse entre lenguas y sus hablas”. Para nuestro autor existe una desproporción muy grande entre lengua, conjunto finito de reglas y las hablas que se alojan bajo estas reglas cuyo número es infinito.

En el interior de algunos sistemas pone de ejemplo al sistema de la alimentación, existe importantes diferencias de formas culinarias, las modalidades y las combinaciones de ejecución (individual las personas puede cambiar o inventar nuevas tendencias) tiene un

número elevado, en cambio, en otros sistemas como el del automóvil y del mobiliario el volumen de las variaciones y las asociaciones son escasos (las personas no puede escoger o cambiar las tendencias en la fabricación de los modelos).

En los sistemas donde el habla es reducida o nula agrega un eje que no es ni el habla ni la lengua sino el soporte, mediante este tercer elemento, pre-significante, materia o sustancia, que es (necesario) para la significación” (Barthes, 1993).

1.3 Significación-Sentido

Roland B. afirma que no debemos confundir “significar” y “comunicar”: “significar quiere decir que los objetos no transmiten solamente informaciones, sino también sistemas estructurados de signos, esencialmente sistemas de diferencias, oposiciones y contrastes” (Barthes, 1993).

En el análisis semiológico, el autor postula la autonomía de la significación o semiosis, se quiere demostrar cómo el hombre concibe el mundo haciendo significar. Cómo lo organiza al humanizarlo en tanto estructura de sentido. Tener sentido para el autor es entender el mundo y manejarlo.

Por medio de la significación se organiza la experiencia sociolingüística, económica, histórica y cultural en tanto articulación de valores de sentido (semióticos) para un sujeto colectivo, por lo tanto, un objeto es objeto por su valor de sentido para un sujeto, “el mundo del sentido común está informado por el hombre e instituido por el en significación”(Barthes,1993).

Para Barthes, el sentido es un proceso no de acción sino de equivalencias, es decir, el sentido no tiene un valor; el sentido es de alguna manera inerte, inmóvil. El sentido desactiva el objeto, lo vuelve intransitivo, le asigna un lugar establecido en el imaginario colectivo.

El sentido, siempre es social y no existe nada en la sociedad que no tenga sentido, pero el sentido depende de la cultura en la cual se produce y circula, por lo tanto, sin cultura, ni ideología no puede haber sentido. Además, el sentido es un hecho ideológico, ya que es un hecho y un producto de la cultura. El sentido es naturalizado por la cultura, es decir, en *pseudonaturaleza* es lo que puede definir la ideología de nuestra sociedad.

1.4 Objeto-signo

Para Barthes (1993) un vestido, un automóvil, un plato, un gesto, una película, una música, una imagen publicitaria, un titular de diario son objetos totalmente diferentes, pero tienen en común que todos son objetos, son todos signos.

“Cuando voy por la calle – o por la vida- y encuentro estos objetos, les aplico a todos, sin darme cuenta, una misma actividad, que es la de cierta lectura: el hombre moderno, el hombre de las ciudades, pasa su tiempo leyendo. Lee, ante todo y sobre todo, imágenes, gestos, comportamientos: este automóvil me comunica el status social de su propietario, esta indumentaria me dice con exactitud la dosis de conformismo, o de excentricidad...” (Barthes, 1993).

Los objetos que vemos son signos, el mundo está lleno de signos, los objetos que nos rodean son “artificios elaborados por la sociedad”, para Barthes (1993) los signos no son inocentes, detrás de ellos hay una intencionalidad, ningún significado es igual a otro en toda la sociedad; existen signos porque hay diferencias entre ellos.

Nuestro autor afirma que todo lo que se presenta en la realidad cotidiana y se convierte en un constante acto de lectura, implica valores sociales, morales, ideológicos que hacen que cada signo tenga sentido.

Por lo tanto, el mundo está lleno de signos, pero los signos no solo son letras, señales de tránsito, etc. como pensamos, los signos son mucho más complejos y al mismo tiempo son sutiles. Esta sutileza hace que a nuestros sentidos la información que nos transmiten llegue como algo “natural”.

“... se encuentra una ametralladora checoslovaca en manos de un rebelde congoleño: hay aquí una información incuestionable; sin embargo, en la misma medida en que uno se recuerda al mismo tiempo el número de armas estadounidenses que están utilizando los defensores del gobierno, la información se convierte en un segundo signo, ostenta una elección política” (Barthes,1993)

Del ejemplo anterior, el autor afirma que descifrar los signos del mundo quiere decir siempre luchar contra “cierta inocencia de los objetos”. Aprendemos la significación de los signos, el idioma lo comprendemos y es para nosotros tan natural que no tenemos la idea de que detrás del idioma y los signos existe un sistema complejo de signos y reglas, que hacen que los signos se nos presenten como algo natural como si fueran parte de la cultura (Barthes, 1993). Es decir, los signos no son convencionales son culturales, lo que Barthes denomina mito lo analizaremos más adelante, el mito es la materialización de la cultura y como tal es el objeto de estudio de la ideología.

1.1 Elementos de Semiología

Según Saussure el significado y el significante son los componentes del signo “...el signo lingüístico une un concepto y una imagen acústica, o significado y significante, respectivamente” (Barthes, 1993).

Se evidencia nuevamente el juego dicotómico, entre significado y significante; el de significante es el plano de la expresión sensible, mientras el significado es el plano del contenido. Es decir, el signo semiológico está compuesto por significante y significado al igual que el signo lingüístico, sin embargo se separa de él al nivel de la sustancia.

A esta propuesta Hjelmslev introdujo una distinción basada en la forma y en la sustancia, así:

Forma.- “...es lo que la lingüística puede describir en forma exhaustiva, simple y coherente, sin recurrir a premisas extralingüísticas”

Sustancia.- “...es el conjunto de aspectos de los fenómenos lingüísticos que no puede ser descritos sin recurrir a premisas extralingüísticas” (Barthes, 1993).

El plano de la expresión o significante es un mediador.

Forma.- Son los saberes, sólo se entienden por oposición, está constituida por reglas paradigmáticas y sintácticas.

Sustancia.- Es material, es lo fónico, los sonidos, además objetos e imágenes.

El plano del contenido o significado es una representación psíquica de la cosa.

Forma.- Es la organización de los significados entre sí, es la materia o forma del contenido.

Sustancia.- Son los aspectos emotivos, ideológicos, necesidades o emociones.

Barthes hace referencia a *la significación* la cual puede ser concebida como un proceso o un acto que une el significante y el significado dando como resultado el signo.

En este sentido, el signo es una parte y la significación la unidad; o también puede decirse que “el signo es un segmento de sonoridad o de visualidad y la significación es un proceso” Según el autor existe una composición y un entorno del signo, la composición es el significado y el significante el entorno es el valor (Barthes, 1993).

Al signo también se lo enfoca desde el punto de vista de su entorno, donde aparece el término de valor que se relaciona con la lengua, para Saussure “...de la situación recíproca de las piezas de la lengua” (Barthes, 1993). El valor es un cambio, un principio de equivalencia, cosas diferentes se hacen iguales.

El concepto de valor lo aplica al signo semiológico, haciendo referencia al hecho signo tiene valor en tanto es diferente a otro signo, ejemplo el hombre y la mujer son diferentes en tanto que la mujer puede reproducir a la especie humana, entonces la mujer al decidir no

reproducirse pierde su valor en términos semiológicos, el signo hombre y mujer serían iguales.

1.5 Signo-Función

El signo tiene un elemento importante, son objetos que la sociedad utiliza con miras hacia fines de significación –interpretación- son de origen utilitario, funcional a estos se los llama función-signo, en sí, son los que se basan en una costumbre, es decir, la sociedad los ha normalizado.

El objeto es absorbido en una finalidad de uso, es decir, una función, por consiguiente, “el objeto sirve al hombre para actuar sobre el mundo” (Barthes,1993). Según lo anterior, podemos decir que un objeto no solo se reduce a su puro uso, sino también son utilizados para transmitir un sentido, el cual es convencional entre lo social; un objeto forma parte de un sistema de objeto-signos y es así que todo objeto no se escapa de tener sentido.

Barthes (1993) sugiere que en muchos sistemas los signos tiene una sustancia que no se encuentran en la significación inmediata, son objetos de uso “conducidos por la sociedad hacia finalidades de significación”, es decir, los objetos son utilizados para algo específico, sin embargo la sociedad ha otorgado diversas significaciones para ese objeto. Así, un abrigo puede significar una condición meteorológica, pero también puede significar una condición socioeconómica de quien usa la prenda.

Según Barthes (1993), los signos semiológicos son arbitrarios y están sometidos a ideologías e imaginarios colectivos, por tal razón no deberíamos considerarlos como “naturales”, los signos no tienen una conexión natural con su función, solo aceptamos y convenimos como una significación puntual (depende del sistema de signos que se encuentren).

1.7 Sistema y sintagma

Recordando que Barthes (1993) sigue el modelo de Saussure, el cual muestra dos planos: el plano sintagmático y el plano asociativo que mantiene una relación apretada, estos planos son:

Sintagma.- Es una combinación de signos para producir sentido, tiene por soporte la extensión; se relacionan con la cadena del habla, aquí el valor del término depende de su oposición a lo que precede y a lo que le sigue. En el sintagma se aplica la segmentación con el fin de producir sentido. En este plano se ubica la metonimia.

Metonimia.- Es el predominio de las asociaciones sintagmáticas, es decir, toma parte para indicar el todo. Además es cuando se da un atributo.

Sistema o paradigma.- Este plano es el de las asociaciones, estos deben estar relacionados para construir un patrón, es decir, es aquel patrón a seguir. Este plano está unido a la lengua como sistema. Además en este plano se ubica la metáfora.

Metáfora.- Es el predominio de las asociaciones sustitutivas, es decir, traslada el significado de palabras e imágenes a otras, o desplazan términos para conseguir sentido. Tiene un efecto de actualización de signos basados en la similitud.

En el sistema se dan una serie de oposiciones:

Oposiciones Binarias.- Están dentro del nivel de la lógica. Por ejemplo femenino-masculino; nosotros-ellos, etc.

Oposiciones analógicas.- Ligadas a una oposición con cierto grado comparativo. Por ejemplo bueno-malo

Oposiciones que conversan.- Coexisten y son excluyentes. Se ve un diálogo, esto se da en su mayoría en la cultura andina. Por ejemplo el Sol y la Luna.

1.8 El Mensaje Publicitario

Con el propósito de tener una idea más clara sobre el mensaje publicitario citaremos a los siguientes autores:

Según Barthes (1993) toda publicidad es un mensaje: una fuente de emisión que es de donde es emitido el producto y el punto de recepción, que es el público y un canal de transmisión que se lo denomina el “soporte publicitario”.

La unión del plano de expresión con el plano del contenido da como resultado el sistema de significaciones, para Hjelmslev el primer plano corresponde al plano de la denotación y el segundo al plano de la connotación.

Toda imagen representa una visión del mundo de una forma particular, o también representa una ideología, por lo tanto, las imágenes son y se consideran como verdad según la etimología antigua, imitari representación analógica o copia de la realidad, además las imágenes contienen un doble carácter en su mensaje: denotativo y connotativo y son portadoras de un sentido (Barthes, 1993).

Para Barthes centrará en analizar de qué modo la imagen adquiere sentido, por ello analiza la imagen publicitaria ya que la considera que la significación es intencional y por lo tanto están formados con vistas a la mejor lectura posible.

Barthes propone leer una imagen publicitaria a través de los tres mensajes:

Mensaje lingüístico.- la imagen entrega de inmediato su primer mensaje cuya sustancia es lingüística; sus soportes son la leyenda marginal y las etiquetas insertadas en la naturalidad de la escena. “Para ser descifrado no requiere más que el conocimiento que el de la escritura” (Barthes, 1993)

El mensaje lingüístico a nivel del mensaje simbólico guía a la interpretación, es decir, es una forma que el lector encuentre el sentido deseado por el anunciante, y no se desvíe a otros sentidos.

El mensaje denotado.- constituye un mensaje privativo, constituido por lo que queda en la imagen cuando se borran (mentalmente) los signos de connotación. Es decir, identifica la imagen con el mensaje, la imagen es objetiva, inocente.

El mensaje connotado.- Barthes le llama también simbólico, cultural o connotado, lo denomina de esta manera ya que considera que los signos provienen de un código cultural, y el número de lecturas de un mismo signo varía según el individuo.

El primer mensaje sirve para “naturalizar” al segundo mensaje: añadiendo un plus estético para Barthes es una forma sutil que apela al gusto a través de la forma (figuras retóricas, metáforas, juegos de palabras, etc.) es a decir del actor un equilibrio entre lo atractivo y lo funcional.

Barthes (1993) la sociedad actual está caracterizada por recibir a todo momento mensajes connotados, es decir, un doble mensaje: denotado-connotado. La publicidad utiliza imágenes de forma intencional ya que para nuestro autor “lo que configura a priori los significados del mensaje publicitario son ciertos atributos del producto, y estos significados deben ser transmitidos con la mayor claridad posible”; es decir, a partir de la imagen en una publicidad el espectador o receptor tendrán una mejor lectura, la imagen contiene signos que nos remite algo que nosotros conocemos y por eso el autor considera que el mensaje publicitario es “franca” o al menos enfática.

La imagen es fundamentalmente un componente de la cultura, de la vida social y política, desde la semiología se estudia y reflexiona cómo se construye socialmente el sentido en el proceso de comunicación social.

Para Karam (2011) la imagen se puede ver no sólo como sistema de expresión, sino también como estrategia política y social “como un elemento fundamental en la explicación de grupos sociales, religiones, sistemas políticos y los medios de información colectiva”

De acuerdo a lo anterior la imagen es una importante herramienta de reflexión y de estudio para entender cómo se construye el sentido mediante aspectos estéticos y culturales; la imagen forma parte de la representación social ya que media la relación y construye visiones del mundo.

Barthes consideró a la imagen como una manifestación de la ideología que refleja la cultura de una manera natural. El efecto global que produce la imagen es de yuxtaposición naturaleza/cultura, a lo que denominó fenómeno de naturalización.

En este contexto Zecchetto consideró que la imagen es representada de manera mediatizada, en forma indirecta y sígnica a pesar que están en anuncios y se puede tocar o hacer lo que sugieran, a estas representaciones les asignamos cierto grado de valor real porque aluden a referentes conocidos y concretos, a tal punto que despierten significados y connotaciones múltiples.

La imagen es fruto de una producción social, la imagen se considera entonces como textos o discursos sociales en circulación y por esto es importante analizar el por qué las imágenes cambian la percepción de la gente en cuanto a los personajes y acontecimientos relevantes que ocurren alrededor de la sociedad. “Hoy no se puede imaginar una práctica social sin imágenes existe consumo de toda suerte de iconos en revistas publicidad, cine, televisión e internet” (Zecchetto, 2002)

Varios autores coinciden que la imagen en la publicidad es esencial ya que el rol de la publicidad en la sociedad contemporánea es producir y reproducir determinada ideología y con ello determinado orden social.

1.9 El mito

Para Barthes (1993) el mito es un habla, es decir, “un tipo de lenguaje”: el mito hace cosas, transmite información, “habla”, “comunica”.

El lenguaje necesita condiciones particulares para convertirse en mito, es así que el mito constituye un sistema de comunicación, un mensaje. Es decir, el mito no es un objeto, un concepto o una idea, es un modo de significación, de una forma.

Por tal razón, la semiología es considerada por Barthes como la ciencia de las formas, ya que estudia las significaciones independientemente de su contenido, mediante la semiología se puede estudiar la ideología como ciencia histórica que estudia las ideas como forma.

Todo lo que justifique un discurso puede ser mito según el autor sin embargo, el mito no se define por el objeto de su mensaje sino por la forma en que se lo refiere, es decir, sus límites son formales y no sustanciales.

De acuerdo a lo anterior todo en el mundo puede ser mito, puede pasar a ser a la apropiación de la sociedad, un objeto puede ser de uso social que se agrega a la pura materia.

Barthes parte de la reflexión de lo que concebimos como “natural” como la prensa, el arte, el sentido común, encubren constantemente una realidad la cual es histórica: “en una palabra, sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto el abuso ideológico que, en mi sentir, se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo evidente –por-si-mismo” (Barthes, 1970)

De lo anterior podemos desprender que para el autor, la noción de mito da cuenta de esas falsas evidencias; el mito es un lenguaje que no solo se presenta en el lenguaje verbal y sino en todas las actividades cotidianas que realizamos, es decir, consideramos naturales comer de tal manera pero esta práctica social deviene de una práctica burguesa que universaliza dicha práctica.

Puesto que la historia humana es la que hace pasar lo real al estado del habla, la mitología tiene fundamento histórico, puesto que el mito es un habla elegida por la historia: no surge de la naturaleza de las cosas.

El mito es habla y puede ser representado en escritos, fotografías, cine, reportajes, deportes, espectáculos, publicidad, todo sirve de soporte para el habla mítica. Se puede prescindir del objeto y de la materia, ya que cualquier materia puede ser dotada arbitrariamente de significación.

El mito se produce en el sentido, siguiendo la concepción saussuriano, la idea del significado y significante, como lo hemos expuesto anteriormente, el signo es sentido, para el autor. El

sentido mítico no forma un sistema semiológico normal, sino uno especial, es decir, se deriva de un tercer elemento el que lo denomina “*un sistema semiológico de segundo orden*” (S.S.S.O) es aquel que basa su existencia en un sistema semiológico de primer orden (S.S.P.O), es decir, un sistema semiológico normal el cual ya existía previamente; el mito es un sistema particular que se edifica a partir de una cadena semiológica (Barthes, 1993).

Según Barthes, el proceso en donde se construye el mito es un movimiento que se desarrolla en dos momentos:

1.- el significante del S.S.S.O vacía el signo del S.S.P. O de su sentido, dejando y utilizando sólo su forma, como una especie de “cáscara” o “fachada”.

2. Le devuelve su sentido.

El significante del S.S.S.O es la asociación o la relación entre los dos términos, es decir, el signo sin sentido del momento 1 y el signo con sentido del momento 2.

El concepto en un principio deviene de la imagen que se tiene de la misma naturaleza, es decir, es objetivo porque que no viene de la opinión de nadie, el concepto deviene de un acuerdo o convenio social para designar a tal objeto de esa manera y por decirlo así, existe y cualquiera puede verlos.

Al momento de reaccionar en contra de esta operación se invierte y nos devuelve el signo lleno de sentido verdadero, es decir, el concepto objetivado, para comenzar nuevamente el proceso de crear el concepto subjetivado.

Barthes consideró que al realizar estos cambios del momento 1 al 2 y viceversa, tan rápido todo el proceso se convierte el algo simultaneo, de tal forma el S.S.P.O y el S.S.S.O llega a suponerse de tal manera que acabamos creyendo, lo que Barthes llama la coartada.

Es así que, en la apariencia de la “naturalidad” se encubren frecuentemente la realidad, para el autor así se manifiesta el abuso ideológico oculto en lo expuesto, el cual se encuentra decorado de lo “evidente por sí mismo y lo hace recurriendo a la noción de mito para dar cuenta de las falsas evidencias.

La forma no suprime al sentido sino que lo empobrece, lo aleja lo mantiene a su disposición, el sentido pierde su valor pero mantiene la vida, es decir, se va alimentando en forma de mito; lo que define al mito es como un juego de escondidas entre el sentido y la forma.

El mito no oculta nada, su función es la de deformar, para Barthes esta deformación es posible la forma del mito ya está constituida por un sentido lingüístico, es decir, un sistema simple como la lengua, el significado no puede deformar ya que el significante es vacío, arbitrario, no hay resistencia.

1.10 La Ideología

Zizek seguidor de Lacan esboza sus análisis desde el psicoanálisis lacaniano y la teoría crítica marxista para desarrollar su concepción de ideología.

Lacan fue quien atribuye el invento del síntoma a Marx en sus análisis de la mercancía, cuya noción es válida para aplicar también al análisis del sueño de S. Freud y a los fenómenos históricos, esta analogía teórica es lo que hace atractiva para Zizek al reflexionar sobre la ideología.

Para Zizek (2007) existe una “homología entre el procedimiento de interpretación de Marx y de Freud” entre el análisis de la mercancía y los sueños. Ambos comparten el rechazo a la “fascinación fetichista del contenido supuestamente oculta tras la forma” mediante sus estudios llegan a determinar que no es el contenido que oculta la forma, sino el “secreto está en la forma”, no solo se trata de explicar la forma sino el proceso mediante el cual el significado oculto se ha disfrazado de una determinada forma; en la estructura de la forma se puede encontrar el sujeto trascendental¹. La forma es la articulación y la enunciación del deseo inconsciente.

¹ Concepción de Kant, el sujeto trascendental: aquel que no está apegado al objeto, sino que está separado de este. Su estructura a priori le permite conocerlo, y esa estructura trasciende al objeto.

En este sentido, el autor expresa que más importante que las relaciones sociales que anteceden a la mercancía, es descubrir por qué dicha mercancía o sueño adquiera tal forma. Cita a Marx en una de sus famosos postulados “ellos no lo saben, pero lo hacen”, Zizek señala lo contrario ya que para el autor existe una “acción cínica”, “ellos saben muy bien lo que hacen, pero aun así lo hacen”. De acuerdo a esto plantea que “no existe una situación social post ideológica, pues la ideología, más que en el saber, se encuentra en el hacer” (Zizek, 2007).

Para Zizek (2007) la ideología: “no es simplemente una falsa conciencia, una representación ilusoria de la realidad, es más bien esta realidad a la que ya se ha de concebir como ideológica”. Es decir, ideología no es una falsa conciencia de un ser social sino este ser en la medida que está soportado por la “falsa conciencia”, la reproducción de esa realidad implica que los individuos no sepan lo que están haciendo.

La falsa conciencia es también síntoma, ya que su formación implica un cierto no conocimiento por parte del sujeto: el síntoma es esencial es algo constitutivo, de éste depende la consistencia social. La verdad se constituye por medio de la ilusión propia de la transferencia, la verdad surge del falso reconocimiento, según Lacan.

En este sentido Zizek plantea una paradoja entre la efectividad social del intercambio de mercancía y la “conciencia” el mismo que es “no-conocimiento” de la realidad es la parte de la esencia “la efectividad social del proceso de intercambio es un tipo de realidad que sólo es posible a condición de que los individuos que participan en él no sean conscientes de su propia lógica” (Zizek, 2007).

De lo anterior se desprende que la realidad social implica el no conocimiento del sujeto en lo que se refiere a su esencia, es decir, implica que no sepa lo que están haciendo. A partir del no conocimiento deviene la dimensión del síntoma, “una formación cuya consistencia implica un cierto no conocimiento por parte del sujeto”, para Zizek el sujeto puede “gozar su síntoma” solo en la medida en que su lógica se le escapa y la interpretación de la lógica implica la disolución del síntoma (Zizek, 2007).

A través de revelar la forma se obtiene el síntoma, el cual habla del desequilibrio, la contradicción; el síntoma es el indicio de “algo más” que según Zizek no se cierra por completo haciendo una fisura, es la fisura que revela lo ideológico o falso. El síntoma es la base fundamental de la crítica ideológica.

Los síntomas son huellas sin sentido y su significado no se descubre excavando en la oculta profundidad del pasado, sino que se construye retroactivamente, el análisis produce la verdad, es decir, el marco significante que confiere al síntoma en su lugar y significado simbólicos (Zizek, 2007).

El síntoma es una metáfora que sustituye el deseo reprimido y como tal produce el goce, es el núcleo real negado en el discurso, es la manifestación de la verdad del goce reprimido en la ideología.

Zizek (2007) reflexiona sobre el deseo y sobre la imposibilidad de saber que es lo que Otro quiere del sujeto, según el autor a partir de este momento es posible pensar la necesidad que tiene el sujeto en el registro del orden simbólico dicha necesidad o emergencia es una respuesta Zizek señala, al respecto que la fantasía es una respuesta que llena el vacío de no saber que es lo que quiere el Otro del sujeto, “la fantasía funciona como una construcción, como un argumento imaginario, que llena el vacío la abertura del deseo del otro” (Zizek, 2007).

Ya mencionamos anteriormente que la fantasía es la respuesta al vacío del Otro y llena la “fisura mediante el objeto-fantasía” según Zizek (2007) este objeto se caracteriza por ser el resto de una “operación de la castración simbólica” la fantasía emerge donde el Otro es inconsistente, es decir, no se integra todos los elementos en su orden dejando abierta la fisura por el deseo en el núcleo del orden simbólico al que lo denomina “objeto a”, este objeto es un “resto que se sustrae, resiste a su integración en lo simbólico”. En el proceso de la simbolización se deja un resto lo que Lacan denominó como objeto a, el cual no es representable, ni simbolizar, ni imaginado, es decir, la causa de nuestro deseo.

La realidad es ficción simbólica que se sostiene en el marco fantasmático, el sujeto se constituye a través de la fantasía, es decir, no es un sujeto sin falta, afirmando que la fantasía satura la fisura del Otro, el “objeto a” es aquello que dirige el deseo del sujeto, haciendo que el “sujeto está dividido y enajenado en el objeto”, es lo otro del sujeto (Zizek, 2007).

Zizek (2007) explica que la fantasía apunta a una relación que imposibilita el deseo y da origen al objeto, el objeto es aquello que “es más que mí mismo”, aquello que posiciona como el objeto del Otro es aquí se constituye con el ámbito de la existencia. Es decir, el sujeto es producto del objeto a, según el autor el objeto a, es aquello que falta al sujeto, pero a su vez es lo que lo complementa, el objeto a nos remite al núcleo traumático (Zizek, 2007).

Zizek eleva al objeto a, “Cosa” señalando que la fantasía es una la mediación del sujeto hacia la “realidad” sino que dicha mediación se da por medio del objeto a.

Zizek (2007) señala que la fantasía no es lo que deseamos sino lo que nos enseña a desear, es por esta razón que la fantasía es la realización del deseo. Por tal razón Zizek afirma que la fantasía “es una construcción que nos permite buscar sustitutos” se levanta como una pantalla que impide que nos acerquemos a la Cosa, es decir, la fantasía oculta el horror ante lo real, pero a la vez crea lo que pretende sustituir lo que encubre, pero esta fantasía inconsciente estructura nuestra propia realidad social (García & Aguilar, 2008).

El placer por la restricción la cosa misma que causa el daño debe ser ya la medicina que lo cura (Zizek,2007). Por tal razón, lo simbólico establece un ámbito de represión, sobre cuyo análisis Zizek plantea su crítica social.

Siguiendo con la explicación anterior “la fantasía llena un vacío en el Otro” y sostiene la identidad (la realidad simbolizada por el sujeto) llenar ese vacío es “evitar la catástrofe”. La ideología se sustenta en el goce y por esta razón tiende hacia la repetición compulsiva como

una forma de satisfacer el deseo del sujeto y la ideología tratar de tapar ese vacío o la falta (Zizek, 2007).

El goce tiene una existencia paradójica en la medida que el sujeto crea su existencia a partir de la creencia del Otro, es decir, el goce está conectado al deseo, el goce viene cuando ha sido satisfecho el deseo o carencia. En consecuencia, el goce es la anulación de la carencia dentro de la teoría zizekiana, el goce es causa y efecto.

En resumen, la ideología se relaciona con lo anterior ya que para el autor la estructura social es sólo una fantasía ya que se trata de dar un significado a ese significante inexistente, es decir, la fantasía es la respuesta ante el enigma del deseo del Otro. El deseo del sujeto se instaure a partir del deseo del Otro. El sujeto es pura ideología porque este “*es siempre autorreferencial*” según Zizek (2007).

La fantasía es el medio que tiene la ideología de tener en cuenta de antemano su propia falla, es necesario enfatizar el tema del antagonismo, mostrando cómo la ideología encubre el trauma que imposibilita que la sociedad sea una totalidad cerrada y homogénea (Zizek, 2007).

Zizek (2007) añade que la función de la ideología no es escapar de la realidad insoportable sino construir una realidad desde la que escapar de lo real de nuestro deseo, que siempre es traumático. En consecuencia, la ideología posibilita la identidad del sujeto, el sujeto se inserta en estructuras simbólicas que regulan sus prácticas y representaciones, como señala Zizek (2007) “en la red de relaciones intersubjetivas” podemos decir que, cada uno de nosotros es identificado y atribuido en un lugar fantasmático en la estructura simbólica del Otro, y es a partir de esta red simbólica que el sujeto tiene o genera una visión del mundo.

De acuerdo a Zizek la ideología, no es una ilusión tipo sueño que se construye para huir de la insoportable realidad; en su dimensión básica es una construcción de la fantasía que funge de soporte a nuestra realidad: una ilusión que estructura nuestras relaciones sociales efectivas, reales, y por ello encubre un núcleo insoportable, real imposible.

En el discurso, como tal está cargado de carácter simbólico, el cual tiene una serie de significantes, las cuales conllevan a identificaciones imaginarias y simbólicas que remiten al yo ideal, con lo que somos para la mirada del Otro, la imagen del yo es la proyección del Otro; la forma de integrar las identificaciones imaginarias en la identificación simbólica.

La operación ideológica consiste en la conversión de la forma, que permite el funcionamiento del significante en el espacio ideológico, el sujeto es cosido al significante pero al mismo tiempo lo interpela a transformarse en sujeto como el llamado del significante amo, el cual condensa a los significantes flotantes y les define la identidad de los significantes subordinados. El gran Otro actúa como un designante rígido totaliza una ideología deteniendo el desplazamiento metonímico de sus significantes y fija su significado (García & Aguilar, 2008).

El designante rígido funciona como fantasía la cual no se interpreta, sino que se atraviesa según el autor la fantasía es dada en el goce y “es asumida como factor de sociabilidad” (Zizek, 2007).

Así, la ideología nos permite una narración desde la construcción de la realidad, la cual se proyecta desde el vacío, es una construcción simbólica-imaginaria, la forma de sostener la realidad. Según Zizek (2007) la ideología, es la matriz generadora que regula la relación entre lo visible y lo invisible, entre lo imaginable y lo no imaginable.

Zizek (2007) caracteriza a la ideología en tres momentos: la ideología en sí, conjunto de ideas; la ideología para sí, en su materialidad aparatos ideológicos del Estado; y la ideología en sí y para sí cuando entra en funcionamiento en las prácticas sociales (García & Aguilar, 2008). Estos momentos conforman el funcionamiento efectivo de la ideología, en el proceso de producción de prácticas y sentidos que garantizan la producción y legitimación de relaciones de poder, además de generar creencias o doctrinas.

1.11 Imaginario Social

Los imaginarios sociales se forman desde la subjetividad de los individuos las cuales tiene conexiones en ámbito cultural histórico de una determinada sociedad, el imaginario organiza nuestra percepción de la realidad y a la vez se encarna en las instituciones y también en nuestra cotidianidad, el imaginario es un instrumento que direcciona el accionar tanto comportamientos y acciones en la vida social los cuales son vistos como normales o naturales.

El imaginario social se lo considera también como un sistema simbólico el cual es producido por la colectividad que puede ser: creencias, valores, problemáticas, emblemas, símbolos, instituciones, colores a través de estos elementos se busca una finalidad en nuestro caso el ámbito político.

En la actualidad partidos políticos utilizan nuevas tecnologías para realizar sus campañas electorales a través de los medios de comunicación masiva son utilizados para hacer llegar la información requerida a la masa, los cuales son considerados como filtros de información política, donde se transmiten problemáticas de toda índole.

El spot audiovisual político, es el espacio donde el candidato aprovecha para hacer llegar sus ideas, imágenes discursivas a la masa, en donde el caudal simbólico en donde le medio pasa a transmitir imágenes de una realidad social creada la cual puede ser descontextualizada o ficticia.

En general los spots son elementos importantes para transmitir en pocos minutos las ideas, proyectos, visiones del mundo de un determinado partido o candidato pero siempre contiene aspectos negativos en contra de sus opositores y a la vez exponen y poseionan su imagen ante el público.

Los spots son para muchos investigadores transmisores de pseudo realidades lo que implica conjurar lo social y lo colectivo como interés principal como una forma de impactar a los ciudadanos en un proyecto político determinado, por lo tanto, podemos inferir que lo necesario es ejercer el poder sobre los medios de comunicación para transmitir el discurso

político, el cual sin duda alguna se reduce e imágenes fascinantes, atrayentes, deslumbrantes ante el espectador los cuales obviamente son objetivos de manipulación simbólica para aglutinar más electores a sus propuestas. Los imaginarios sociales, son construcciones mentales, es decir, ideaciones sociales que son compartidas, las cuales dan sentido a lo existencial social.

El discurso visual de los spots se toma elementos del imaginario social, que son utilizados con la finalidad de crear en la mente de las personas aspiraciones, cambios, sueños las cuales se envisten de unos símbolos que son reconocidos y emotivos ante la sociedad.

El primer teórico en analizar y designar el término de imaginarios sociales sinónimo de cosmovisión o conciencia colectiva, es el filósofo griego *Cornelius Castoriadis*, “el imaginario social es un concepto utilizado para designar las representaciones sociales encarnadas en instituciones, ya sean formaciones colectivas las cuales rigen la forma de ver la sociedad”. La sociedad está hecha de múltiples instituciones particulares, las cuales no son compatibles entre ellas. Estas instituciones se materializan en un conjunto de significaciones, de imaginarios sociales, es decir, el imaginario social es visto desde lo simbólico ya que lo imaginario usa lo simbólico, traspasa la barrera de lo virtual, emerge del universo significaciones y símbolos.

Castoriadis trata de recuperar el ser histórico-social, el cual hace una división de las dimensiones que operan en este ser: la lógica heredada (identitario-conjuntista) y el imaginario social. La lógica heredada es la que hegemonizó durante tiempos la forma de concebir al ser como un ser determinado, la existencia como determinada.

Por otro lado, el imaginario social se enmarca en lo indeterminado, en lo inconsciente, en la imaginación no desde la forma determinista, sino en términos que construye e instituye la sociedad y no desde la identidad y lo determinable, la creación indeterminada e incesante de la sociedad en la producción de significados, sentidos y prácticas.

Es la posición de un magma de significaciones imaginarias y de instituciones que las portan y las transmiten. Es como dice Castoriadis, el modo de presentificación de la imaginación radical en el conjunto, produciendo significaciones que la psique no podría producir por si solo sin el conjunto. Es la instancia de creación del modo de una sociedad, ya que instituye las significaciones que producen un determinado mundo.

1.11.1 Tipos de imaginación:

La imaginación radical.- Es la capacidad de la psique de crear un flujo constante de representaciones, deseos y afectos. Es considerado como radical, ya que es fuente de creación, es así que Castoriadis advierte que no se debe confundir lo imaginario como algo engañoso, señuelo...etc. y es considerado la característica central de la psique, “...lo que es, es producido por la imaginación radical...” Es la imaginación radical lo que hace surgir las representaciones ex – nihilo, de la nada.

Histórico-social.- Dominio de los hombres, donde se muestra la indisociabilidad e irreductibilidad de la psique y la sociedad, ya que la sociedad y la historia no existen separadamente. Lo social se da como autoalteración, como historia, por ello que la institución va de lo instituido a lo instituyente.

El ser de lo histórico-social se da por significaciones, las cuales dan sentido a la vida social considerado como arbitraria, y se mantiene por el magma de significaciones imaginarias sociales. (Burguesía produce su propia definición de la realidad que tiene que ser tomada como canónica por los sujetos).

Los significados están instituidos, ya que se consideran como pautas de comportamiento ya establecidas, las cuales estructuran la cultura. Los significados dan forma a las creencias o prácticas, es decir, dan unidad a la sociedad en su conjunto. Es por ello que Castoriadis critica a las teorías individualistas ya que considera que a pesar de que son creaciones del individuo, lo social pre-existe, y afectan a todos y cada uno de los aspectos de la vida social.

La sociedad es considerada como una red cambiante de significados que configuran modos de comportamiento y creencias. A través de los significados básicos y constituidos la sociedad se conserva como una “clausura organizadora, cognitiva y de información” (Arribas, 2008).

Castoriadis entiende al imaginario como algo inventado, deviene de “magma de significaciones imaginarias sociales” encarnadas en instituciones, a través de ellas se regula y orientar las acciones de los miembros de la sociedad, configurando las maneras de sentir, desear y pensar las cosas.

La creación es permanente en la sociedad, pues “ya se trate de una invención absoluta, de una historia imaginada en todas sus partes, o de un deslizamiento o desplazamiento de sentido, en el que los símbolos ya disponibles están investidos de significaciones diferentes de sus significaciones normales o canónicas” (Castoriadis, 1975). Lo imaginario social existe como un paradigma de hacer y representar lo real, lo histórico social, como demostración de historicidad de las significaciones y representaciones imaginarias.

El Imaginario no tiene que ver con imagen de más bienes..., “es una creación incesante e indeterminada que va creando entre lo social y lo histórico, mediante figuras formas e imágenes, a partir de las cuales solamente puede tratarse de “algo creado” (Castoriadis, 1975) a esto se lo llama realidad y racionalidad.

El imaginario social de la sociedad moderna avanzada no existe patrón central, no hay imaginario social central, existen múltiples constelaciones imaginarias. En el monoteísmo existe un imaginario central, en las sociedades modernas avanzadas existe el politeísmo y emerge desde abajo, coexistencia de valores diversos, modelos diversos de organización social. Modernidades múltiples como una nueva forma de entender el mundo contemporáneo, viéndolo como una historia de continuas construcciones y reconstituciones de una multiplicidad de programas culturales.

Constituye una categoría en la interpretación de la comunicación en las sociedades modernas como una producción de creencias e imágenes colectivas, lo imaginario como tal funcionan en el sentido moderno y en relación con la sociedad...“instituyendo, creando, manteniendo y justificando, por medio de la legitimación, integración y consenso, cuestionando y criticando un orden social” (Castoriadis, 1975).

Las significaciones imaginarias mantienen y justifican un orden social, y se los puede identificar como los problemas de legitimación, integración, mediante significaciones sociales las cuales pueden mostrar, contrastar y ocultar la realidad social; pero también estimulan, permiten y prohíben la acción social, porque esta acción social ya es simbólica.

También las significaciones imaginarias sociales cuestionan y ponen un orden social a través de la reflexión y la crítica, pues la reforma y el cambio de una sociedad son determinada de acuerdo a sus imaginarios y forma de entender la realidad de sus ciudadanos. “Una sociedad se instituyen instituyendo un mundo de significaciones” (Castoriadis, 1975). Así, las significaciones imaginarias funcionan organizando y estructurando la manera mediante la cual los individuos perciben y aceptan su realidad. El imaginario social es el magma desde el cual se condenan y solidifican las significaciones imaginarias en constante surgimiento.

Castoriadis, distingue el término imaginario social en dos aspectos:

Imaginario instituyente.- La obra de un ente colectivo humano el cual crea significaciones que devienen de formas históricas existentes.

Imaginario instituido.- No es lo nuevo creado, sino que es el producto de lo que ya está instituido, el conjunto de instituciones que encarnan significaciones y le confieren realidad sean ellas materiales útiles, técnicas, instrumentos de poder o inmateriales lenguaje, normas, leyes, etc. (Alméras, 2001).

La sociedad sólo existe en tanto se instituye y es instituida, es decir es una dialéctica del autocreación con ciertas modificaciones morfológicas y tiene que ser relacionada con la significación, pues ésta solo puede ser pensada desde una sociedad instituida y adecuada a los imaginarios existentes.

Los imaginarios sociales producen valores, apreciaciones, gustos, ideales y conductas de las personas que conforman una cultura (Wilmar, 2010).

En este aspecto, el imaginario será entendido a su vez como efecto de una compleja malla de relaciones sociales, lo que llamamos discurso y lo que las prácticas sociales que se contraponen e interactúan con los conceptos e individualidades sociales.

Castoriadis divide el imaginario social en dos planos de significación:

Primer plano: Encarnado en las instituciones, en donde el orden social se construye como algo natural; es decir, depende de su misma idea para referirse. Por ejemplo: la familia, Dios.

Segundo plano: Surgen y dependen de los primarios, según el autor se consideran como instrumentales, ya que son reproducciones de los primeros, por ejemplo la idea de ciudadano, pero esta no puede ser concebida sin el Estado.

Los imaginarios sociales, según Castoriadis, “son esquemas la sociedad y por lo tanto los percibimos como reales, dentro de la sociedad los imaginarios sociales construyen y estructuran las acciones con ello la experiencia social”... es decir, rigen, norman y reproducen comportamientos, además de adquirir ciertas conductas en la que se reproducen imágenes, las cuales se consideran como reales.

El imaginario social es también considerado como el conjunto de significaciones sociales, los individuos pueden así dar sentido al discurso, a las prácticas sociales y a las acciones. Además, el imaginario social se lo considera al conjunto de representaciones colectivas que tiene una sociedad, pero para ser considerado como representación colectiva tiene que ser reconocido por la misma.

Otro pensador que retoma el concepto de imaginarios sociales es Maffesoli, quien considera al imaginario como un espacio de formación que trasciende y que se condensa en un universo mítico-simbólico, lo que dota de sentido y a la vez libera de las coacciones creadas por la sociedad.

El mundo mítico - simbólico una vez condensado regirá sobre todo lo que rodee a la persona”... el orden de lo imaginario como una fantasía socialmente solidificada que organiza nuestra percepción de la realidad y se encarna en diferentes ámbitos de la cotidianidad” (Carretero, 2003).

Para Maffesoli, al igual que Castoriadis, concibe al imaginario es un componente esencial en la construcción y cohesión de una sociedad, pues la sociedad es el espacio común que determina y direcciona el comportamiento de los individuos. El imaginario funciona como un mecanismo legitimador del modo de relacionarse entre individuos con el orden normativo.

Otro teórico que analiza los imaginarios sociales es Juan Luis Pintos, los describe como representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación y de integración social y que hacen visible la invisibilidad social (Pintos, 2012). Según el autor, los imaginarios sociales tiene la función que el individuo no cuestione su existencia, aceptando la realidad social como algo dado, para tal hecho se apoyan en el universo simbólico, el cual produce y da sentido, además de los mecanismos sociales logrando penetrar en la subjetividad de los individuos, quedando a la merced del poder imperante, y tales ideas se consoliden como evidencias sociales, algo que no se puede dudar o cuestionar.

Por otro lado, Baczko (1993) señala que...“por medio del imaginario se pueden alcanzar las aspiraciones, los miedos y las esperanzas de un pueblo, es en la sociedad donde se perfilan la identidad y objetivos, además añade que también se detectan enemigos y se organiza el pasado, presente y futuro”

En consecuencia, el imaginario social es el lugar estratégico que expresan conflictos sociales y mecanismos de control de la vida social, este imaginario social se expresa por ideologías y utopías, además de símbolos, alegorías, rituales y mitos, es decir, el imaginario social es un factor regulador y estabilizador.

Para Baczko, la forma que se construye el imaginario depende del modo de apropiación y uso de los símbolos de individuos dentro del grupo, el imaginario social crea sujetos y a la vez como los sujetos usan las representaciones e ideas, las cuales deviene de los símbolos, los cuales develan que está detrás de la organización de la sociedad.

En resumen, en lo que convergen nuestros autores es en determinar al imaginario como formación simbólica que funciona como un instrumento de percepción de la realidad, que administran los sistemas de identificación e intervienen, la integración y cohesión social.

CAPITULO II

Antecedentes del discurso político del gobierno ecuatoriano y del surgimiento del Movimiento Político Alianza País

En este capítulo abordaremos el contexto político en el cual surgió el Movimiento Político Alianza País dentro de este contexto, identificaremos las condiciones en las cuales se produce el discurso de la Revolución Ciudadana. Buscamos demostrar que el gobierno de Rafael Correa ha dado gran importancia al manejo de comunicación y publicidad como estrategia de gobierno.

Las campañas electorales en televisión nacen en los Estados Unidos a finales de 1950, y con esto se dio paso a que la televisión se convierta en el espacio de construcción de la realidad política, el fenómeno de la video política o mass mediatización de la política “...se entiende como el proceso en y por el cual los medios de comunicación preferentemente los que emplean tecnología audiovisual e informática-imponen crecientemente su lógica en la construcción de la realidad política” (RICON:2004).

En los años 80's comenzó el apareamiento de los candidatos exponiendo su programa electoral en pocos minutos “... surgió una función del anuncio comercial, la ficción, el documental, la parodia o el espectáculo deportivo o musical, a utilizar los diversos perfiles de los votantes y de los medios empleados” (García, 2008)

La comunicación es la base de la integración social ya que nos permite comunicarnos y por lo tanto, vivir en sociedad. En la política la comunicación es un factor primordial. A través de todos los canales de información que tiene el gobierno a su servicio se difunde la imagen y la acción del gobierno, es un canal de acercamiento entre el gobierno y la sociedad, además de medir el nivel de apoyo de la ciudadanía al gobierno.

Por lo expuesto buscaremos ubicar, el discurso en el contexto social y político específico de Ecuador que dio lugar al surgimiento del Movimiento País, impulsor de la candidatura de

Rafael Correa, previa a la asunción de R. Correa como Presidente de la República en el año 2006.

Podemos citar acontecimientos claves que aportaron a constituir el momento para la aparición de Correa en la palestra política ecuatoriana.

En el Ecuador a través de los tiempos se ha podido observar que ha existido una crisis política, su profundidad se traduce en inestabilidad, que no sólo se extiende a todos los niveles, sino que ha afectado con particular fuerza a los gobiernos nacionales. Se ha palpado que desde el año 1966 han habido una serie de sucesiones presidenciales. Cada uno de los gobiernos ha aplicado sus políticas de conveniencia a favor de pequeños grupos económicos, y eso ha generado una problemática muy seria desde el punto de vista del ejercicio gubernamental.

Por otro lado, el declive del sistema de partidos, como elemento central de la política a partir del retorno a la democracia en 1979, la desinstitucionalización de los organismos públicos y el desgaste de las figuras políticas tradicionales; han sido la tónica del devenir democrático de nuestro país, desde que se superó la época dictatorial de los años 70. De ahí que en 26 años de la llamada “Época de retorno a la democracia”, hasta 2006, sólo tres presidentes han concluido sus períodos presidenciales. Desde 1997, en nueve años, hasta el 2006, hemos tenido al menos ocho jefes de estado, lo cual imposibilita la gobernabilidad.

La inestabilidad del país estuvo marcada por la intervención en la independencia de poderes, gobiernos que ascendían al poder como promesas de un cambio terminaban respondiendo a intereses específicos de pequeños grupos de poder, además de la corrupción en todos los niveles de gobierno. El quebrantamiento político y económico en el que se vio sumido el país fue uno de los detonantes migratorios más graves acontecidos en la historia del Ecuador.

Luego de la caída de Jamil Mahuad, Gustavo Noboa subió al poder, su gestión en el manejo de la crisis bancaria, heredada de Mahuad no tuvo éxito un gobierno caracterizado por la ineficacia, corrupción e inestabilidad.

Después del gobierno de Noboa, con el apoyo del movimiento indígena, ascendió al poder Lucio Gutiérrez pronto cambiaría su agenda opuesta al servicio de los grupos de derecha tradicional. Cuando estuvo en campaña, Gutiérrez se vendió como un radical nacionalista económico cercano a las tesis ideológicas de Hugo Chávez, y cuando ejerció el poder se volvió al modelo neoliberal. Se confesó públicamente como el mejor amigo de EEUU en la era de George Bush Jr. (Ramos, 2013)

El Gobierno de Gutiérrez siguió más o menos firme la danza del "neoliberalismo dolarizado pero con uno que otro endulzante ya que el trauma social de la emigración amainó, cayeron la inflación y las tasas de interés, hubo más ingresos fiscales por la mejora de los precios del petróleo". Pero el país no dejó de pagar la deuda externa y reivindicó de forma marcial un discurso de apertura económica y comercial indiscriminada" (Ramos, 2013)

La crisis de gobernabilidad llegó a su clímax cuando el Ex Presidente Gutiérrez disolvió la Corte Suprema de Justicia y captó para sí el Congreso Nacional, en un hecho sin precedentes de nuestra historia con lo cual quedamos en una situación prácticamente de dictadura que nuestro pueblo no la soportó (Ramos, 2013)

La gota que derramó el vaso fue el pacto entre Gutiérrez y Bucaram para utilizar los votos de diputados afines y propios en el Congreso, con lo cual se buscaba destituir a la Corte Suprema de Justicia para desactivar los juicios en contra de Bucaram, ex presidente, el cual se encontraba aislado políticamente en Panamá.

Este suceso desembocó en la llegada de Bucaram al país provocando en el mes de abril del 2005 el descontento social que se evidenció en la salida a las calles de quiteños que pedían la salida de Gutiérrez y el Congreso Nacional en una sola voz "que se vayan todos".

Esta protesta denominada "la rebelión de los forajidos" terminó con el poder del corrupto Gutiérrez, y desde entonces asumió la Presidencia Dr. Alfredo Palacio, quien fue su vicepresidente. Subió al poder con la promesa de "refundar el País" y terminó su gobierno sin haber cumplido dicha refundación.

Por lo tanto, nuestro país está envuelto en la inestabilidad, el deterioro de los partidos políticos, crisis financieras, el modelo institucional decadente, movilización social, además de la pérdida de credibilidad; el pueblo ecuatoriano estaba cansado de los líderes de siempre y figuras políticas tradicionales que solo respondía a determinados intereses causando una aberración hacia la política o anti política. Comenzó un momento de desencanto hacia la democracia y desconfianza ante la representación política de ese entonces y la institucionalidad era necesario un tiempo de cambio estructural e institucional.

La sociedad ecuatoriana buscaba con urgencia una refundación tanto estructural e institucional, el apareamiento de nuevas figuras políticas que no tuvieran pasado político, que fueran representantes de las minorías. Es así que aparece el Movimiento Alianza País donde se colisionaron agrupaciones de distintos sectores indígenas, de izquierda, ecologistas, etc. es decir, se cristalizó lo sostenido en el discurso con la acción.

El Movimiento País captó todas estas ideas y sobre todo el discurso de la anti política como la respuesta a la crisis de representación. Para el Movimiento gobiernista, el propio gobierno, el discurso de la anti política fue la plataforma de su aparición ya que se relacionaba la crisis del país a los viejos partidos y los señalaba como los responsables del deterioro del sistema social y de la democracia ecuatoriana. (Carrera H., 2009).

El movimiento mediante el cual se impulsó la candidatura de Correa detectó los ejes claves de la crisis y los transformó en mensajes claros en su discurso. Además, se demostró la coherencia entre el discurso y la acción, como primera estrategia política para atraer a la población se optó por autodenominarse e identificarse como movimiento político y no como partido. Se escoge a Rafael Correa, un personaje sin pasado político, el cual efectiviza el rechazo a la vieja partidocracia y el caudillismo. El discurso del movimiento se articuló al pedido de la “ciudadanía” enmarcado en la revuelta de los forajidos, voluntad de un nuevo líder que respondiera a los ciudadanos.

La revuelta forajida fue el impulso de la candidatura de Correa, la convocatoria ciudadana y colectivos a formar parte de una organización política como Alianza País surgió con el derrocamiento del presidente Gutiérrez en 2005 (Recalde., 2007).

Además, el paso de Rafael Correa por el Ministerio de Finanzas en el gobierno de Palacios, llamó la atención por su gestión de “Ministro Forajido”, que lo proyectó hacia la vida política ya que se mostró simpatizante a la reducción del pago de la deuda pública, atención a la deuda social, el manejo económico soberano y un discurso que vinculaba la político y lo económico en un “eterno retorno” (Recalde., 2007). Rechazo a la firma del TLC y la declaración del contrato con la petrolera OXY, fueron elementos que le sirvieron como estrategia en su primera candidatura.

El discurso de campaña de Correa y su propuesta de plan de gobierno se tradujo en dos elementos según Recalde: 1. Ubicar a los partidos políticos como los antagónicos, es decir, la partidocracia, 2. Proponer una reforma política, constitucional a través de la Asamblea Constituyente.

El manejo publicitario de Correa se caracterizado por generar en la mente de las personas la idea de no olvido, es decir, el pasado nefasto que vivió nuestro país en manos de la partidocracia y con ello debilitar la imagen de sus oponentes.

2.1 Surgimiento del Movimiento País

Los principios de Alianza PAÍS pueden remontarse al año 1999, cuando Ricardo Patiño impulsó, junto con Alberto Acosta, Patricia Dávila, Ivonne Benítez y otros, la creación de Jubileo 2000 Red Guayaquil, una organización de la sociedad civil que investiga, denuncia y busca resolver el tema de la deuda exterior del Ecuador. A este grupo se integraron posteriormente Rafael Correa, Gustavo Larrea y Fander Falconí (Ortiz, 2009), para terminar fundándose como Movimiento el 19 de febrero del 2006.

Alianza PAÍS se debe en su estructura inicial a los movimientos como: Iniciativa Ciudadana, Acción Democrática Nacional, Alianza Bolivariana Alfarista, y el mismo Jubileo 2000.

Alianza País en sus inicios fue el resultado de varias coaliciones de izquierda, políticas y sociales entre las cuales destacan: Movimiento PAIS, PS-FA, Nuevo País, Acción Democrática Nacional, Iniciativa Ciudadana, Movimiento Ciudadano por la Nueva Democracia, Amauta Jatari, Alianza Bolivariana Alfarista, Poder Ciudadano, PTE, Alternativa democrática, y Ruptura de los 25, además se unieron a Alianza PAÍS en la segunda vuelta electoral otros partidos como el partido Socialista Frente Amplio.

Dentro de la organización interna del movimiento se integraron de personas de clase media y urbana, vinculadas a sectores de izquierda, organizaciones No gubernamentales, de cooperación internacional y a la academia. Además de personas allegadas a Correa entre compañeros de colegio, empresarios, medios de comunicación, políticos de anteriores gobiernos (Carvajal, 2011).

País se conforma como un movimiento heterogéneo y ciudadano fuera de la política tradicional, en sus estatutos de fundación consta como: “una organización política de ciudadanas y ciudadanos, de organizaciones, movimientos y colectivos que se proponen luchar por la democracia, la igualdad, la soberanía, la solidaridad, la justicia social, la diversidad, para eliminar la opresión, la dominación, la desigualdad, la injusticia y la miseria, con el objetivo de construir el Socialismo del Buen Vivir”, es decir, el movimiento sintonizó con las demandas de la gente en la Movilización de los Forajidos y se adueñó de las misma como su bandera de lucha para que la ciudadanía de diferentes sectores se sintieron identificados con este nuevo movimiento.

Las propuestas de Rafael Correa tenían un tinte nacionalista tales como la oposición al TLC y la Salida de la Base de Manta, mayor intervención del Estado que apoye a la pequeña industria y mejoramiento de los subsidios.

R. Correa fue electo Presidente de la República después de superar en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, al candidato Álvaro Noboa, con el 57% de los votos en noviembre del 2006. Según Ibarra (2006) fue el producto de una votación de centro e izquierda del país y la oposición hacia Noboa.

La victoria de Correa significó que el Ecuador entraba en un giro político de la “nueva izquierda” al igual que otros países de América del Sur, caracterizados por la asunción de gobiernos progresistas, que se inició en 1998 con el primer triunfo de Chávez en Venezuela, Lula Da Silva en Brasil en 2002, seguida por la victoria de Kirchner en Argentina en 2003. En 2005 Evo Morales en Bolivia y Tabaré Vázquez en Uruguay. En 2006 fue reelecto Lula Da Silva y fue electa Michelle Bachelet en Chile. Añadiendo los triunfos de Ortega en Nicaragua y la reelección de Chávez.

La victoria de Correa evidenció la crisis de la representación política que existía en el Ecuador, obtenido significativo respaldo de la ciudadanía que estaba cansada de la política tradicional que se había sumergido nuestro país. La ciudadanía demandaba la aparición de un nuevo liderazgo opuestos a los viejos dirigentes políticos.

Una de las propuestas de Correa en campaña fue la “refundación de la república” a través de una Asamblea Nacional Constituyente de Plenos Poderes, como lo mencionó Correa este nuevo órgano legislativo se erige “el principio de soberanía” cuyos miembros estarían encargados de redactar la vigésima Constitución del Ecuador.

Una vez posesionado en su cargo de Presidente de la República, como primera medida, el mandante convocó a la consulta popular, para que el pueblo se pronuncie aceptando o negando la instalación de una Asamblea Nacional Constituyente de Plenos Poderes que según Correa era necesaria para superar el bloqueo político, económico y social del país. Así, el pueblo recuperaría la figura de soberanía popular el poder del pueblo sobre el mandante.

Con este referéndum popular se buscaba disolver el viejo Congreso Nacional, y la conformación de una Asamblea Nacional Constituyente para la elaboración de una nueva Constitución, que respondiera a la demanda ciudadana: despartidización de los organismos de control y nuevas formas de participación de los movimientos políticos en elecciones que solo se podía realizar a través de la reforma constitucional.

Según Carvajal (2011) con la reforma Constitucional, Correa pretendía construir un nuevo modelo de Estado garantista, intervencionista, recortar los poderes del Congreso y despolitizar los tribunales “reivindicando el poder del soberano y la capacidad de involucramiento en el accionar de la cosa pública a través del reconocimiento y participación ciudadana”.

Correa promovió la consulta popular para convocar a una Asamblea Constituyente. Alianza País y otros partidos de izquierda que se unieron en la campaña por el “sí” al referéndum aprobatorio a dicha asamblea.

La propuesta del Gobierno fue aprobada por más del 80% de la población, y fue así que se convocó a elecciones el 30 de Septiembre para elegir a los miembros de la Asamblea Nacional Constituyente. En dichas elecciones Acuerdo País, obtuvo 73 de los 130 escaños. La Asamblea comenzó su trabajo en Montecristi, en Noviembre 2008 y el 24 de Julio del 2009 entregó al Tribunal Supremo Electoral el nuevo texto constitucional (Carvajal, 2011).

En Septiembre de 2008, se ratificó la nueva Carta Magna, la cual amplió las prerrogativas al jefe de Estado. El mandato de la Constitución de 2008 era que se convoquen elecciones a todos los cargos de elección popular en el 2009. Por primera vez en la historia política del Ecuador, un movimiento político organizó y seleccionó a sus candidatos mediante unas elecciones primarias. Alianza País organizó sus primarias para el 25 de Enero del 2009 en todo el país (Movimiento Alianza País, 2009). Resultó ganador Rafael Correa en estas primarias con un 85% de los votos. El objetivo era que los afiliados al movimiento político puedan decir qué candidato se postularía para las elecciones del 26 de abril del 2009. En el mismo 2009

rompieron con el partido de gobierno, Pachakutik y el MPD por desacuerdos con la “ley de aguas” y la evaluación de los maestros fiscales.

En las elecciones del 2009, Correa fue ratificado en la Presidencia con el 52% en una sola vuelta, trayendo nuevos cambios en la política ecuatoriana. Los antiguos partidos políticos dominantes (PSC, ID, PRE, PRIAN) quedaron fuera del nuevo panorama, en adelante cada contienda electoral propuesta por el gobierno estaría marcada por la victoria.

Según Pablo Ospina (2009) con el nuevo marco jurídico, las elecciones generales en todo nivel de gobierno y legisladores se culmina la transición institucional. En panorama del 2009 existía una “tendencia mayoritaria y una hegemonía clara”, lo que estaba pasando en la nueva coyuntura de nuestro país era algo sin precedentes.

Correa sintonizó con la necesidad de la masa social explotada, su discurso se sostiene en la crítica a la partidocracia y los viejos representantes de la misma. Además de presentar una fuerte posición nacionalista-progresista Correa, a través de la reforma institucional, del cambio en las decisiones de política económica y política, y de la importancia del gasto social logró devolver la legitimidad y autoridad al Estado.

La popularidad de Correa se situó en 70%, entre 2007 y 2009 el ambiente del Ecuador se tornó en constante campaña electoral hasta que Correa tomó todos los poderes del Estado.

Al igual que su homólogo venezolano y boliviano, Correa promovió leyes para reformar el sector financiero, el petróleo y los medios de comunicación, entre otros.

Más tarde Correa propuso modificaciones al Código penal y también reformas a la Constitución de 2008 mediante referéndum constitucional y consulta popular en el país en mayo 2011, las cuales buscaban la aprobación de reformas sobre asuntos relativos al sistema judicial (caducidad de la prisión preventiva, medidas cautelares para delitos graves, límites a los amparos constitucionales y reestructuración del Consejo de la Judicatura), la seguridad,

medio ambiente, límites a las inversiones de la banca y medios de comunicación a través de 10 preguntas, cinco preguntas eran de consulta popular la ciudadanía debía pronunciarse sobre temas que posteriormente se convertirían en leyes y cinco eran de referéndum.

En ese entonces Correa gozaba con más del 50% de popularidad y tenía ya cuatro años en el poder, Correa realizó campañas por el “SI” conjuntamente con otros partidos que compartían los mismos intereses e ideologías como: Partido Socialista Frente Amplio, Una Nueva Opción y Partido Comunista del Ecuador y el Movimiento oficialista Alianza País, una vez más la gran maquinaria a favor del SI se desplegó con un mensaje central que se unificó desde el oficialismo con su representante más visible el Presidente Correa.

Por otro lado hubieron partidos que estuvieron a favor del NO fueron: Izquierda Democrática, Pachakutik, Partido Comunista, Partido Comunista Marxista Leninista de Ecuador, Movimiento Popular Democrático, Red Ética y Democracia, Ruptura de los 25, Concentración de Fuerzas Populares, Movimiento Concertación Nacional Democrática, Partido Sociedad Patriótica, Partido Social Cristiano y Unión Demócrata Cristiana (El Universo, 2011).

Los resultados se ratificó que el SI ganó en todas las preguntas a nivel nacional, los mismo que fueron publicados en el primer suplemento del Registro Oficial No. 490 del 13 de julio de 2011, siendo oficializado y entrando en vigencia las reformas constitucionales e iniciándose a la vez determinando plazos para la elaboración de leyes, ordenanzas y reglamentos que mandaba la consulta (El Universo, 2011).

En la última elección de febrero de 2013, Correa busca un tercer mandato presidencial obteniendo el 57,7% de apoyo logrando el triunfo en una sola vuelta.

En la campaña electoral al igual que la campaña publicitaria, existe un producto el cual es la promesa de venta y la imagen de producto; en la publicidad electoral, el candidato viene a ser el producto y el concepto de producto es la promesa de venta, es decir los ofrecimientos de campaña, enfocando el beneficio como promesa de interés nacional.

Correa sintonizó con la necesidad de la masa social explotada, su discurso se sostiene en la crítica a la partidocracia y los viejos representantes de la misma, el mismo hecho de no

presentar candidatos al Congreso Nacional y ser fundado como un movimiento y no como un partido rompía con la lógica reinante.

Desde la primera aparición de Correa en la palestra política ecuatoriana en el 2006, la publicidad y los mensajes constantes a la nación por medio de los medios de comunicación tradicionales y en las redes sociales han sido constantes. A diferencia de otros gobiernos, el gobierno de Correa ha marcado una gran distancia con los del pasado. La publicidad oficial, promoción de obras, las constantes cadenas nacionales, el ataque a los opositores, son frecuentes en los medios de comunicación masivos, lo que podemos subrayar es la calidad con los que se elabora los distintos mensajes ya que estos tiene un tinte más comercial y los mensajes siempre son los mismos: Revolución Ciudadana, La Patria, etc.

El gobierno de Correa se ha caracterizado por el manejo de su imagen institucional, por lo cual reforzó a la entidad rectora de la estandarización del lenguaje comunicacional y publicitaria del gobierno nacional: la Secretaría Nacional de Comunicación (SECOM), adscrita a la Secretaría de la Administración Pública (SNAP) hasta el 01 de agosto de 2013.

La SNAP está encabezada por Vinicio Alvarado, quien es uno de los principales ejes de generación de la imagen del gobierno, campañas publicitarias y electorales de Correa. Alvarado experto en marketing se vinculó a Rafael Correa en su primera candidatura en el 2006, a través de la agencia Creacional liderada por Juan Toledo, quien fuese el vínculo para que Alvarado se incorpore a Alianza País (Carrera, 2009).

Alvarado se ganaría la confianza de Correa al ganar la Presidencia de la República en su primer mandato, y fue nombrado Secretario de la Administración. Tras la vinculación de la SECOM con la SNAP, la Subsecretaría de Imagen y Publicidad tomó mucha fuerza e importancia con el manejo comunicacional basado en la difusión, posicionamiento, réplica y promoción del gobierno, dejando atrás el manejo informativo y de rendición de cuentas de gobiernos pasados. (de la Torre, 2010)

Varios autores concuerdan que se está viviendo un nuevo fenómeno en la comunicación política, no solo en nuestro país sino como un fenómeno extendido en toda Latinoamérica, ya que en el actualidad no solo se gobierna, además se permanece en campaña.

El discurso de Correa está acompañado de grandes imágenes, videos muy coloridos, palabras acompañados de textos, el cual se han multiplicado en su difusión y ha sido el instrumento más eficaz para llegar a las masas. Hoy por hoy Correa en sí es producto más de consumo “...el Presidente es un gran producto” Es indiscutible el gran aporte audiovisual que acompaña las propuestas políticas del gobierno con la imagen de Correa (Alvarado, 2013).

La comunicación que maneja el Gobierno nunca antes había sido importante en otros gobiernos, la comunicación es utilizada como instrumento para llegar a las masas apelando siempre a lo subjetivo y a la coherencia en las acciones del gobierno.

Se le atribuye el éxito de Correa a una hábil estrategia de marketing político que abarca diferentes medios como la radio, spots de TV e internet. Esto le hizo naturalizar un estilo de "campaña permanente". Su principal asesor de campaña, Vinicio Alvarado, se convirtió en el gurú mediático y supervisor de la comunicación gubernamental, utilizando una estrategia creativa, en donde se analiza el tono de la publicidad, existiendo símbolos, imágenes, utilizando un lenguaje con tonos emotivos, en donde se ve la integración del pueblo. El objetivo de la comunicación es mantener en la mente de los ecuatorianos la imagen de Correa como líder del país, por sus obras realizadas en las distintas ciudades.

La transformación de objetivos comunicacionales en creativos se ve en los spots, pues aparecen personas de diversas partes del país, de diferentes edades y especialmente de estrato social bajo y medio. Hay personas sencillas efectuando sus actividades cotidianas con alegría, y en general demostrando libertad y el ejercicio de la democracia.

Lo que es indiscutible es que en el material audiovisual, aflora mucho la creatividad. Su grupo de trabajo se enfoca en un lenguaje de imágenes, con analogías y elementos representativos fácilmente identificables para el público, desacreditando a la oposición.

Se presenta con un estilo marcadamente simbólico, crea una imagen diferenciadora que le permite estar en la mente de los ciudadanos con mayor facilidad, tiene una gran habilidad de comunicación, estableciendo una imagen firme en torno a él, con un mensaje con elementos impactantes para que las personas pudieran recordar el mensaje aún sin ver el spot.

Los Spots son cada vez más emotivos, con el afán de demostrar cercanía, credibilidad y confianza con la gente. Rafael Correa sabe utilizar la publicidad a su favor, siendo realista ante la incredulidad de lo que presentan los medios de comunicación. Por lo tanto, genera un mayor impacto en los espectadores. Busca su soporte en las propagandas para llegar a las masas con un lenguaje sencillo, pero a la vez creativo, definitivamente el manejo acertado del marketing resaltó su imagen.

Como parte de su campaña política permanente, se aprecia que la Revolución Ciudadana “está en marcha” debido a que cuenta con la aceptación y participación de los ecuatorianos. Los spots le dan el protagonismo al pueblo, ya no se trata de un ataque, sino de progresar como una patria unida.

Correa trabaja con un grupo de profesionales para el manejo de sus spots publicitarios, utilizando estrategias para poder llegar a la gente, presentándose siempre de una manera frontal en cuanto a su forma de pensar, seguro de sí mismo, ofrece la posibilidad de devolverle al pueblo aquello que le pertenecía, su dignidad, “la patria”; así como la oportunidad de que fueran los ecuatorianos quienes tuvieran el poder.

“El apoyo del pueblo ecuatoriano al presidente creció por su estilo de enfrentamiento a los poderes políticos económicos que habían llevado al Ecuador a la crisis. Gracias a su carisma y fuerte liderazgo, conoció un fulgurante crecimiento a pesar de los ataques permanentes de los poderes económicos y políticos tradicionales” (Instituto de investigación y debate sobre la gobernanza, 2009, párr. 15).

Estos spots crean un vínculo entre el candidato y los ecuatorianos como la relación entre producto y consumidor. Cabe mencionar que los spots, están dirigidos a los jóvenes y adultos de clases sociales baja y media, de las distintas regiones del país.

El lenguaje que utiliza es fácil de comprender ya que posee figuras retóricas sencillas y cada una de las imágenes de los spots trata de representar lo cotidiano para lograr una identificación con la gente. Enseña a los ecuatorianos que en el país se puede acceder a una mejor calidad de vida, como en las áreas de la salud, educación, oportunidades de trabajo, etc. Pero en el fondo de estos mensajes el beneficio adicional es comunicarles a los ecuatorianos que hemos recobrado “verdadera democracia”. Así también, es directo y firme frente a la oposición mostrando seguridad y buena argumentación.

Rafael Correa refleja una propuesta de cambio a través de sus spots publicitarios, se ve símbolos de poder; como la frase Revolución Ciudadana y el concepto de que los ecuatorianos podían recuperar su patria. Pero también supo combinar esa imagen de autoridad con los valores católicos; lo cual se lee en el trabajo de Freidenberg (2008), quien indica que:

“Se incluyó a la familia en los spots y en los actos como una manera de dulcificar la imagen del candidato y se dejó ver en la Iglesia como un católico practicante” (para contrarrestar la imagen de comunista de la que le había tildado Noboa) Freidenberg (2008: 32).

Correa, como parte de una campaña política permanente, siempre está activo, gobernando con un micrófono en la mano y frente a las cámaras. Para transmitir sus logros dispone de una verdadera artillería mediática. Después de que incautaron al Grupo Isaías en el 2008 el gobierno tiene una red de radios, canales de televisión y prensa escrita. Se puede ver que realiza además todos los sábados los llamados Enlaces Ciudadanos o sabatinas como los han apodado los ecuatorianos. Con el mismo modelo del Aló Presidente, Correa mezcla ataques políticos, logros gubernamentales y show personal.

Por lo tanto, el gobierno Correa como el Movimiento País han mantenido una lógica de campaña permanente, que ha podido permanecer en el tiempo gracias que cada spot contiene elementos: simbólicos e imaginarios de gran importancia para la población que apelan a su subjetividad.

CAPITULO III

Análisis del Spot Electoral Presidencial 2013 “La Bicicleta”

Este capítulo consta de tres partes. La primera parte trata acerca de la narrativa del spot publicitario “*La Bicicleta*”, la segunda parte consta de una explicación sobre la creación de una matriz (anexos) como herramienta de organización de información fundamentada en la teoría de Roland Barthes. La tercera parte realiza el análisis y crítica teórica del discurso visual del spot a través de las teorías anteriormente expuestas.

3.1 Narración Cronológica del spot

El Spot “La Bicicleta”, tiene una duración de 3 minutos con treinta y un segundos, en el que incluye la narración tanto lingüística, visual, signos, código, etc., Este *spot* nos presenta:

1. Rafael Correa se despoja simbólicamente de su banda presidencial y la deja en una silla que se encuentra vacía.
2. Cambia su forma de vestir, dejando la formalidad que caracteriza sus funciones presidenciales, para recorrer el país en bicicleta haciendo notar su pasión por ese deporte como su postura frente al cambio climático.
3. Parte de la ciudad de Quito, y su primer destino es su ciudad natal (Guayaquil), donde visita las obras más relevantes de su primer periodo comenzando con el puente de la Unidad Nacional.
4. Rafael Correa se detiene para mirar y analizar el monumento ubicado en la Rotonda (Malecón 2000), lugar donde se encuentran Simón Bolívar y José Martí los cuales simbolizan la idealización de la independencia Latinoamérica soñada por los próceres antes mencionados. Luego recorre una provincia donde Alianza País tuvo gran acogida y fue bastión de la Revolución Ciudadana en aquellas elecciones, lugar donde

se concentraban la mayor cantidad de problemas viales en el país (Manabí), en el cual se reúnen varios niños en bicicleta formando una caravana junto al presidente hasta llegar al puente de Bahía de Caráquez (lugar donde se creía imposible comunicarse con la población de San Vicente), Rafael Correa se detiene a descansar para mirar su obra.

5. Visita el puerto de Manta donde lo acompañan montubios (típicos de la región), allí mira con detenimiento la siembra de arroz.
6. Se hace notar las obras en la zona centro-sur del país, mirando el inicio del cambio de la matriz energética a través de la creación de energía eólica (Loja), pasando por la laguna del Quilotoa, hospitales, y el Tren Crucero (Recuperación de la gran obra de Eloy Alfaro).
7. Posteriormente pasa a la Provincia de Imbabura, asciende a dicha provincia por parajes como el de Guayllabamba y Tabacundo hasta llegar a Otavalo, donde se reúne con una familia indígena al borde del lago San Pablo. En el interior de la vivienda se muestra a un Rafael Correa como una persona humilde, que acepta la gastronomía típica de la provincia ofrecida por la familia indígena y donde afirma que el poder sobre él está de paso, y que dicho poder realmente lo tiene el pueblo ecuatoriano.
8. Termina el spot publicitario cuando Rafael Correa pide al electorado la votación en plancha por Alianza País, y destaca la figura de una silla vacía con su banda presidencial.

3.2 Justificación y explicación de la matriz o tabla

Para analizar el spot “La Bicicleta” bajo las concepciones de Barthes se ha procedido a la construcción de una matriz como herramienta de recolección, organización y tratamiento de la información de cada imagen sobresaliente en el spot, se ha procurado que sea explícita y construida sobre nociones conceptuales de la teoría de elementos de la semiología de Barthes.

Esta herramienta teórica permite dividir y organizar la información a partir de la captura de imágenes que conforman el spot, permitiéndose observar la estructura interna del spot, es decir

cada parte otorga sentido a todo el spot en su totalidad. Se tomó en cuenta los conceptos dicotómicos a los que Barthes se refiere:

- Lengua/Habla
- Significado/Significante
- Denotación/Connotación
- Sistema/Paradigma.

Para tal efecto, la matriz ha contribuido a la organización teórica por medio de las categorías de división de la información, la cual permite situar los conceptos semiológicos en cada imagen, esto con el fin de comprender la construcción de estos conceptos en el spot, además de identificar cómo se construyó el discurso partiendo de la necesidad imperiosa de encontrar un líder. Se crea el imaginario de patriotismo a partir del manejo de la imagen del presidente Rafael Correa como principal personaje en cada imagen del spot.

3.3 Los signos del spot publicitario (Clasificación, descripción, análisis y función de los signos en el spot)

3.3.1 Clasificación de los signos

Para tener un enfoque adecuado para el presente análisis se describirá cada signo y la función dentro del spot de las escenas más significativas y para después realizar el análisis denotativo y connotativo ya que el connotativo.

Cabe mencionar que el connotativo encierra a todos los demás elementos de análisis barthesiano, expuestos en capítulos anteriores. Además ya se describió la estructura del spot “La Bicicleta”.

De la siguiente manera se agruparan los signos que se procederán a estudiar.

- A. La banda Presidencial
- B. Despacho presidencial
- C. Silla Presidencial

- D. Color y Vestimenta de Rafael Correa (Presidente)
- E. Color y Vestimenta de Rafael Correa (Ciudadano, deportista)
- F. Gestos del Rostro R. Correa
- G. Objetos (bandera, bicicleta, carreteras, monumentos, puentes, canoas, tren, etc.)
- H. Personas (hombres, niños, otavaleños, etc.)
- I. Ambientes o lugares

Asimismo, siguiendo a Barthes se ha realizado el análisis de cada signo de acuerdo a la división de los elementos de semiología que se restringen en cuatro dicotomías.

3.3.2 ANÁLISIS SIGNOS EN CADA TOMA

A. Banda Presidencial



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

Primer Plano.- El spot inicia R. Correa colocando la banda presidencial en la silla, en esta toma se puede observar con claridad a la banda ya que todo el ambiente está dominado por la oscuridad al fondo se puede ver una lámpara muy tenue.

Segundo ángulo.- Maximiza el elemento. La banda presidencial se muestra majestuosa la poca luz que entra por la ventana alumbra totalmente a la banda dándole un cierto brillo.

Lengua:

En el imaginario de las personas la banda presidencial significa:

Legitimación del sistema democrático.

El poder Constitucional.

Es la investidura de la voluntad popular.

Es una condecoración.

Autoridad y continuidad del sistema presidencial.

Habla:

La banda presidencial se la utiliza en ceremonias de investidura, mensajes a la Asamblea Nacional, ceremonias militares y mensajes dirigidos a la Nación.

Significado

La banda presidencial significa: Poder, Representación, Autoridad, Soberanía, Designio, Gobierno y de todos estos significados y conceptos se reviste el Presidente de la República.

Significante

Tela de vistos colores, atravesada diagonalmente de un hombro al costado opuesto, usado como distintivo dignidad.

La banda presidencial es de tercio pelo, tiene los colores de la Bandera Nacional de la República del Ecuador. La banda presidencial es elaborada por manos de religiosas con hilos de oro. Además, dentro de la banda se depositan reliquias de santos ecuatorianos.

El escudo de armas se encuentra en el centro de la Banda en la mitad de la frase “Mi poder en la constitución”.

Denotación

La banda presidencial denota el Poder Ejecutivo, el Presidente Constitucional del Ecuador, victoria de la voluntad popular.

Connotación

Revestimiento del poder popular, es decir, el poder es entregado del pueblo para su representante elegido democráticamente. El poder del mandatario se fundamenta en la Constitución. Connota la continuidad de un sistema democrático, además de garantizar el deseo y voluntad de los ciudadanos. Proclamación mediante la cual se ostenta la delegación del conjunto social, al que sustituirá en la toma de decisiones.

Sistema

La banda presidencial representa el poder del Presidente para gobernar como un designio del pueblo que le otorgado o entregado el poder y no solo el poder sino sus deseos, esperanzas y la aceptación de un proyecto político e ideológico determinado.

Metáfora

La banda representa el poder ejecutivo, a lado derecho es donde se le coloca al presidente cuando es designado constitucionalmente. Además representa nuestra historia democrática y la continuidad del mismo.

La voluntad popular de entregar el poder al soberano. Reconocer su autoridad y representatividad.

Sintagma

El ambiente de poca luminosidad, tela tricolor con el escudo patrio. La banda está ubicada a lado derecho de la silla grande en medio de dos sillas más pequeñas de color café de estilo antiguo.

Metonimia

La banda, el color, la leyenda, el escudo, el despacho, las sillas, son atributos del poder presidencial ecuatoriano.

Rafael Correa al dejar la banda en la silla es una forma de despojarse de su poder y rol de Presidente del Ecuador.

B. El despacho



Spot “La Bicicleta” cuarto plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=OfZgCG2N5KM>

Primer plano.- Despacho presidencial, por el tipo de arreglo. Rafael Correa retirándose su leva indica su lugar de trabajo.

El primer plano nos acerca al ambiente para conocer íntimamente cada detalle del despacho, y aquí podemos ver símbolos patrios como la bandera, el escudo nacional, fotos de próceres de la independencia. Además podemos observar la decoración elegante y sobria del ambiente la luz es proporcionada tanto de la ventana como de la lámpara ubicada en el escritorio. Los colores que predominan en el ambiente son suaves como: café oscuro en la parte inferior de paredes y en muebles. Un color beige en alfombras, tapiz de muebles y cortinas.

En este plano se puede observar el predominio del color café oscuro o marrón y el beige. El color marrón comunica credibilidad y estabilidad, es el color de la tierra y de la abundancia. Además, es un color que se utiliza para transmitir información, haciendo un ambiente neutral apto para discusiones abiertas.

El color beige es un color tierra relajante, reductores de estrés que invitan a la comunicación. Este color se usa para reconfortar y transmitir información.

Lengua

Habitación o local

Conjunto de muebles

Salón destinado al trabajo

Lugar de cuatro paredes

Espacio Cerrado

Habla

Lugar donde se mantienen reuniones privadas.

Destinado a directivos.

Lugar destinado a resolver un negocio y trabajo.

Lugar de descanso, meditación y relajación.

Significado

Lugar de trabajo administrativo de gestión, espacio físico organizado. Lugar designado y privado para la máxima autoridad.

Significante

Elegante, sobrio, cómodo de poca iluminación.

Denotación

Lugar de trabajo del presidente de la República.

Connotación

Lugar desde donde se ejerce el poder ejecutivo, espacio de meditación y de toma de decisiones.

Sistema

Despacho presidencial desde donde se gestiona y administra el país. Lugar donde se lidera y se toma las decisiones de la administración pública.

La poca iluminación del despacho, el spot intenta proyectar que Correa pretende cambiar la forma de administrar el país desde un lugar cerrado y privado lejos de la realidad de la gente.

Sintagma

Escritorio, muebles de madera, dos ventanales con cortinas elegantes, cuadros de personajes históricos ecuatorianos y una pequeña lámpara de escritorio desprende poca luz.

Silla presidencial labrada con el Escudo Nacional encima de esta, la banda presidencial ubicada en el centro de dos sillas pequeñas y sencillas.

Puertas grandes de madera y la principal custodiada por los Granderos de Tarqui, poca luminosidad por lámparas pequeñas.

En la esquina detrás del escritorio la Bandera Nacional ecuatoriana.

Metáfora

El despacho presidencial representa el pasado oscuro desde donde se ejerció el poder, el pasado de una política tradicionalista, que se encerró a gobernar por sus intereses sin conocer la realidad de los ciudadanos.

Metonimia

El escritorio, alfombras, una silla labrada con el escudo en el centro en la parte superior, otras sillas sencillas pero elegantes, puertas, cuadros, cortinas.

La parte inferior de las paredes son de madera labradas a mano de color café al igual que las puertas, resaltan un ambiente sobrio y elegante. Son atributos de una oficina, en el spot el despacho presidencial ya que posee símbolos patrios como la bandera, fotos de personajes históricos de nuestro país de la independencia, nos muestra un lugar íntimo y privado del presidente.

C. La silla presidencial



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En el primer plano aproxima al espectador en el centro la silla presidencial, atravesada por la banda presidencial, junto a dos sillas más pequeñas de otro estilo.

Se puede ver los detalles de la silla presidencial, silla grande: espaldar y brazos de estilo Luis XVI, estilo representativo del movimiento neoclásico, es a la vez elegante y sencilla de madera tallada en la parte superior el Escudo Nacional y el tapiz de cuero café oscuro.

Este estilo denota delicadeza, intimismo y confort. Además, denota historia, es decir, se le atribuye un pasado y podríamos decir legendario.

En esta toma se repite la secuencia de colores de la anterior, se ve claramente el predominio del color café oscuro de la silla y la pared de atrás con bordados en la parte inferior. El color de las cortinas y el tapiz de la silla de color beige.

Lengua

La silla es un mueble cuya finalidad es servir de asiento a una persona. Elaborada de diferentes materiales: madera, hierro, forja, plástico. Dependiendo del diseño puede ser clásica, rústica, moderna de oficina, etc.

La silla presidencial es símbolo de poder, distinción. Asiento oficial sobre el cual se sienta la autoridad o dignidad.

Habla

La silla sirve al hombre como una forma de descanso. Una forma de comodidad y seguridad. Presidir reuniones. Realizar algunas actividades: compartir, viajar, trabajar, estudiar, comer, etc.

La silla presidencial presidir reuniones, lugar desde donde el presidente firma, autoriza acciones, otorga mandatos, suscribe mandatos. Emite mensajes al país. Recepción de visitas protocolares.

Significado

La silla presidencial representa el máximo poder político del país, distintivo del cargo de jefe del poder ejecutivo. Distinción y supremacía sobre los demás con poder político. Símbolo de poder. Tomar posesión del poder. Meta del candidato a sentarse en la silla presidencial y con ello pugna política por el poder. Liderazgo. Protagonismo.

Significante

Silla grande de madera labrada a mano, en el centro el Escudo Nacional, con espaldar y dos brazos a cada lado. Estilo neoclásico (Luis XV), tapiz de cuero café oscuro.

Denotación

Asiento del presidente ecuatoriano, ya que está encuentra atravesada por la Banda presidencial con los colores de la bandera del Ecuador. Denota brillo del color café oscuro y cada detalle del labrado.

Connotación

Meta que persigue el candidato a la presidencia. Sostén del poder político. Continuidad con el sistema presidencial ya que la silla representa la historia de la vida republicana de nuestro país. Autoridad y distinción del poder político sobre otros poderes. Liderazgo único, es decir, unipersonal.

Sistema

Poder, autoridad. Continuidad del sistema presidencial. Liderazgo de una persona, incluso porque la luz ilumina y resalta más a la silla presidencial.

Sintagma

El despacho presidencial, la banda presidencial, la leyenda de la banda, color de la banda, el escudo ecuatoriano dan sentido del poder presidencial ecuatoriano.

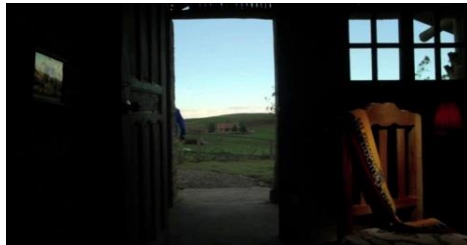
Metáfora

La silla presidencial representa el poder presidencial y la historia de la vida democrática de nuestro país. Además, la silla presidencial es elevada y distante de las otras sillas ubicadas en el centro de las dos más pequeñas, donde puede sentarse el Presidente de la República como autoridad. La silla nos indica el ascenso y la posesión nos referimos a la categoría del poder.

Metonimia

La silla presidencial es labrada, de color café oscuro, más grande e imponente que las otras que nos indica el estatus de superioridad.

a. La silla



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En el primer plano Correa abandona la casa, la banda presidencial está colocada en una silla sencilla dentro de la casa de la pareja de indígenas.

Predomina el color negro de la casa, en el umbral de la casa podemos mirar la claridad del azul del cielo y el verde de la vegetación. Además, los colores de la bandera ecuatoriana, amarillo, azul y rojo.

Lengua

Mueble de cuatro patas, armazón de madera, asiento con espaldar.

Habla

Distintos materiales, diseños, colores, usos.

Significado

Asiento, descanso, cotidiano, puesto o lugar.

Significante

Silla de color café de madera, sencilla, de cuatro patas, diseño rustico.

Denotación

Dentro del sistema democrático el pueblo tiene el poder decisión.

Connotación

El poder es del pueblo.

Sistema

El éxito de las elecciones es el triunfo no de un partido sino de todo un país.

La victoria de Alianza País y de Rafael Correa significa dar continuidad a un proceso de cambio.

Metáfora

Hablando metafóricamente Correa entrega el poder al pueblo representado por la pareja de indígenas, le devuelve el protagonismo al pueblo de elegir sobre su futuro. Nuevamente

podemos ver la posición ideológica y la concepción de gobierno propuesta por R. Correa un gobierno democrático y participativo.

La oscuridad representada por el viejo país conjuntamente con el contraste de la luz a la salida de la casa y Correa fuera de ella representa el cambio, la esperanza y la victoria, es decir, el pueblo escoge entre el pasado y el cambio. Vemos que Correa sale invitando a seguirlo.

Por otro lado, el optar por Correa y Alianza País es un acto de infinito amor y la perpetuación, continuidad de la Revolución.

Metonimia

Correa, la silla, banda, la casa, el paisaje, la luz, la oscuridad.

D. Color y Vestimenta de Rafael Correa (Presidente)

a. Vestimenta Traje



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En el plano general tenemos la vista de todo el despacho presidencial. Se observa claramente a Rafael Correa vestido de traje negro y camisa blanca bordada con detalles de la cultura andina.

En la toma 4-5 se observa a Rafael Correa sólo, expresando soledad y aunque en esta escena se muestra de forma panorámica la vestimenta de Correa y, el momento que se retira la leva.

El color que predomina en el traje es el negro que significa elegancia, tradicional, éxito. La camisa de color blanco significa la paz, con detalles bordados de la cultura andina, no utiliza corbata.

Lengua de la vestimenta

Vestido exterior completo de una persona

Modo o costumbre.

Tendencia y comunicación.

Medio de distinción.

Conjunto de prendas

Prenda para cubrir el cuerpo.

Estatus social.

Adorno.

Habla

Formal, típico

Sencillo

Masculino y Femenino

Significado

Representa distinción, elegancia, éxito

Tradicional y postmoderno

Original y distinguido

Significante

Terno: leva y pantalón de color negro, zapatos negros, camisa blanca.

Camisa con detalles precolombinos y bordados coloridos.

Denotación

Rafael Correa vestido formal

Traje limpio de color oscuro

Connotación

El vestuario de Correa es elegante, postmoderno que intenta romper con lo tradicional.

La camisa blanca con bordados muestra su apego y orgullo del trabajo y cultura indígena.

Sistema

Formalidad y seriedad

Hombre postmoderno (Correa quiere con la forma tradicional)

El traje formal refleja éxito, orden, limpieza.

Sintagma

Leva y pantalón de terno negro.

Camisa blanca con bordados

Zapatos negros.

Metáfora

Se puede decir metafóricamente que a pesar que Correa utiliza el traje formal, tradicional, elegante, es postmoderno ya que no utiliza la camisa tradicional con corbata por lo contrario utiliza una camisa sin cuello con bordados precolombinos muy coloridos en el centro demostrando que se quiere romper con el pasado con lo tradicional de hacer la política,

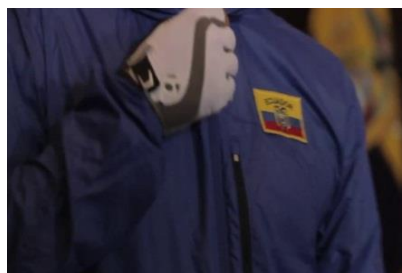
además de la alegría que representan los colores del bordado. El color blanco significa la paz, el orgullo y el trabajo de las manos de nuestros artesanos.

Al momento de sacarse la leva para cambiar de vestuario se puede decir el cambio del que habla el gobierno.

Metonimia

Traje formal elegante negro, camisa blanca con bordados precolombinos y zapatos negros.

b. Vestimenta



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En esta escena podemos observar el cambio de vestimenta de Rafael Correa, deja a un lado su traje formal y elegante por un vestuario deportivo de colores fuertes.

Los colores que predominan en esta toma es el café que indica sobriedad, además del color azul y verde en la camiseta y la chompa, que como se conoce son los colores del partido de gobierno.

Se corta la escena en la mirada de Correa, mostrando su mirada fija en dirección de la banda y la silla presidencial. En la parte de atrás se observa la bandera y el escudo ecuatoriano. Los

colores que conforman la bandera son: amarillo que significa abundancia en las cosechas y fertilidad de la tierra; el azul el color del mar y del cielo y el rojo la sangre derramada por los héroes y mártires en la batalla de la independencia.

El color azul utilizado en la chompa rompe vientos simboliza elegancia, tranquilidad, meditación, juventud, masculinidad en el cual se hace ver al presidente Correa como un político joven, fresco, intelectual, además inspira seguridad. Es un color fuerte ligado a la tranquilidad y la calma produciendo efectos relajantes, el azul es un color frío relacionado a la inteligencia y la consciencia.

El color azul da la idea de curación, es decir se crea la imagen de un hombre que curará, es decir dará protección a la Patria. Además, todo el vestuario es ligero, se complementa con accesorios de seguridad para la travesía.

El color verde de la camiseta tiene varias denotaciones entre las cuales equilibrio, naturaleza, esperanza, frescura. Además de significar revolución, ecologismo, tranquilidad, juventud, lealtad, confianza y amor a la vida.

Lengua

Tendencia y comunicación.

Medio de distinción.

Prenda para cubrir el cuerpo.

Habla

Semi formal

Sencillo

Conjunto de prendas

Masculino

Deportivo

Significado

Deportivo

Seguro

Juvenil, ligero, vistoso y colorido.

Saludable

Significante

Conjunto de tres piezas (chompa, licra, chompa)

Colores llamativos azul y verde

En las prendas bordados en el pecho la bandera con el escudo ecuatoriano.

Accesorios de seguridad (casco, guantes)

Prenda de ciclismo

Denotación

Un hombre joven, deportista, saludable, irradia energía, confianza y seguridad

.

Connotación

Un hombre que inspira juventud, dinamismo.

Un hombre que inspira confianza y seguridad.

Un hombre deportista, saludable.

Sistema

Rafael Correa se muestra como un hombre saludable, dinámico, gran vitalidad y energía. Un hombre seguro y confiable. Además, se puede decir que es un hombre patriota llega el pecho la bandera ecuatoriana y tras de su imagen la bandera se muestra majestuosa.

Sintagma

Camiseta verde, chompa azul, en el centro la bandera y escudo ecuatoriano, casco y guantes.

Metáfora

En esta toma podemos decir que metafóricamente Correa se desprende del poder dejando a un lado la banda y silla presidencial, además de cambiar su traje formal por ropa más ligera y

sencilla, es decir, se muestra como un ciudadano más pero a la vez se hace una distinción nos deja ver un ciudadano deportista.

Nos muestra como un soldado listo para un viaje donde se prepara con accesorios que son utilizados para su protección y seguridad y con la bandera en su pecho mostrando el alto nivel de civismo.

Por otro lado, nos muestra la imagen de Correa de querer dejar a tras el pasado oscuro y lo tradicional de hacer política en nuestro país.

Metonimia

Chompa azul, camiseta verde, lycra negra, zapatos negros deportivos, guantes, casco, bandera y escudo.

E. Rostro de Rafael Correa



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En planos generales en cada escena, se observa el rostro de Correa podemos observar cada facción de su rostros, sus gestos son distintos en la primera toma vemos un rostro de decisión, seguridad, desafío, fuerte, pensativo.

En la segunda toma vemos un Correa ya cansado, decepcionado, tristeza, indignación. En la toma siguiente nos indica su cansancio, agotamiento, sufrimiento, esfuerzo, pasión e impulso.

Las tomas siguientes observamos un Correa más relajado, contento, confiando y seguro.

En estas escenas predomina el colores claros azul (chompa, cielo), verde (camiseta, vegetación), blanco (bicicleta), que significa colores de gobierno, esperanza, paz. Además, cada escena se observa la iluminación engrandeciendo la imagen de Correa y lo muestro majestuoso.

Lengua

Cara, parte frontal de la cabeza

Parte anterior desde las cejas a la barbilla

Semblante cara de las personas

Identidad de una persona

Expresión de emociones

El rostro se relaciona con los sentidos (vista, olfato, gusto, oído)

Habla

Expresa emociones

Espejo del alma

Utilización en dichos populares (cara dura, hacer rostro, etc.)

Gestualidad

Significado

Decepción, preocupación, cansancio, tristeza, esfuerzo, alegría, decisión, seguridad, entusiasmo, etc.

Denotación

Rasgos fuertes y marcados del rostro de Correa.

Connotación

Un hombre atractivo que transmite seguridad y firmeza.

Sacrificio de su lucha y el esfuerzo por su patria.

Un hombre atractivo, rasgos fuertes y masculinidad.

Sistema

Se muestra un hombre mestizo, atractivo, joven. Masculinidad exagerada, fuerte de carácter seguro de sí mismo.

Sintagma

Facciones fuertes del rostro, ojos y cabello de color claro. Sudor y respiración agitada.

Metáfora

En cada escena nos indica una aproximación al personaje, Correa se muestra en la mayoría de las escenas de lado derecho con el mentón elevado denotando cercanía con el televidente. Además, de mostrar el orgullo y seguridad de sí mismo.

Metonimia

Rasgos del rostro, claridad de sus ojos y cabello. Vestimenta de colores del gobierno.

G. Objetos

a) Bandera



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En primer plano la bandera ecuatoriana, en esta toma se puede solo observa la bandera y el escudo ecuatoriano, envuelta por la oscuridad del ambiente. Además de los colores de la bandera: amarillo que significa la riqueza y abundancia de nuestra tierra, el azul la inmensidad de nuestros mares y el color rojo la sangre derramada por nuestros héroes independentistas.

Hablando metafóricamente que la Patria está envuelta en la oscuridad de la desesperanza y cautiva de los poderes fácticos y de la forma tradicional de hacer política.

b) Bicicleta



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En el primer plano Rafael Correa toma una bicicleta y sale de Palacio por la calle principal temprano en la mañana.

Con sus manos en el manubrio expresa llevar el futuro del país. Predomina el color azul de su chompa y el cielo, el color blanco de las edificaciones nos expresan la paz. En la travesía la luz y la claridad están constantes.

Lengua

Vehículo de dos ruedas, movido por dos pedales

Medio de transporte ecológico

Vehículo de transporte personal

Vehículo de propulsión humana

Habla

Medio de transporte, deporte, recreación, trabajo.

Significado

Medio de transporte sano y ecológico.

Transporte sostenible y económico.

Transporte fácil de accesibilidad.

Unipersonal.

Significante

Vehículo de dos ruedas, un asiento y un manubrio.

Material de metal

Sencillo

Estructura lineal.

Denotación

Medio de transporte.

Vehículo fácil de movilización, ecológico, económico y sano.

Connotación

Libertad y energía.

Cercanía y contacto con la gente.

Expresa que lleva en su bicicleta el futuro del país.

Expresa energía y profesionalismo al conducir la bicicleta no suelta los manubrios.

Se hace énfasis que conduce solo la bicicleta.

Sistema

Al salir de palacio deja el pasado (oscuro), es decir, la forma tradicional de gobernar, donde el presidente no conocía la realidad de su gente, solo gobernaba desde palacio despacho.

Rafael Correa se desprende del poder y recorre su país como un ciudadano común en cierta forma él recorre el país como una forma de crítica hacia sí mismo en la forma de cómo ha gobernado su país.

Una vez muestra la confianza y seguridad de sí mismo.

Sintagma

Correa sale del despacho la oscuridad a la luz, sale con la bicicleta por la puerta principal del palacio de gobierno.

Vestimenta deportiva de ciclista y accesorios guantes y casco.

Su recorrido empieza en el amanecer capitalino.

El cielo azul despejado quiteño.

Metáfora

La bicicleta se vincula con la libertad y cercanía hablando metafóricamente podemos decir que representa la forma de gobierno de Correa. Un gobierno libre sin ataduras del pasado sin relaciones con el pasado fáctico de la partidocracia, oligarquías, banqueros, etc. un gobierno que solo gobernaba desde el palacio sin conocer la realidad de los rincones del país.

Además, la bicicleta se relaciona con los jóvenes tanto como deporte como una opción de cuidar el medio ambiente.

La forma de conducir la bicicleta nos muestra un hombre que irradia seguridad, confianza y profesionalismo, como mencionamos anteriormente estas cualidades se relacionan tanto con la forma de gobernar y la del líder.

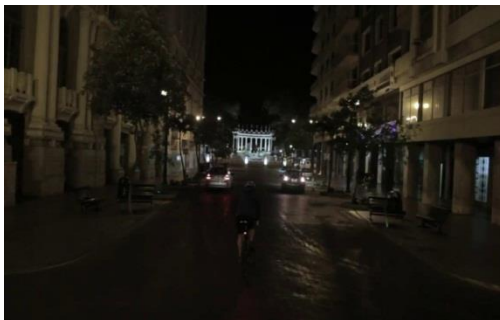
Conduce siempre la bicicleta con las dos manos, línea recta, sin retroceder, su gobierno caracterizado por una tecnocracia, conduce solo mostrando su liderazgo fuerte a la hora de gobernar.

Se muestra como un gobierno autocrítico de su gestión que tiene cercanía con la población y conoce la realidad de su gente.

Metonimia

Correa, su ropa ligera, casco, guantes, bicicleta, oscuridad del despacho, claridad del cielo, las calles desoladas.

a. Llegada a Guayaquil (Monumento a Bolívar y San Martín)



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=OfZgCG2N5KM>

En planos generales observamos la llegada de Correa a Guayaquil por la noche, solo se divisan las luces de los autos y al fondo el majestuoso monumento que fue levantado para conmemorar el histórico encuentro que sostuvieron los libertadores Simón Bolívar y José de San Martín ubicado en malecón a orillas del río Guayas.

Predomina el color negro de la oscuridad de la noche podemos mirar a Rafael Correa al frente de este monumento, su mirada es fija a estos héroes latinoamericanos como una forma de admiración.

Lengua

Ciudad del Ecuador.

Ciudad más grande y poblada del país.

Centro de importantes comercio del país.

Centro de influencia en el comercio, finanzas, político, cultural de la región.

Principal puerto del país generando importante entradas económicas al país.

Habla

Perla del Pacífico.

Capital económica del país.

Gloriosa estrella de octubre, novia de la nacionalidad.

Significado

Ciudad del Ecuador considerada la más grande y poblada, además de ser una las ciudades más grandes de América Latina.

Centro económico del país.

Significante

Localizada en la costa del Pacífico en la región litoral del Ecuador, población 2'526927 de habitantes. Cabecera cantonal de la provincia del Guayas. Clima cálido.

Denotación

Capital económica del país que tiene gran influencia en el quehacer económico y político del país.

Connotación

Guayaquil independiente.

Guayaquil es el centro de las disputas económicas y políticas.

Sistema

Una de las grandes obras realizadas por el gobierno de la Revolución Ciudadana son las carreteras, amplias, señalizadas, etc.

Rafael Correa se identifica con las ideas revolucionarias de libertad de Bolívar como el coloso de la independencia americana al igual que San Martín.

La oscuridad del ciclo neoliberal.

La intensa pugna política entre el gobierno de la Revolución Ciudadana y la partidocracia Social Cristiana ahora con Madera de Guerrero.

Sintagma

Correa conduce su bicicleta por la carretera en la noche se puede observar la señalización de las carreteras.

Solo se puede divisar luces de los autos y los reflectores al monumento de la entrevista de Simón Bolívar y San Martín, Correa se detiene a mirar dicho monumento.

Continúa su recorrido en bicicleta en medio de la noche atrás se observa el brillo de las luces de los autos.

Metáfora

Durante todo el recorrido observamos que la luz del día acompaña a Correa, en el caso de Guayaquil sucede lo contrario la oscuridad se apodera de la imagen. Metafóricamente hablando Correa no ha logrado mantener un control político sobre la ciudad ya que se disputa el control político y aceptación de la población de forma mayoritaria con Nebot quien representa a la tradicional partidocracia.

Es oscuro simboliza la noche neoliberal provocado por los poderes facticos del pasado representado por el partido Social Cristiano, Nebot representa unos de sus líderes más representativos.

Al mirar el monumento de los grandes colosos de la independencia latinoamericana, Correa se identifica con las ideas libertarias de estos próceres y las hace suyas en el discurso de la Revolución Ciudadana.

Metonimia

Carretera señalizada, Luces de buses y autos, monumento a Simón Bolívar y San Martín, oscuridad.

b. Carreteras



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

Sigue el recorrido solo, se observa pocas personas en la carretera mirándolo al pasar. En planos generales indica todo el paisaje costanero, amplias carreteras, señalizadas, predomina la luz del día los colores amarillo, azul, blanco (camisa, líneas de señalización), el color verde de la vegetación.

El azul y el verde colores del partido de gobierno, la vegetación que connota esperanza; el blanco la paz para el cambio y la verdad a través de la revolución caracterizada por ser pacífica y verdadera.

Lengua

Ruta, dominio y de uso público.

Construcción para la circulación de medios de transporte.

Conexión y acceso a lugares.

Habla

Calle en las ciudades.

Autopista o camino.

Significado

Ruta

Conexión y acceso a lugares

Facilita la movilización de un lugar a otro.

Desarrollo y modernización.

Significante

Amplias, señalizadas, de concreto, carreteras de primer orden.

Denotación

Carreteras amplias y señalizadas de concreto.

Connotación

Modernización y desarrollo económico del país.

Cambio avances del país con la Revolución Ciudadana.

Conectar y unificar al país eliminando fronteras.

Sistema

Con la llegada de la Revolución Ciudadana vino el cambio y con ello la modernización y desarrollo del país.

Unificación del país eliminando fronteras y desequilibrios territoriales.

Desarrollo y esperanza a los sectores pobres olvidados por la partidocracia.

Sintagma

Correa conduce la bicicleta por amplias vías con paisajes costaneros, a traviesa pequeños pueblos la gente pobre y humilde lo observa al pasar.

Avanza su camino siempre hacia adelante por el lado derecho de la carretera.

Metáfora

Podemos observar amplias carreteras, las carreteras se han convertido en emblemas del gobierno de la Revolución Ciudadana. Nos muestra a Correa seguro al recorrer las carreteras solo, enfatizando la seguridad de su gestión de lo que ha logrado, por otro lado, nos muestra los cambios que se han logrado, un país que vive nuevos tiempos de desarrollo y modernidad.

Correa conduce siempre hacia adelante podemos decir que pasa por los pueblos con la esperanza y el futuro. El pueblo se refleja en unas cuantas personas que solo lo observan pasar sin inmutarse por su paso, es decir, el liderazgo de Correa es claro, reafirma el líder que

conduce solo no necesita de su pueblo. Reemplaza al pueblo esperando que el pueblo lo siga con su mirada sin voluntad.

Metonimia

Carreteras, Correa en su bicicleta, personas caminando y sentadas al borde de la carretera.

c. Carretera cruce por medio de árboles



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

Continua su travesía en planos generales podemos observar amplias y modernas carreteras, además podemos observar la naturaleza que acompaña el trayecto.

Observamos a Correa conduciendo la bicicleta más tranquilo y relajado, conduce hacia adelante nuevamente la oscuridad producida por los árboles conduce hacia la luz del camino. Predomina el color azul del cielo y chompa, el color verde del casco y la vegetación.

Lengua

Ruta, camino, vía.

Construida para la circulación de personas y medios de transporte.

Conexión y acceso a lugares permitiendo la comunicación.

Habla

Calle en las ciudades.

Autopista o camino.

Significado

Ruta

Conexión y acceso a lugares

Facilita la movilización de un lugar a otro.

Desarrollo y modernización.

Amplias, señalizadas, de concreto, carreteras de primer orden.

Denotación

Carreteras amplias y señalizadas de concreto.

Carreteras de primer orden.

Componen paisajes naturales.

Connotación

Modernización y desarrollo económico del país.

Cambio avances del país con la Revolución Ciudadana.

Conectar y unificar al país eliminando fronteras.

Amor y respeto a la naturaleza.

Sistema

Cruzar la línea irreversible del pasado hacia el futuro.

Salir de la oscuridad a la luz de la verdad y justicia social de la nueva Patria.

Sintagma

Carretera con poca luminosidad.

A los costados de la carretera se encuentran grandes árboles que adornan la carretera.

Por medio de los árboles se abre paso la carretera moderna señalizada de poca luminosidad.

Correa conduce por el carril derecho en medio de la carretera y los árboles.

Metáfora

En esta escena nos muestra un gobierno que ha llevado el desarrollo y modernidad nos referimos en el sistema vial considerado como el emblema de cambio del gobierno de la Revolución Ciudadana.

Por otra parte nos hace referencia que el gobierno ha llevado el desarrollo respetando la naturaleza, esto es evidente que durante su recorrido podemos ver los paisajes naturales.

Transcurre su recorrido hacia adelante, cruzando el pasado y el viejo país de la oscuridad hacia la luz del futuro, desarrollo, modernidad. Mostrando que el país está mejor y no tendría sentido volver hacia atrás y ni para la Revolución sino darle continuidad cruzando la línea del pasado y el presente. El tipo de desarrollo que se menciona es un desarrollo occidental es decir, lineal hacia el progreso.

Metonimia

Carretera, paisajes (montañas), Correa, bicicleta, árboles.

d. El ferrocarril



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

Primer plano la carretera amplia de primer orden, Correa conduciendo a su lado el ferrocarril rojo y al fondo el Cotopaxi.

Los colores que predominan son el azul, amarillo y rojo. Connotando la unificación nacional, es decir, la eliminación de fronteras el progreso y el desarrollo.

H. Personas

a. Los niños en bicicletas



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En planos generales, nos muestra a un grupo de niños costeños, quienes están sentados en la entrada de una casa humilde. Al ver pasar una bicicleta conducidos por Correa toman sus bicicletas y lo siguen contentos.

Esta escena existen la mezcla de varios colores pero predomina el color verde de la camiseta de Correa y la vegetación connotan la esperanza, el color amarillo del pantalón de la niña, el color rojo y azul de las camisetas de dos de los niños que representan los colores de la bandera amarillo, azul y rojo. El color blanco que significa la pureza y la paz.

Lengua

Ser humano que no alcanza la pubertad que está en desarrollo. Periodo o etapa de crecimiento humano

Población menor de dieciocho años. Población vulnerable del país.

Futuro del país.

Habla

Persona que no alcanza la madurez, que no tiene autonomía.

Significado

Pocos años de vida, necesita de cuidados.

Inocencia, travesuras, juguetones, alegría, esperanza del futuro, bondad, amor, energía.

Significante

Cinco niños entre edades de 7 a 9 años de edad, de la región costa de nuestro país de piel morena, niños pobres.

Denotación

Niños alegres.

Niños entusiasmados, confiados y seguros.

Connotación

Correa lleva la esperanza de nuevos cambios, es decir, propone un plan nuevo diferente alejándose del pasado: la partidocracia, los medios, la banca, la oligarquía, etc.

Correa exalta la imagen de renovación y de cambio a las futuras generaciones, además se muestra que el apoyo de sus electores son jóvenes y el mensaje es dirigido a este sector de la población.

Sistema

Correa se proyecta como el líder renovador de la Patria.

Lidera y guía al pueblo hacia el futuro.

Proyecta la confianza y seguridad en su camino.

Sintagma

Niños entre 7 y 9 años sentados toman su bicicleta y siguen a Correa alegres, entusiastas. El color de su ropa azul, amarillo y rojo son los colores de la bandera ecuatoriana, el color blanco que simboliza la paz que involucra el cambio de la Revolución Ciudadana.

Metáfora

Podemos ver que los niños representan el futuro y la esperanza, además representa a toda la población joven del país ya que utilizan los colores patrios y comparten las ideas de cambio de Correa, es por eso que toman una bicicleta y lo siguen. Es decir, se identifican y comparten las ideas, gustos, anhelos de cambios de un país nuevo alejado del pasado.

Al tomar una bicicleta es una forma de aprobar y dar continuidad al proceso liderado por Correa.

Metonimia

Los niños, la bicicleta, los colores amarillo, azul, rojo, blanco y verde. Correa liderando y guiando a los niños.

b. Pareja indígena otavaleños (llegada a la casa indígena)



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En plano general indica un paisaje andino al fondo la laguna de San Pablo, la escena se enfoca a Correa llegando a una pequeña casa de una pareja de otavaleños el saluda y lo invitan a pasar.

Sentados en una mesa Rafael Correa inicia conversando en la lengua nativa de los indígenas (quichua) luego se dirige al electorado en saltando al pueblo ser digno, soberano y merecedor de días mejores en esta escena podemos percibir la concepción de poder que propone Correa es democrático y popular ya que menciona que el pueblo tiene el poder de decisión.

Los colores que están presentes en la escena son el azul en la chompa de Correa, el color blanco en la vestimenta de la pareja, el amarillo de distintos objetos como: tazas, jarra, etc, el color rojo de la planta en la mesa y el color verde en la camiseta. Además hay contraste de la oscuridad con la claridad y el color café que hace que el ambiente sea sobrio.

Lengua

Importante grupo étnico indígena ecuatoriano.

Indígenas kichwa otravalo.

Ubicados geográficamente en la sierra ecuatoriana provincia de Imbabura en Otavalo.

Su vestimenta de color blanco simbolismo y elegancia.

Conservan sus largos cabellos trenzados como forma de exteriorizar su condición étnica.

Habla

Cultura tradicional ancestral

Artesanos y Folklor.

Significado

Pueblo originario y ancestral de riqueza cultural y étnica.

Conocidos por la habilidad de sus manos en la elaboración de tejidos donde se plasman su arte, pensamiento y trabajo.

Grupo étnico reconocido por la lucha constante por la reivindicación de derechos y reconocimiento.

Legado histórico, cultural y artístico.

Significante

Ubicación en la provincia de Imbabura Otavalo. La mujer indígena utiliza una blusa con encajes y bordada con diferentes diseños y colores. Utiliza anaco de color negro y una fachalina de color blanco, su cabeza están cubierta con la uma watarina, una tela negra. Utiliza como complemento aretes y un collar conocido walka que son lulos dorados también usa manillas o maki watana hechas cuentas de coral.

El traje del hombre indígena utiliza una camisa blanca y un pantalón blanco. Encima lleva un poncho de lana tejido en telar de kalluwa de color azul. También utiliza un sombrero de color oscuro y su cabello está peinado en forma de una trenza, ambos utilizan alpargatas.

Denotación

Diversidad cultural y étnica en el Ecuador.

Identidad.

Connotación

El gobierno de la Revolución Ciudadana es un gobierno incluyente agrupa aquellas clases y grupos sociales que eran marginados del quehacer político, social y económico del país.

Metáfora

Se muestra un gobierno incluyente con clases sociales y étnicamente excluidas por años en nuestro país. En la escena que Rafael Correa al entrar a la casa de la pareja indígena, un hogar humilde nos muestra que en su gobierno no existen las diferencias, con este argumento utiliza como coartada para eliminar las relaciones sociales existentes. Además de mostrar que es un gobierno que conoce la realidad estos grupos (al hablar quechua), metafóricamente hablando les entrega el poder y reconocimiento de sus derechos y luchas dentro de su gobierno.

Por otro lado, afirma que su gobierno reconoce la diversidad cultural y étnica de nuestro país.

Metonimia

Paisaje andino, casa, la bicicleta, Rafael Correa, la pareja de indígenas otavaleños, la mesa.

c. Montubios a caballo



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

El plano general indica todo el paisaje de la escena, y se observa nuevamente a Correa liderando a campesinos montubios montados en sus caballos hacia adelante.

Se suma la vegetación que se encuentra en su paso, los colores que predominan en esta escena es el verde de la camiseta de un jinete, que se une con el color azul de la camiseta del otro campesino que se conoce son los colores del gobierno, el verde que connota la esperanza. Además, del color blanco que representa la paz y el color café.

I. Ambientes o lugares

a. El sol ilumina a Correa



Spot “La Bicicleta” primer plano

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=0fZgCG2N5KM>

En planos generales se muestra a Correa que llega a una playa para descansar mira a un grupo de pescadores que realizan su jordana de trabajo podemos decir que los observa como admirando y dignificando el trabajo de los pescadores.

Esta escena nos acerca a la realidad de los personajes, los pescadores que lanzan las redes al mar desde sus embarcaciones. Podemos observar el color de la camiseta de uno de los pescadores de color amarillo, otro pescador usa el color rojo y la embarcación azul, indican el amarillo, azul y rojo de la bandera ecuatoriana, además podemos observar el color blanco en unas de las camisetas y la espuma de las olas que simbolizan la pureza y paz cobijadas por la inmensidad del cielo azul, la vegetación verde y la camiseta de Correa que representan la esperanza.

El plano general abarca toda la escena, se ve a Correa iluminado por un sol radiante, podemos observar el predominio del color verde de la camiseta y la vegetación que se encuentra detrás.

Además predomina el color café que dentro de la publicidad denota sobriedad.

Lengua

Estrella de tipo espectral, una bola gigante giratoria de gas caliente.

Astro con gran brillo.

Fuente de energía manifestada en forma de luz y calor.

Fuente de magnetismo y radiación.

Habla

Mitos en diferentes culturas.

Astro mágico considera como un Dios en algunas culturas.

Fuerza dominante y símbolo prestigio y poder.

Adjetivo a personas muy buena y simpática.

Unidad monetaria de Perú.

Significado

Luz

Iluminación

Felicidad

Poder

Suerte

Centro del ser

Divinidad

Vida

Significante

Estrella radiante

Bola gigante y brillante

Astro en el cielo

Día

Denotación

Un día despejado sin nubes.

Claridad

Un nuevo día

Connotación

Correa como el centro de la nación que irradia su poder hacia todos los rincones del país.

Connota el nacimiento de una patria nueva, un nuevo comienzo.

El origen o surgir de un país.

Sistema

Correa ha dejado a tras el viejo país.

A partir de su gobierno han nacido la esperanza, nuevos días de cambio.

El sol lo ensalza, lo magnifica al líder mesiánico.

Sintagma

Correa llega a una playa, se detiene bebe un poco de agua, y mira al horizonte observa pequeñas embarcaciones de pescadores.

Correa luce la camiseta verde y el sol radiante por detrás lo ilumina.

Metáfora

Hablando metafóricamente el sol representa la nueva esperanza ya que predomina el color verde de la camiseta de Correa y la vegetación que nos muestra como dijimos anteriormente la esperanza y frescura del nuevo líder.

Al mirar a los pescadores que usan ropa de colores de la bandera ecuatoriana podemos decir es el nacimiento de una patria que está llena de orgullo y dignidad ya que Correa mira a los pescadores con admiración de lo que hacen, aquí se toma el tema de la dignificación del trabajo y que existe en el nuevo país la igualdad y trabajo para todos.

El azul del cielo que metafóricamente nos indica que el cielo cubre la nueva patria.

Metonimia

La playa, la bicicleta, Correa, las embarcaciones, los pescadores, el mar, la vegetación, las olas.

El Mito

Para Barthes el mito es el mensaje connotado, en nuestra investigación en el análisis del spot identificaremos la significación del segundo orden o connotación pero también Barthes lo llama mito.

En el spot nos muestra a Rafael Correa con su traje presidencial deja a un lado la banda, la silla presidencial, el traje, la oscuridad del despacho por un traje más ligero de colores vivos, su mirada fija a la bandera ecuatoriana hacia arriba al frente. Su vestimenta connota un ciudadano normal pero no cualquier ciudadano ya que su vestimenta denota las cualidades de un hombre joven, deportista, saludable, ecológico, patriota que abandona palacio para recorrer el país e bicicleta y en cierta manera reflexionar y criticar las acciones realizadas durante su gobierno. Visita lugares de la costa y sierra obras emblemáticas, paisajes y personas.

para terminar en la casa humilde de unos otavaleños podemos mirar abandonar la banda en una silla humilde muy diferente a de palacio, el spot termina con un bello paisaje y Correa levantando su brazo de victoria.

Este diría Barthes es el significado del spot, es decir, el significado en términos del primer orden de significación, es lo que spot denota.

Siguiendo a Barthes el significado total del spot está en el segundo orden de la significación, es decir, la connotación.

El mensaje político del spot, es decir, el contenido ideológico considerando que el spot está compuesto por el contenido simbólico y el político.

Podemos decir que el cambio de vestimenta y el ambiente Correa marca una diferenciación entre el pasado conlleva la separación con el modo de hacer política y determinados actores (medios de comunicación, oligarquía, banqueros) y presente proceso político que se inició desde el 2006 liderado por Correa y el apareamiento de un nuevo actor político el movimiento Alianza País.

El mito se presenta en el spot al referirse a la idea de Correa es parte y sale del pueblo se despoja de su rol de presidente para ser un crítico de sí mismo, ósea se pone en el lugar del ciudadano en el momento de evaluar a un gobierno. Se identifica con el deseo de cambio, la idea de vivir y tener una Patria nueva, haciendo referencia al espacio de poder (banda, silla, despacho, palacio) dejándolo a un lado y atrás con ello la propuesta de construir y refundar un gobierno que revolucione las estructuras y prácticas del viejo Estado dejando a tras el modelo neoliberal.

Pero Correa se presenta como un hombre común se distingue de los “demás” con el hecho presentar cualidades de un líder y tomar el reto de cambio este hecho podemos ver en sus gestos de decisión además de la forma en que se prepara para la travesía.

Correa hace uso del tópico del líder patriota, que es muy utilizado en el relato populista idealizado por un lado las cualidades se identifican con la población joven del país, el uso de símbolos patrios se identifican con personas adultas que vivieron en la época de la educación cívica además que vivieron etapas de las guerras en donde creció el patriotismo y el temor de perder la Patria en conflictos.

Con el cambio de la vestimenta que lleva en el pecho el Escudo Nacional maneja el concepto de Patria en torno a esto se puede leer por un lado el mensaje intenta incluir a la totalidad del lectorado pero el mensaje se identifica con la población joven pero a la vez trata de eliminar las diferencias al visitar distintos lugares y realidades.

A través del concepto de Patria reúne al electorado en un solo conjunto social homogéneo identificándoles con el proyecto político, es decir, con el bien común del buen vivir, es decir, los principios del Movimiento Alianza País.

Además de mostrar un hombre y un gobierno ciudadano que salió de la madre que provee de todas las cosas, es decir, la Patria. Por otro lado se intenta demostrar a los ciudadanos con imágenes los cambios y logros del gobierno de la Revolución Ciudadana un gobierno que ha significado desarrollo y modernidad de tal forma que el electorado se interpele si hay sentido de volver hacia a otras, o seguir al líder que representa la victoria de todos y todas sin

distinción de clases, etnias, etc. Devolviendo el protagonismo al pueblo, es decir, el poder en esta semana Correa muestra a su gobierno como un gobierno inclusivo, participativo.

3.8 Análisis del Discurso ideológico del Spot Electoral de Rafael Correa “La Bicicleta”

El discurso político en cualquiera de sus formas, y al momento de ser expresado, conjura PODER: marca una línea divisoria entre lo que es verdadero y lo que es falso, en donde la “voluntad de verdad” implementada, trae consigo unas reglas de obediencia para quienes asumen determinado discurso, sólo así pueden configurar sus pensamientos o prácticas dentro del espacio considerado como el VERDADERO.

El discurso político otorga cierto privilegio a la “voz de quien habla”, a la voz que se ha adueñado de tales significados y los ha organizado a manera discursiva, el autor de un discurso “es quien da al inquietante lenguaje, de la ficción sus unidades, sus nudos de coherencia, su inserción en lo real” (Foucault, 1970). El Hombre, como instancia creadora, anima las formas vacías del lenguaje proporcionándoles sentido y fundando horizontes de significados, cuando el hombre valiéndose de la palabra crea discurso, emprende un viaje ontológico de readecuación conceptual eterno; viaje en el cual, el hombre-creador se somete vehementemente a su creación, ya que ésta, le permite su supervivencia en el mundo.

El discurso visual del Spot “La Bicicleta”, exalta las virtudes de un hombre, en tanto marca diferencia entre el presente y pasado de hacer política en nuestro país como ejemplo para las futuras generaciones, “la voluntad de verdad expresada” por Rafael Correa comprende aquella tentativa de mostrar a Correa como “el líder patriota reivindicador de su pueblo”: Correa, es el personaje digno de seguir y entregar el poder por parte del electorado ecuatoriano y demás líderes latinoamericanos. En el discurso visual del spot se enaltecen de Correa, sus capacidades de líder, de hombre, de ciudadano, técnico (en la forma como maneja la bicicleta metafóricamente caracteriza la tecnocracia de su gobierno) su profundo humanitarismo y su

arraigado amor a su Patria. Correa, habla desde una realidad, desde el reconocimiento de una ilusión.

En discurso visual del spot encontramos que toda su articulación es a partir del significante “Rafael Correa”, lo que en teoría, vendría a ser el Significante Amo, Demanda Uno o Designante Rígido. El concepto de “Rafael Correa” “se pasea” por todo el discurso visual evocando, la presencia del líder que es a la vez el líder y crítico de sí mismo.

El “líder patriota reivindicador” “líder idóneo” de su pueblo respaldo en las siguientes categorías esenciales que incita el advenimiento del “hombre mestizo-atractivo” “hombre seguro, desafiante, deportista, joven, energético, ecologista” “hombre ciudadano- patriota” “el hombre sacrificado” “hombre moderno” “el hombre revolucionario”; hombre, que debería ser la aspiración ulterior, de ser un líder, el deber ser para todos aquellos quienes se asumieran dentro del papel de Presidente de la República.

Lo que existe en realidad es un fuerte vínculo entre la imagen de “Rafael Correa” y el concepto de “líder”. El debe ser, es decir, todas las cualidades que tiene Correa son las que debería tener un líder y presidente.

El “líder” se suministraría las cualidades de “Rafael Correa” para convertirse en el “Correa- él líder”, o según el presente discurso en un líder que espera que el pueblo lo siga sin temor hacia la victoria y la perdurabilidad de la Revolución Ciudadana.

Las cualidades necesarias para ser un “LÍDER” se dividen, y estos son los Significantes Flotantes que le dan sentido al Significante Amo, y a su vez adquieren su significado de él; es un proceso de retroalimentación:

“El hombre de fuerte, seguro, precavido”, “el hombre mestizo atractivo”, “el hombre moderno” “el hombre deportista, joven” “el hombre ecologista”, “el hombre desafiante”, “el hombre profesional de mente lúcida”, “el hombre patriota”, “el hombre del cambio que renuncia al pasado”, “el hombre héroe”, “el hombre de la esperanza”, “el hombre que rescato la Patria”, “el hombre constructor, progresista”, “el hombre revolucionario”, “el hombre luchador”, “el hombre seguro de sí mismo”, y “el hombre amante de la justicia, el amor, la verdad” son los significantes que adquieren sentido gracias al concepto “Rafael Correa”.

Un líder de extraordinarias cualidades: un hombre atractivo y moderno, un hombre inteligente, visionario y profesional; un hombre seguro y crítico de sí mismo y de su gobierno; así como altruista, íntegro y sensible. Como vemos, para ser un “Líder” hay que ser un hombre poseedor de una “inteligencia multifacética”, es decir, ser Rafael Correa.

“Rafael Correa” es el Designante Rígido que le proporciona “unidad” a todo el discurso, sin él, el significado de “hombre de ideas”, “hombre deportista, joven, ecologista” u “hombre patriota”, serían conceptos sin sentido y difusos. Como lo expresa el spot en el discurso, un hombre que pretenda llegar a la envergadura del líder, tiene que ser como es Correa.

Si bien el Designante Rígido es el concepto e imagen de “Rafael Correa”, como el líder de la Revolución Ciudadana, ha mantenido una estabilidad política y popularidad en el país.

Siguiendo a Zizek “el inconsciente está expuesto, no oculto”, en nuestro caso el spot hace una diferenciación entre el pasado y el presente de nuestro país en el sentido como se ha gobernado que trata de tapar lo Real, es decir, la fantasía la cual es clara en el spot no se trata de tapar sin por lo contrario a partir de este real se levanta el discurso y la ideología que sirven como sostén de la realidad.

Dentro del spot se hace la diferencia entre antagonismo, por un lado el lado oscuro y desesperanza de lo tradicional de hacer política de nuestro país, el poder tradicional. El segundo el lado Correa intenta distinguirse del pasado con el cambio de su ropa, los colores y relajado postmoderno que deja su rol para convertirse en un ciudadano más crítico de sí mismo y a la vez líder reivindicador de su pueblo.

Para que el spot sea funcional, es servirse de signos que sean familiares para el imaginario ecuatoriano, el spot marca una diferencia entre el pasado y el presente del gobierno de la Revolución Ciudadana.

En nuestro inconsciente se ha construido esta diferenciación de lo pasado, despreciando y el presente cambio esperanza. En el pasado, no solo tenemos lo tradicional del traje, lo sobrio del ambiente, la banda, la silla y el despacho que nuestro imaginario representa el poder ejecutivo lo privado del mandatario un lugar de poca luminosidad como rasgo tradicional. Al momento que Correa deja estos signos de poder y su traje

Esta es la construcción del fantasma del Correa como el líder reivindicador del pueblo que divide y opone dos líneas de la política ecuatoriana, por un lado la política en manos de poderes facticos (oligarquía, medios de comunicación, banqueros) que arrebataron la esperanza y la Patria. Por otro lado el gobierno de la Revolución Ciudadana liderado por Correa que se traduce en cambio, Patria, modernidad y desarrollo.

En el spot vemos a Correa volver a su raíz de ciudadano y ser su propio crítico, recorre Sierra y Costa solo, el pueblo es un simple espectador y participe de la “realidad” de la Revolución Ciudadana en donde el pueblo de forma pasiva sigue a su líder reivindicador.

Además podemos ver dentro del spot en cada lugar que visita Correa por un lado a la gente común, trabajadores, pobres, campesinos, etc. Que están ubicados en la posición de marginalidad y externa a la modernidad además de usar ropas representativa de cada región para el inconsciente de la gente de nuestro país es familiar. Al otro extremo, Correa, el hombre moderno que representa el desarrollo, el cambio, la admiración por el trabajo de a gente humilde y a la vez es una forma de inclusión en el mensaje, Correa el líder que viene ayudar, el sujeto que llevará la modernidad a estos lugares olvidados del desarrollo y del poder.

Somos partícipes de esta realidad ya que podemos ver la realidad de la exclusión de estos sectores del país, pero además vemos las imágenes bellas y modernas consideradas como emblemáticas del gobierno. Al espacio del mito hace que se sostenga la fantasía de la modernidad aquella en donde Correa líder, moderno, ciudadano, profesional, mestizo representante de modernidad y desarrollo sean el sujeto innegable de la transformación de los lugares olvidados.

La idea básica de la fantasía, es configurar a Correa como el líder postmoderno a través de las imágenes de obras que dentro del imaginario ecuatoriano son dignas de exaltar como tiempo de cambios y de esta manera es más fácil aceptar esta realidad inscrita en la modernidad y aceptar a Correa como el hombre que ha revolucionado la forma de gobernar.

Por otro lado, al momento de diferenciar el pasado oscuro y nefasto permite un doble juego de aceptación y negación que sostiene el fantasma hace que Correa sea identificado como el líder reivindicador de su pueblo y el pueblo lo siga o acepte que siga ejerciendo el poder desde la

presidencia como el buen líder. El ciudadano que sale de su pueblo pero se distancia de él por tener y poseer cualidades especiales que él ensalza como el héroe mesiánico sacrificado, culturizado, profesional, moderno que ayuda a su pueblo a los más desvalidos.

Podemos concluir que la fantasía entre el pasado y el presente donde Correa ha gobernado sostiene esta realidad del caudillo que gobierna solo que excluye y domina al otro (pueblo).

Parafraseando a Zizek sobre su concepción de realidad es el mínimo de idealización necesaria para sobrellevar el horror de la realidad y es la realidad aquella que se escapa de nuestra simbolización, es decir, nuestra percepción debe ser tapada por el fantasma.

3.9 Análisis del Spot electoral de Rafael Correa: elecciones 2013 “La Bicicleta” Imaginarios Sociales

Al referirse que los imaginarios penetran o tienen injerencia en la cotidianidad, tomaremos como espacio el espacio de la política, es así que lo imaginario es constructor de la realidad social, a través de la teoría de Castoriadis y Maffesoli, mediante el análisis del concepto de imaginario social se tratará de revisar el proceso de cómo se encarnan los imaginarios sociales en los spots electorales de Rafael Correa en “La Bicicleta”, en la utilización del slogan “Patria para Siempre”, además como se construye el imaginario social de Patria y la construcción de un líder, es decir, como el imaginario social ejerce sobre los individuos, sus prácticas y discursos a través de las significaciones sociales con ello se construye una visión del proyecto político de Correa y como es justificada ante la sociedad ecuatoriana. Así, el producto de la relación entre las prácticas sociales y los discursos se manifiestan en lo simbólico y en las acciones de los individuos en este caso en las preferencias electorales.

El spot de Correa trata de cambiar el imaginario político de concebir a un líder, un presidente, es decir la imagen predominante de un hombre adulto serio, de terno corbata, siempre en el ejercicio del poder, un presidente que no sale de Palacio, que no interactúa que no conoce la realidad de su país. Correa ha cambiado la manera de ver a ese líder el cual no se identificaba con el ciudadano común, pero a la vez es un hombre multifacético, un hombre que trata de dejar atrás lo tradicional el pasado. Podemos ver que también nos muestra él debe-ser, refleja todo

sus cualidades es decir, el encarna el sentimiento de ser ese líder pero de manera sutil, sugiere las cualidades que posee es lo deseable y se internalizan en la manera de vestirse, comportarse, expresarse, etc.

La camiseta verde encendido que evoca el color del partido oficialista de ideología del socialismo, pero también representa la juventud, ecologismo, naturaleza, esperanza; en el pecho la tricolor con el escudo Nacional; la chompa rompe vientos con otro lado un azul intenso que deviene de juventud, profundidad, tranquilidad, esperanza, verdad, calma. El color negro oscuro del despacho presidencial mantiene una carga negativa ya está ligado al pasado es decir, los anteriores gobiernos desde donde ejercía el poder es una forma de hacer referencia al poder con lo siniestro, donde no existía la luz, es decir, lo que no tenía futuro, lo oscuro del pasado desesperanzador de la promesas no cumplidas.

En cuanto a la mirada de Correa, vemos un hombre de facciones fuertes, de perfil derecho que connotan el orgullo, la decisión, la seguridad, su mirada siempre al frente, tras esta imagen podemos ver la bandera ecuatoriana, Correa sale hacia la luz, dejando atrás el pasado lo oscuro, “Desperanza esa era el nombre de la Patria” (Correa: 2013) para mostrar la luz el futuro, el país de las promesas cumplidas por su gobierno.

- Correa con su voz narra todo el spot, empezando “*Desperanza esa era el nombre de la Patria...*” Con el inicio de esta oración se sugiere que existía la creencia de que la sociedad ecuatoriana no tenía esperanza ya que estaba cansada de los mismos politiqueros de siempre, una Patria que nunca fue de los ecuatorianos sino de un específico grupo del poder oligarca, partidos políticos, etc. Una Patria que fue vendida, traicionada por las promesas de los partidos políticos y gobiernos de turno. A la vez es una forma que la sociedad recuerde el pasado como algo oscuro, desalentador.
- Posteriormente Correa toma una bicicleta y sale de Palacio de Carondelet, solo al amanecer, “*...hasta que juntos asumimos el reto de construir el sueño ecuatoriano, un sueño forjado con gran esfuerzo y sacrificio pero repleto de alegría...*”. Aquí se emplea la metáfora de la bicicleta, donde nos muestra un gobierno libre, cercano a la gente, ecologista, joven, que rompe con todo lo tradicional, por otra parte evoca a un gobierno fuertemente liderado por Rafael Correa a la vez que se palpa el

perfeccionismo de manejar la bicicleta como metáfora de su gobierno caracterizado por la tecnocracia.

Se puede percibir que el spot intenta rescatar el valor de la memoria de los ciudadanos ecuatorianos, haciendo recordar como forma de comparación el pasado y la nueva Patria, la cual está llena de esperanza, alegría, de luz, de futuro, todo gracias a su líder Rafael Correa quien ha conducido este proceso revolucionario ciudadano.

El spot electoral constantemente utiliza la palabra “Patria”, con el propósito de que Correa fuera identificado por la gente como el rescatador y constructor de la misma, además el de un gobierno altamente patriota.

- El slogan del spot es: “Patria para Siempre” donde se puede apreciar que durante su gobierno ha habido cambios, pero además se da por hecho que ya se tiene Patria, se la ha recuperado, pero aceptando que falta por hacer.
- Por otra parte se menciona que la Revolución verdadera se hace para siempre, que la revolución es igual a Patria por lo tanto consolidar una vez más su gobierno significa garantizar la Patria para siempre. La alusión de revolución, encarna todas las luchas en confrontaciones por valores últimos y sagrados que ponen en juego la existencia misma de la Patria, es decir quienes no están alineados a la idea o concepción de esta Revolución, son los enemigos de la Patria.

“Patria para Siempre” se refiere también a un corte irreversible con el pasado, es decir el jamás volver al Ecuador de antes, pero también se manifiesta como una reiteración constante de amenaza ya que está en juego la Patria, ese país donde se ha consolidado la esperanza, el cambio, la luz, además rápidamente se asemeja a Correa como Alianza País en el poder.

Claramente se argumenta que el líder es una persona común que ha surgido de la pobreza, y que con mucho esfuerzo y dedicación se convirtió en el símbolo de redención que representa a todo un pueblo, mientras que los enemigos encarnan todo lo oscuro y maligno de los problemas de la nación.

A pesar que se ha utilizado mucho el término de Patria, y mostrar al líder carismático y capaz, Alianza País y el propio Correa han monopolizado el término de “Patria”, la cual ha ido a cambiando y construyendo realidades que hoy por hoy se usa “Patria para Siempre”, y cada vez que se usa el término en spots, campañas, vallas, discursos, se lo asocia inmediatamente con Correa.

“Ejercer un poder simbólico no significa agregar lo ilusorio a un poderío “real”, sino multiplicar y reforzar una dominación efectiva por la apropiación de símbolos, por la configuración de las relaciones de sentido y de poderío.” (citado en (Rodríguez, 2011)).

Baczko señala que por medio del imaginario los individuos pueden alcanzar las aspiraciones, las esperanzas y deseos de un pueblo (Baczko, 1991). Además por medio del imaginario social la sociedad diseña sus identidades y objetivos, detectan al sus enemigos y organizan su pasado, presente y futuro.

Correa en el spot se presenta como el líder capaz el cual plasma el deseo y el sueño ecuatoriano, un líder que se reconozca con su pueblo que sea la encarnación de lucha contra los poderosos de quienes no quitado la esperanza, el desarrollo, la modernidad a los sectores vulnerables y olvidados del país, un líder que ama a su país, a su gente, el protector del sueño de su Patria, quien ha logrado recuperar la patria, el deseo se plasma en Correa y el slogan de su partido, Patria, Altiva, Soberana. Es decir, el constructor de una identidad que durante años no era reconocido, la autoestima ha regresado gracias a la Revolución Ciudadana, un país orgulloso de su tierra, gente, de su gobierno.

Para Backzo, la forma de construir el imaginario social depende de la manera de la apropiación y el uso de los símbolos de los individuos dentro del grupo. Además señala que el imaginario social se expresa por ideologías y utopías y también por símbolos, alegorías, rituales y mitos. (Baczko, 1991).

Es así que Backzo, describe que a lo largo de la historia, la sociedad está en constante invención de representaciones las cuales las hace propias, ideas-imágenes mediante las cuales se dota de identidad, se diferencian de otros, se legitiman el poder o elaboran modelos formadores para los ciudadanos. Tales representaciones de la realidad social, son el producto

del “caudal simbólico”, el para el autor, todo el poder se rodea de representaciones, símbolos, emblemas, etc., los cuales legitiman, engrandecen al poder pero también son usados como protección.

En este sentido el spot se sirve de signos que dentro del imaginarios son relevantes, el caso de la bandera y el escudo van dirigidos a los sectores adultos de nuestro país quienes vivieron en tiempos de guerra donde el patriotismo creció y se identificaron como ecuatorianos que temían a perder su Patria, además son una generación que se educó con la moral y cívica respetando e idealizando a los símbolos patrios.

Por otro lado, el uso de signos de libertad, ecologismo, colores juveniles, son relevantes en el imaginario de la población joven quienes se identifican con la nueva forma de hacer política en nuestro país se puede explicar que los jóvenes se han sentidos apatía y rechazo hacia la política. Correa se muestra como un cambio de política tradicional identificándose con las consignas y preferencias de este sector de la población.

3.9.1 Ethos en el discurso visual la Bicicleta

Partimos de que dentro del spot electoral, la imagen y palabra implica la construcción de sí mismo o de un ethos, como la imagen de sí mismo que se construye el hablante en una situación de comunicación. Citado en (Segovia, 2012), es decir, se apoya en elementos como gestos corporales y gestuales los cuales contribuyen a la construcción de la imagen del sujeto enunciador.

El candidato durante la campaña, muestra, construye un ethos, en el caso de Correa un ethos de hombre fuerte, decidido, seguro, deportista, ecológico, juvenil, amante de su Patria, donde se busca resaltar su capacidad de liderazgo y de decisión, ligado al imaginario político de la sociedad ecuatoriana, el ethos del hombre sencillo, ethos decidido, ethos patriota, ethos del competente, ethos del hombre joven, enérgico, ethos del hombre carismático, ethos del líder,

etc. los cuales provocan adhesión e identificación de la ciudadanía al candidato como el resultado identificar imaginarios sociales dentro de la sociedad.

Correa en la campaña 2013, ethos de un hombre de retos, de un ciudadano común, de sacrificio, de construcción y recuperación de la Patria, de amor a su Patria, de modernidad, desarrollo, unificación, y competencia.

En el sentido de Castoriadis, la construcción de la realidad convergen distintos y diferentes versiones de la realidad y la construcción imaginaria de significaciones sociales. La sociedad es el resultado de la institucionalización de determinadas prácticas sociales y de formas de ver el mundo que se cristalizan en lo que denomina “imaginarios social instituido” (Castoriadis, 1975), para el autor es lo que aseguro la continuidad de la sociedad a través de la reproducción y la repetición de las mismas formas, mediante el discurso político se promueve y moviliza determinadas formas de entender la realidad política las cuales busca imponerse ante otras, por ello la pugna de imponerse.

Siguiendo a Segovia (2012:87), el imaginario social sería una respuesta a la complejidad de la realidad social, en el ámbito político encuentra el relato en nociones como imaginarios de la Modernidad, el imaginario de la traición, el imaginario de la democracia, etc. las cuales se presta para la interpretación y dar sentido a la política, es decir, el discurso político mediante diferentes imaginarios sociales los cuales tiene la capacidad explicativa a los diferentes desafíos del ámbito político desde la diferentes posturas tratando de captar simpatizantes o electores. Por lo tanto para que tenga capacidad significativa o legitimadora es importante que la colectividad se reconozca en el imaginario en este caso con el proyecto político de Correa denominado Revolución Ciudadana, esta campaña electoral que busca el tercer mandato, el cual no solo debe ser durante su candidatura sino durante el ejercicio del poder, para tal efecto, se construye desde lo simbólico en función de los imaginarios sociales dominantes, por lo tanto a construir el discurso y la imagen de Correa.

A partir del ethos de hombre de retos, de seguridad, de frontalidad, a la manera en la cual el candidato Correa enfatiza aspectos: su capacidad de aceptar el reto de construir y consolidar la Revolución Ciudadana y defenderla ante los enemigos de su proyecto político, se muestra un hombre luchador, seguro, precavido que irradia energía, juventud, lo podemos ver que después de haber culminado su trabajo como presidente cambia, su vestimenta algo más ligero, deportivo, mostrando al hombre fuerte, luchador, que tras estar dos períodos en el mandato busca su tercer mandato, nos muestra el sacrificio, el cansancio, el esfuerzo, pero decide tomar el reto de consolidar su proyecto político en aras de construir el sueño ecuatoriano. En cada spot, cuña, enlace nos muestra un hombre luchador, de fortaleza, que a pesar de lo cansado de su trabajo es quien recorre al país a lugares donde nunca fueron visitados, supervisa obras, inaugura obras, etc. La gran vitalidad y juventud de Correa ha generado impacto en el ámbito político ecuatoriano, ya que se lo ve un gobierno que busca mantener una comunicación directa entre el líder y el pueblo sin ninguna intervención a lo que estamos acostumbrados a tener a través de los partidos políticos.

En el spot, se habla de un “nosotros” fortalecido y que ha progresado. Otro elemento central dentro del spot es el concepto de amor: el amor a la justicia, la verdad, los excluidos (pobres y migrantes). Pero esta definición conceptual merece otras menciones, la presencia del amor en el discurso tiene una función altamente motivante, y pretende activar el factor emocional en el destinatario. Giovanni Sartori escribió “resulta claro que el lenguaje emotivo está mucho más cerca de nosotros que el frío y desapasionado lenguaje lógico. Se lo puede deplorar, pero lo mismo da: es un hecho” (Sartori, 1979:19). Con el amor ocurre algo similar a la palabra Patria. El anclaje sobre una idea que denota el consenso y la unidad en lugar de las disputas, apunta a un público anónimo e intenta llegar a distintos sectores del electorado. Es decir, se remarca como una forma de estrategia la utilización del juego entre “yo” y el nosotros, ya que el “yo” es una forma de auto citarse ya que durante todo el spot hemos la travesía de un solo hombre, Correa que muestra los cambios y logros de su gobierno donde el “yo” se funde en un nosotros (“*hasta juntos asumimos el reto de construir el sueño ecuatoriano*”) (Correa:2013)

podemos ver características mesiánicas en donde incorporan al colectivo mediante un “nosotros”, mediante la fundición del “yo” en el “nosotros” la colectividad se busca persuadir, convencer, reforzar el mensaje al electorado del éxito en el sufragio.

Al prometer que será la “... *victoria definitiva de todo un pueblo, y no de hombre*”, “... *una revolución verdadera se hace para siempre y vive para siempre*” apela a mostrar imágenes de cambio y con la comparación del pasado, donde solo reinaba la desesperanza, la cual es percibida por un sector de la sociedad, con ello Correa intenta traspasar al campo electoral en la lucha de construir la Patria, del sueño ecuatoriano a las urnas, el cual dice que volver al pasado no tiene sentido, mediante el poder del pueblo es decir, el poder del voto abre el camino a seguir “*infinito amor*” “*todo por la Patria todo 35*”,(Correa:2013) destacando que sin su pueblo sin el “*nosotros*”, no puede encarnar el sueño de todas y todos los ecuatorianos, es decir, un líder sin ambiciones personales, su interés es la Patria.

Al momento de mostrarse como un hombre común, es decir bajar de su posición mesiánica, todopoderoso, Correa como la encarnación de los valores patrióticos (de la Torre, 2010) “...*ha habido golpes y traiciones que nos han herido el alma pero no ha podido rendirnos, el amor por la justicia, por la verdad, por nuestros migrantes, por los más pobres*”, (Correa: 2013) esto permite construir la figura como la encarnación de la Revolución Ciudadana y como la un ser especial, extraordinario que a pesar de los sin sabores que ha tenido en su gobierno, ha logrado salir airoso triunfante. Al dejar su posición mesiánica del líder, Correa ha experimentado la derrota, la traición, encajando el pensamiento del humano común que a pesar de consolidar un gobierno de manos limpias, ardientes, han existido personajes que manchado el proceso revolucionario, esto a referencia de los escándalos de corrupción, denuncias en su gobierno, pero lo que lo mueve a él y sus gana de seguir es el servir a su Patria.

El ethos del competente, el más capaz, a la manera que Correa se construye como una persona competente y preparada para dirigir el destino del país. Un líder capaz con manos limpias, corazones ardientes, mentes lúcidas, por la Patria; mediante la forma técnica, planificación, el

único fin una sociedad más justa y equitativa. Correa al mostrarse solo en spot, mostrando logros de su gobierno, mostrando obras de carreteras, hidroeléctricas, etc.

Es la forma de mostrarse positivamente como un gobierno progresista, moderno que va hacia adelante, el desarrollo, mostrando su capacidad para crear y desarrollar un país moderno donde haya un desarrollo económico y social, podemos ver que va dirigido a un sector empresarial del país para mostrar el gobierno puede genera pactos y eliminar la desconfianzas hacia su gobierno, pero rescatando que su gobierno defenderá los interés de la Patria y no corporativistas, es decir, trata de anclar a sectores de la sociedad al sector empresarial y por otro al pueblo, intentado reforzar su imagen de que la Revolución es de todos, y no como lo hacía en el pasado oscuro, con lo cual descalifica a sus adversarios.

También se muestra como un líder con trayectoria y experiencia, tras mostrar los logros y obras más emblemáticas de su gobierno de cambio de la matriz productiva, que va junto al imaginario de la sociedad, la utopía de un país en desarrollo donde la distribución de la riqueza sea equitativa.

El ethos de unificación, donde Correa como el líder que espera que lo sigan, donde vemos en tramos que lo siguen, primero los niños, luego montubios, es decir, representan simbolizan los sectores olvidados de la patria, un gobierno que aglutina aquellos que fueron relegados, olvidados estigmatizados, una revolución que es para todos, ya que la Patria es de todos. Como una invitación, interpelación a los destinatarios de lo que está en juego tener Patria para siempre, la victoria definitiva, hacia un proyecto político de inclusión sin regionalismo, sin fronteras. Es decir, un proyecto que borra las barreras sociales y económicas, la homogenización de la población un proyecto de sociedad idealizado de la “Patria grande, digna” es donde se enfatiza las intenciones del candidato y del elector.

Conclusiones

1. El análisis y la teoría que ayudaron al desarrollo de esta investigación nos demuestra el spot “La Bicicleta”, tiene un alto contenido semiológico en cada una de las escenas. Tiene un discurso muy interesante se debe al buen manejo de los signos en cada escena, además de la congruencia entre el discurso y los signos utilizados, quedando demostrado que la semiología esta presente en cada elemento del spot. La credibilidad y confianza que tiene la mayoría de la gente hacia la imagen de Correa han sido el producto del buen manejo de la comunicación y la publicidad del gobierno.
2. El discurso del spot está atravesado por una pantalla fantasmática de un líder que lleva el cambio, la esperanza y desarrollo a diferentes lugares, situaciones económicas y sociales que han sido marginados durante años del quehacer político ecuatoriano. Correa es el ciudadano mestizo, culturalizado, letrado que quiere intervenir y ayudar a su pueblo a alcanzar el desarrollo y modernidad estos conceptos los traduce en tener Patria.
3. El spot va dirigido a dos sectores de la población por una parte a la gente adulta quienes se reconocen con el líder patriota, en el spot Correa ensalza su patriotismo este concepto es fuerte y relevante en el colectivo de esta parte de la población ya que son de una generación que vivió los conflictos bélicos por el territorio en donde creció el patriotismo, además de ser una generación educada cívica. Por otro lado, el spot utiliza signos y tópicos que identifica con la juventud ecuatoriana.
4. Correa a través de los spots produce sentido al orden social, ha sabido apoderarse de los símbolos, y crear una conciencia colectiva emocional al crear la imagen de vivir en un gobierno de cambio, que ha sabido construir y

proponer un relato de nación, como un horizonte idealizado de la Patria Grande, que es el medio y el fin mismo de su proyecto.

5. Correa es manifiesta como la encarnación de la voluntad popular, se reviste de todos los valores, creencias, imágenes que la gente desea de un líder y proyecta en la personificación de la revolución ciudadana, el cual es el instrumento o la hoja de ruta hacia el progreso, desarrollo y el éxito. Podemos considerar que dentro del mito de la Revolución Ciudadana como el proyecto de los ciudadanos que es incluyente que abraza a todos bajo la misma idea de Patria, los ciudadanos deben seguir a su líder a través del voto.

6. El caso ecuatoriano no está lejos de ser la realidad que vivimos en toda América Latina con los gobiernos denominados progresista con la aparición de nuevos héroes que han sintonizado con la demanda de la masa capaces de hacerla emocionar con las promesas de cambio y tiempos mejores. En esta nueva era de los gobiernos populistas, se terminaron la presencia de los partidos políticos, todo el protagonismo y poder recaen en el héroe mesiánico que tiene las cualidades y características del líder que personifica la rendición del pueblo olvidado.

BIBLIOGRAFÍA

Alméras, D. (2001). *“Lecturas en torno al concepto de imaginario: apuntes teóricos sobre el aporte de la memoria a la construcción social”*. Recuperado el 26 de febrero de 2014, de <http://www2.cyberhumanitatis.uchile.cl/19/almeras.html>: <http://www2.cyberhumanitatis.uchile.cl/19/almeras.html>

Alvarado, V. (2013). *Entrevista realizada a “Me declaro profundamente socialista, de izquierda moderna”*. Quito.: El Telégrafo. .

Arribas, S. (2008). *Institutió Catalana de Recerca Estudis Avancats (ICREA)*. Recuperado el 27 de febrero de 2014, de Cornelius Castoriadis y el imaginario político: <http://www.pro-europa.eu/es/index.php/biblioteca/29-arribas-castoriadis-y-el-imaginario-politico>

Baczko, B. (1991). *Los imaginarios sociales: memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Barthes, R. (1970). *La Semiología*. Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo.

Barthes, R. (1993). *LA AVENTURA SEMIOLÓGICA*. En R. Barthes. Buenos Aires: Paidós.

Barthes, R. (1999). *Mitologías*. México: Siglo XXI.

Caro, A. (2010). *De la Propaganda a la Publicidad Política*. Madrid: QuestionesPubli.

Carrera H., D. (2009). *Mediatización de la política: el discurso audiovisual del gobierno ecuatoriano y sus signos*. Quito: UASB.

Carretero, A. (2003). *"Una aproximación a la sociología de lo imaginario de Michel Maffesoli"*. Recuperado el 26 de febrero de 2014, de Revista sociológica No. 53.: <http://www.revistasociologica.com.mx/pdf/5304.pdf>

Castoriadis, C. (1975). *La Institución imaginaria de la sociedad*.

Chiriboga, B. (2003). *Escuela de Antropología Aplicada: Módulo de estudio Semiótica* Quito : Centro de Ediciones de la Facultad de CC. HH. y de la Educación Universidad Politécnica Salesiana.

Correa, R. (Enero de 2013). "*Spot La Bicicleta*". Recuperado el 20 de febrero de 2014, de <http://www.youtube.com/watch?v=OfZgCG2N5KM>

Datos públicos en el artículo Vinicio Alvarado pasó de la publicidad al centro político, d. d.-A.-p.-c.-p. (s.f.).

de la Torre, C. (Febrero de 2010). *Rafael Correa un populista del siglo XXI*. Recuperado el 04 de Marzo de 2014, de <http://vaderetroref.blogspot.com/2013/03/de-la-torre-carlos-rafael-correa-un.html>

Foucault, M (1970). *El orden del Discurso*. Buenos Aires: Fábula Tus Quets Editores

García , G., & Aguilar, C. (2008). *International Journal of Zizek studies*. Recuperado el 22 de marzo de 2014, de <http://zizekstudies.org/index.php/ijzs/article/view/149>

García, J. D. (2011). *Manual de Semiótica: Semiótica narrativa, con aplicaciones de análisis en comuniones*. Lima: Set.

García, L. A. (2009). *Dimes y diretes sobre lo audiovisual en los tiempos de la cultura visual*. Madrid: UCM.

Mesa, J. B. (2010). *Escuela de Semiótica*. Lima: (PROED).

Moragón, L. (2007). *Arqueoweb*; Revista sobre arqueología en Internet "Estructuralismo y Posestructuralismo en arqueología". Recuperado el 25 de Marzo de 2014, de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/arqueoweb/pdf/9-1/moragon.pdf>.

Pintos, J. L. (2012). "*Orden social e imaginarios sociales (Una propuesta de investigación)*". . Recuperado el 26 de febrero de 2014, de Universidad de Santiago.

Departamento de Sociología e Ciencia Política:
<http://seminariogceis.files.wordpress.com/2012/08/monogrc3a1fico-imaginarios-sociales.pdf>

Rodríguez, O. (26 de Mayo de 2011). *Marketing Político en la Red*. Recuperado el 28 de Febrero de 2014, de El uso de imaginarios sociales en los spots publicitarios de la campaña presidencial de Vicente Fox: <http://es.scribd.com/doc/56409000/El-uso-del-imaginario-social-en-los-spots-publicitarios-de-la-campana-presidencial-de-Vicente-Fox>

Ospina, P. (2009). *Análisis de coyuntura*. Ecuador Debate (mayo 2009)

Salgado, L. M. (2002). *Marketing Político: arte y ciencia de la persuasión en democracia*, Barcelona: Paidós.

Saussure, F. (1945). *Curso de Lingüística General*. B. Aires: Losada.

Segovia, P. (2012). *Revistas de Investigaciones Políticas y Sociológicas*. Recuperado el 04 de Marzo de 2014, de "La construcción de la imagen de sí mismo y los imaginarios sociales en los discursos de campaña de Ricardo Lagos y Michelle Bachelet: un acercamiento desde el análisis del discurso":
<http://www.usc.es/revistas/index.php/rips>

Wilmar, C. (30 de Julio de 2010). *Imaginarios sociales como parte de estudio de la Sociología*. Recuperado el 26 de Febrero de 2014, de:
<http://es.scribd.com/doc/35107014/Imaginarios-Sociales-Como-Parte-de-Estudio-de-La-Sociologia-1>

Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos Nociones de semiótica general*. Quito-Ecuador: Abya-Yala.

Zizek, S. (2007). *El sublime objeto de la ideología*. México: Siglo XXI Editores, s.a. de c.v.

ANEXOS

SPOT 1: "LA BICICLETA" RAFAEL CORREA ELECCIONES 2013 CONCEPTOS DE ROLAND BARTHES		
Recorrido de Rafael Correa (puerto, carretera acompañado por montubios, arrozales y un cultivador, un camino precario de tierra, las carreteras, Laguna del Quilota, molinos de viento, escuela, hospital, el ferrocarril, carreteras, etc.)	LENGUA	HABLA
	Trayecto	Itinerario
	Acción de marcha	Viaje
	Ir de una distancia a otra	Visita
	Atravesar un espacio	Paseo
	Registrar con cuidado, repasar	Trabajo
	Ruta	Recreativo
	SIGNIFICADO	SIGNIFICATE
	Largo	Sierra-Costa-Sierra
	Difícil	Caminos precarios de tierra, lodo, estrechos, ríos, mar, manglares, etc.
	Aventura	La bicicleta (Un presidente utilice este medio)
	Seguro	Recorrido lo realiza solo
	Recreativo	Paisajes y etnias ecuatorianas
	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
	Recorre cada rincón del país	Revisión de las obras emprendidas por su gobierno y lo que falta por hacer
	Sentirse orgullo de su país	Con el gobierno de Rafael Correa se ha recuperado la Patria y los ecuatorianos se sienten orgullosos de su país
	Tramos pequeños difíciles, peligrosos y precarios	El cambio ha significado muchos desafíos, confrontaciones pero necesarios para la recuperación de la Patria

Los grandes logros de su gobierno la educación, salud, la viabilidad	Gente está feliz, reconocen el éxito de su gobierno
Hay proyectos que están en marcha (molinos de viento)	El cambio de la matriz productiva al progreso y desarrollo del país
SISTEMA	SINTAGMA
En su gobierno alcanzado grandes logros pero falta consolidar la Revolución	Se detiene a mirar el horizonte estaciona su bicicleta en un puerto
La Patria está llena de dignidad, de respeto y autoestima	En una carretera lidera el viaje con tres persona a caballo que lo siguen
Las distancias territoriales se ha eliminado Hoy todos somos Patria	Se detiene a mirar a un cultivador de arroz
Se ha mejorado la calidad de vida de la gente	Prosigue su travesía por un camino de tierra en el lado derecho los arrozales
Ya tenemos Patria la verdadera libertad	Prosigue su travesía por una carretera a los lados del camino grandes molinos de viento
La gente ahora tiene esperanza, dignidad, respeto, autoestima	Prosigue su camino por un sendero estrecho de tierra, iluminado por el Sol el horizonte y la laguna de Quilota lo acompañan
Se ha cumplido las promesas en su gobierno y falta mucho por hacer por construir, por consolidar el cambio (Revolución)	Caminando junto con su bicicleta lo saludan niños por las ventas
La confianza no ha sido defraudada este gobierno ha demostrado mentes lucidas, manos limpias y corazones ardientes por la Patria	Manejando la bicicleta por la entrada de un hospital (se ve la parte de atrás) saludando con médicos al frente una ambulancia
Amor por la vida (paisajes ecuatorianos)	Manejando la bicicleta por una carretera señalizada lo acompaña el ferrocarril y el Chimborazo al lado izquierdo

	Llevar la esperanza, llevando progreso y desarrollo a los lugares olvidados de la patria, unidad (carreteras, puentes, etc.)	
--	--	--

SPOT 1: "LA BICICLETA" RAFAEL CORREA ELECCIONES 2013 CONCEPTOS DE ROLAND BARTHES		
Rostro de esfuerzo (Rafael Correa conduciendo por carreteras señalizadas su bicicleta)	LENGUA	HABLA
	Cara, parte frontal de la cabeza	Expresar emociones
	Parte anteroinferior desde las cejas a la barbilla	Espejo del alma
	Semblante cara de las personas	Utilizado en dichos popular (cara dura, hacer rostro, etc.)
	Identidad de una persona	Actitudes
	Expresión de las emociones que van sintiendo el individuo	Gestualidad
	El rostro se relaciona con los sentidos (vista, olfato, gusto, oído,)	Expresar situaciones
	SIGNIFICADO	SIGNIFICATE
	Extenuación	Respiración constante por su boca y nariz
	Coraje	Pocas gotas de sudor sobre su rostro
	Impulso	Aumento de las líneas de expresión en el rostro
	Tenso	Esfuerzo de los músculos del rostro
	Pasión	Pequeña sonrisa en su rostro
	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
	Rostro de esfuerzo y pasión necesario para estar en lo más alto	El representa el esfuerzo y trabajo de cada uno de los ecuatorianos en su diario vivir
	Sus profundas respiraciones para dar el último	Con la nueva elección se consolida la victoria de la

esfuerzo	Revolución Ciudadana
Satisfacción y gusto por lo que hace	A pesar del cansancio, la deslealtad, la traición, el país esta mucho mejor que el oscuro pasado
Agotamiento por la travesía	La entrega día a día por la Patria con manos siempre limpias, con mentes lúcidas y corazones ardientes
Tenacidad al pedalear la bicicleta	Se avanzado mucho pero falta mucho por hacer y es la hora de los grandes desafíos
SISTEMA	SINTAGMA
Rafael Correa entregara hasta el último esfuerzo por su Patria	Carretera de primer orden señalizada conduciendo su bicicleta a la par el ferrocarril y la imagen del Chimborazo
Se avanzado y se ha logrado mucho durante su gobierno pero falta el último esfuerzo para la consolidación	Distorsionado la carretera y los vehículos que transitan por detrás de Rafael Correa
El país con su gobierno tiene esperanza de avanzar con alegría y fuerza a la verdadera libertad	Usa el casco y viste la chompa azul rompe vientos al lado izquierdo bordado la bandera nacional con el Escudo patrio, se divisa la camiseta verde
Esfuerzo de su gobierno vale por toda la historia (ha hecho lo ningún gobierno ha logrado)	Su rostro denota cansancio y esfuerzo respira con dificultad
Todo esfuerzo ni sacrificio será vano por el bienestar de su Patria	Toma un respiro y pedalea con más fuerza
Consagrare todo mi esfuerzo (con la ayuda de Dios, bajo la sombra libertaria de Bolívar y de Alfaro) a luchar por mi país por esa Patria justa, altiva y soberana que todos soñamos y merecemos	Continua su travesía por una carretera señalizada acompañado solo por el paisaje (montañas)
Hasta la Victoria Siempre	El solo lo ilumina

**SPOT 1: "LA BICICLETA" RAFAEL CORREA ELECCIONES 2013
CONCEPTOS DE ROLAND BARTHES**

CARRETERA CRUCE POR UN BOSQUE	LENGUA	HABLA
	Ruta	Calles (en las ciudades)
	Dominio y uso público	Autopistas
	Construida para la circulación de medios de transporte	Elaboradas de concreto, adoquín, piedra, etc.
	Conexión y acceso a lugares	
	Es un camino	
	Gran importancia económica y social	
	SIGNIFICADO	SIGNIFICATE
	Ruta	Amplias
	Conexión y acceso a lugares	Señalizadas
	Facilidad de movilización	Carreteras de primer orden
	Desarrollo	Carreteras de concreto
	Modernización	Las componen paisajes naturales
	Dominio y uso público	
	DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
	Carreteras amplias y señalizadas	Modernización y desarrollo económico del país
	La modernidad de la via pero adornada con el paisaje	Amor y respeto a la naturaleza
	Carreteras de concreto	Eliminar fronteras
	SISTEMA	SINTAGMA
Cruzar la línea irreversible del pasado y lo que viene (desarrollo, buen vivir)	Carretera con poca iluminación	
Salir de la oscuridad a la luz de la verdad y de la	A los costados se encuentran grandes árboles	

	justicia	
	Ver con hechos que ahora si hay un cambios	Sombras de los árboles poca iluminación
	Una Revolución se hace para siempre y vive para siempre	Por medio de los árboles se abre paso la carretera señalizada poca iluminación
	No se puede retroceder	Correa conduce por el carril derecho en medio de la carretera y los árboles
	Perder el miedo y rescatar la Patria que estaba secuestrada por los mismos de siempre	Sale a la luz se encuentra con un camino de tierra en subida conduce la bicicleta con esfuerzo

SPOT 1: "LA BICICLETA" RAFAEL CORREA ELECCIONES 2013 CONCEPTOS DE ROLAND BARTHES		
	LENGUA	HABLA
Pareja indígena otavaleños (llegada a la casa indígena)	Importante grupo étnico indígena ecuatoriano	Vestimenta
	Indígenas quichua	Atractivo turístico
	Vestimentas coloridas y bordados	Cultura tradiciones ancestrales
	Artesanos, manufactureros	Artesanos
	Comerciantes recorren todos los lugares	Minga
	Ubicados geográficamente en la sierra ecuatoriana provincia de Imbabura (Otavalo Capital intercultural del Ecuador)	Comunidades
	Vestimenta de color blanco	Justicia indígena
	Comunidad indígena que mantiene su cultura propia	Folklor
	SIGNIFICADO	SIGNIFICATE
	Riqueza cultural y étnica	Cosmovisión
Tejidos que simboliza su arte , pensamiento y trabajo	Vestimenta	

Lucha constante de reivindicación de derechos y reconociendo	Cultivos
Trabajadora	La forma como viven
Humildad	Artesanías
Habilidad	
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
Unidad ecuatoriana en la diversidad	Revolución Ciudadana es incluyente con aquellas clases y grupos sociales que eran marginados del quehacer político, social y económico del país
Reconocimiento de la lucha social del pueblo indígena	Olvidar un pasado desvalorizo e ignoro al país desde lo indígena
Gente humilde trabajadora	Su gobierno está lleno de gente capaz, trabajadora de manos limpias
Valor y presencia del pueblo indígena está presente en le gobierno de la Revolución Ciudadana	Igualdad de oportunidades
SISTEMA	SINTAGMA
Una Patria sin opulencia pero digna y feliz	Sigue la travesía con esfuerzo sube por un camino de tierra
Es hora de sumar fuerzas para consolidar la victoria	Usa el casco y viste la chompa azul rompe vientos al lado izquierdo bordado la bandera nacional con el Escudo patrio, se divisa la camiseta verde
La victoria de un todo un país	Deja su bicicleta afuera de una pequeña casa de ladrillo
El poder es del pueblo	Se dirige por un pequeño camino de piedra hacia la puerta de la pequeña casa mientras se retira el casco
Pueblo digno que se hace merecedor a días mejores	Saluda con una pareja de otavaleños que lo esperan en la puerta estrecha la mano con el hombre, y un beso con la mujer

	La decisión del cambio y transformación definitiva lo tiene el pueblo a través del boto en la urna	Entra a la casa la mujer, Correa y el hombre
	Hace un llamado al pueblo a confiar no solo en el sino en todo su movimiento Alianza País	La casa es muy humilde oscura un poco de luz entra por la ventana en la silla que esta Correa
	Rafael Correa se identifica como un ciudadano más y tiene el mismo sueño que de todos los ecuatorianos de un nuevo país	Sentados en una pequeña mesa humilde en las mismas condiciones Correa, la mujer y el hombre otavaleño
	Rafael Correa conoce las distintas realidades y necesidades del pueblo ecuatoriano	La mujer les ofrece algo de comer y Correa le agradece hablando quichua mientras les sonríe
	Líder que pide que lo sigan pero la decisión de seguir este proceso depende del voto del pueblo	Se dirige a la cámara y después a la pareja con gestos de interpelación
	Un gesto de infinito Amor a la Patria significa votar por Correa y todo Alianza País	En el primer plano rostro de Correa feliz, seguro se observa la chompa con la tricolor y el Escudo hace un gesto con su mano derecha de una raya recta
	El voto marca la diferencia dejar atrás la oscuridad del pasado	Sale de la casa (oscuridad a la luz)

SPOT 1: "LA BICICLETA" RAFAEL CORREA ELECCIONES 2013 CONCEPTOS DE ROLAND BARTHES		
	LENGUA	HABLA
La silla cruzada la banda presidencial (en la casa de indígenas otavaleños)	Mueble	Distintos materiales
	Servir de asiento a una persona	Distintos diseños
	Mueble de 4 patas	Recibir visitas

Comodidad	Comedor
Armazón de madera	Medio de movilidad para personas con problemas físicos
Separa del suelo	
Asiento con respaldo	
SIGNIFICANDO	SIGNIFICATE
Comodidad	Servir de asiento a una persona
Asiento	De madera
Descanso	Sencilla
Cotidiano	De cuatro patas
Puesto lugar Presencia	Diseño rustico
DENOTACIÓN	CONNOTACIÓN
En elecciones de presidenciales el pueblo tiene el poder de elegir	Triunfo de una posición ideológica política
En elecciones todos los ecuatorianos estamos en las mismas condiciones de elegir	El voto te garantiza ser un actor político
SISTEMA	SINTAGMA
El poder está en las manos del pueblo	En la oscuridad de la vivienda de los indígenas sale Correa a la luz
El voto es el instrumento de reafirmar el éxito logrado por el gobierno de Rafael Correa	Una sencilla y rustica silla cruzada la banda presidencial (Tricolor con el Escudo Nacional y la leyenda "Mi Poder en la Constitución") se encuentra al interior de la vivienda
El pueblo escoge entre el cambio la luz (Correa) contrarresta con el oscuro pasado (partidocracia los mismo de siempre siempre)	Un poco de iluminación sobre la silla
	Bajo un árbol la bicicleta y el pasaje andino (montañas y laguna) Correa levanta su brazo de victoria



